

PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES APLICABLE AL ACUERDO MARCO PARA LA SELECCIÓN DE VARIAS EMPRESAS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE GESTIÓN PARA LA INSERCIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓN DE BARCELONA Y DE SU SECTOR PÚBLICO ADHERIDO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EN OTROS SERVICIOS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, DIVIDIDO EN 4 LOTES.

Expediente núm.: 2023/0043936

1) DATOS RELATIVOS A LA LICITACIÓN Y ADJUDICACIÓN DEL ACUERDO MARCO

- 1.1) Definición del objeto
 - 1.2) Necesidad e idoneidad
 - 1.3) Presupuesto base de licitación
 - 1.4) Existencia de crédito
 - 1.5) Duración del acuerdo marco y posibles prórrogas
 - 1.6) Valor estimado
 - 1.7) Tramitación del expediente y procedimiento de adjudicación
 - 1.8) Perfil de contratante
 - 1.9) Presentación de proposiciones
 - 1.10) Condiciones mínimas y medios de acreditación de la solvencia económica y financiera y profesional o técnica y otros requerimientos
 - 1.11) Criterios de adjudicación
 - 1.12) Criterios de desempate
 - 1.13) Plazo para la adjudicación
 - 1.14) Variantes
 - 1.15) Ofertas anormalmente bajas
 - 1.16) Garantía provisional
-

1.17) Garantía definitiva

1.18) Presentación de documentación por los licitadores propuestos como adjudicatarios

1.19) Formalización del acuerdo marco.

2) DATOS RELATIVOS A LA ADJUDICACIÓN DE LOS CONTRATOS BASADOS EN EL ACUERDO MARCO

2.1) Procedimiento de adjudicación de los contratos basados en el Lote 2

2.2) Procedimiento de adjudicación de los contratos basados en los Lotes 1 y 3

2.3) Procedimiento de adjudicación de los contratos basados en el Lote 4

3) DATOS RELATIVOS A LA EJECUCIÓN DEL ACUERDO MARCO Y DE LOS CONTRATOS BASADOS

3.1) Derechos y obligaciones de las partes

3.2) Condiciones especiales de ejecución de los contratos basados

3.3) Modificación del acuerdo marco y de los contratos basados

3.4) Régimen de pago de los contratos basados

3.5) Revisión de precios de los contratos basados

3.6) Penalidades en los contratos basados

3.7) Causas de resolución del acuerdo marco y de los contratos basados

3.8) Plazo de recepción de las prestaciones de los contratos basados

3.9) Plazo de garantía de los contratos basados

3.10) Subcontratación de los contratos basados

3.11) Confidencialidad de la información

3.12) Régimen jurídico de la contratación

3.13) Notificaciones y uso de medios electrónicos

- 3.14) Obligaciones laborales, sociales, fiscales, de protección de datos personales y medioambientales del contratista
- 3.15) Seguros
- 3.16) Lugar de prestación de los contratos basados
- 3.17) Responsable del acuerdo marco y de los contratos basados
- 3.18) Protección de datos de carácter personal
- 3.19) Planificación preventiva en caso de concurrencia empresarial en los contratos basados
- 3.20) Sistema de determinación del precio del acuerdo marco/contratos basados
- 3.21) Comprobaciones en el momento de la recepción de la calidad del objeto del contrato basado
- 3.22) Facultad de la Diputación de Barcelona sobre el mantenimiento de estándares de calidad en la prestación de servicios.
- 3.23) Información sobre las condiciones de subrogación en contratos de trabajo
- 3.24) Propiedad de los trabajos de los contratos basados

ANEXOS

- Anexo 1:** Modelo de declaración responsable para el cumplimiento de la normativa nacional (común para los Lotes 1, 2, 3 y 4)
 - Anexo 2:** Modelo de proposición evaluable de acuerdo con los criterios automáticos para el Lote 1
 - Anexo 3:** Modelo de proposición evaluable de acuerdo con los criterios automáticos para el Lote 2
 - Anexo 4:** Modelo de proposición evaluable de acuerdo con los criterios automáticos para el Lote 3
 - Anexo 5:** Modelo de proposición evaluable de acuerdo con los criterios automáticos para el Lote 4
 - Anexo 6:** Briefing para la propuesta evaluable de acuerdo con los criterios de juicio de valor para el Lote 4
-

1) DATOS RELATIVOS A LA LICITACIÓN Y ADJUDICACIÓN DEL ACUERDO MARCO**1.1) Definición del objeto**

El presente acuerdo marco, promovido por el Gabinete de Prensa y Comunicación, relativo al acuerdo marco para la selección de diversas empresas para la prestación de servicios de gestión para la inserción de publicidad institucional, de la Diputación de Barcelona y del Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (en adelante CCCB), en los medios de comunicación y en otros servicios de publicidad y comunicación, dividido en cuatro lotes, de acuerdo con el Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares (PPTP).

Este procedimiento se constituye a través de los siguientes lotes de licitación:

		Número máximo de empresas seleccionadas por lote
Lote 1	Anuncios oficiales	1
Lote 2	Campañas multimedia	3
Lote 3	Campañas en redes sociales y buscadores	1
Lote 4	Acciones especiales de publicidad no convencional	1

La Diputación de Barcelona participará en los 4 lotes, mientras que el CCCB participará en los Lotes 3 y 4.

A estos efectos, el presente pliego regula el procedimiento de adjudicación de los contratos basados en el acuerdo marco, así como establece las condiciones, derechos y obligaciones que serán de aplicación.

Las empresas podrán presentar ofertas sólo para uno de los lotes, excepto para los Lotes 1 y 2, donde se permitirá que una misma empresa se presente en estos dos lotes, porque cada lote incluye la contratación de servicios muy diferentes entre ellos, que requieren equipos con experiencia contrastada y especializada.

Los Códigos CPV que corresponden son:

Para los Lotes 1 y 2, 79341200-8 (servicios de gestión publicitaria).

Para los Lotes 3 y 4, 79341000-6 (servicios de publicidad), 79341200-8 (servicios de gestión publicitaria) y 79342000-3 (servicios de marketing).

1.2) Necesidad e idoneidad del contrato

Las necesidades administrativas a satisfacer, la idoneidad del objeto del contrato, la justificación del procedimiento, la división en lotes, los criterios de adjudicación y demás

requerimientos recogidos en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se trasponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (LCSP), están acreditados en el expediente.

1.3) Presupuesto base de licitación

- a) El **presupuesto base** de licitación del acuerdo marco se fija en la cantidad bienal (2 años) de **6.499.400 €**, **IVA incluido**, desglosado de acuerdo con el siguiente detalle:

Lotes	Presupuesto (IVA excluido)	21% IVA	Presupuesto (IVA incluido)
Lote 1 (Anuncios oficiales)	182.644,63 €	38.355,37 €	221.000,00 €
Lote 2 (Campañas multimedia)	4.363.636,36 €	916.363,64 €	5.280.000,00 €
Lote 3 (Campañas en redes sociales y buscadores)	451.570,25 €	94.829,75 €	546.400,00 €
Lote 4 (Acciones especiales de publicidad no convencional)	373.553,72 €	78.446,28 €	452.000,00 €
TOTALES	5.371.404,96 €	1.127.995,04 €	6.499.400,00 €

El presupuesto base desglosado por ente y lote es el siguiente:

Lote 1 - Anuncios oficiales

Entes	Presupuesto (IVA excluido)	21% IVA	Presupuesto (IVA incluido)
Diputación de Barcelona	182.644,63 €	38.355,37 €	221.000,00 €

Lote 2 - Campañas multimedia

Entes	Presupuesto (IVA excluido)	21% IVA	Presupuesto (IVA incluido)
Diputación de Barcelona	4.363.636,36 €	916.363,64 €	5.280.000,00 €

Lote 3 - Campañas en redes sociales y buscadores

Entes	Presupuesto (IVA excluido)	21% IVA	Presupuesto (IVA incluido)
Diputación de Barcelona	380.165,29 €	79.834,71 €	460.000,00 €
Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB)	71.404,96 €	14.995,04 €	86.400,00 €
			546.400,00 €

Lote 4 - Acciones especiales de publicidad no convencional

Entes	Presupuesto (IVA excluido)	21% IVA	Presupuesto (IVA incluido)
Diputación de Barcelona	330.578,51 €	69.421,49 €	400.000,00 €
Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB)	42.975,21 €	9.024,79 €	52.000,00 €
			452.000,00 €

Los licitadores, en su oferta, tendrán que mejorar los descuentos mínimos, los precios unitarios máximos o la comisión de agencia que se detallan en los Anexos 2 y 3 (para los Lotes 1 y 2), en el Anexo 4 (para el Lote 3) y en el Anexo 5 (para el Lote 4), de acuerdo con las indicaciones previstas en la cláusula 1.11 del presente pliego.

El presupuesto base de licitación se ha calculado de acuerdo con las estimaciones de las prestaciones a realizar durante la ejecución del contrato y no supone una obligación de gasto, dado que este se determinará en función de los contratos basados en el acuerdo marco que se lleven a cabo durante su vigencia.

El presupuesto comprende la suma total de las posibles contrataciones basadas en este acuerdo marco. El precio consignado es indiscutible, no admitiéndose prueba de insuficiencia alguna y lleva implícitos todos aquellos conceptos previstos en el artículo 100 de la LCSP y concordantes.

b) Desglose del presupuesto por costes

El presupuesto base de licitación del acuerdo marco (vigencia inicial) por lotes se ha fijado de acuerdo con el siguiente detalle (IVA incluido):

Lote 1 - Anuncios oficiales

	Porcentajes	Importe IVA incluido
Costes directos		
Costes salariales	5,5%	12.155,00 €
Espacios publicitarios	76,5%	169.065,00 €
Costes indirectos		
Gastos generales de estructura	10%	22.100,00 €
Beneficios	8%	17.680,00 €
TOTAL COSTES	100%	221.000,00 €

Lote 2 - Campañas multimedia

	Porcentajes	Importe IVA incluido
Costes directos		
Costes salariales	5,5%	290.400,00 €
Espacios publicitarios	76,5%	4.039.200,00 €
Costes indirectos		
Gastos generales de estructura	10%	528.000,00 €
Beneficios	8%	422.400,00 €
TOTAL COSTES	100%	5.280.000,00 €

Lote 3 - Campañas en redes sociales y buscadores

	Porcentajes	Importe IVA incluido
Costes directos		
Costes salariales	22%	120.208,00 €
Espacios publicitarios	60%	327.840,00 €
Costes indirectos		
Gastos generales de estructura	10%	54.640,00 €
Beneficios	8%	43.712,00 €
TOTAL COSTES	100%	546.400,00 €

Lote 4 - Acciones especiales de publicidad no convencional

	Porcentajes	Importe IVA incluido
Costes directos		
Costes salariales	25%	113.000,00 €
Costes publicitarios	57%	257.640,00 €
Costes indirectos		
Gastos generales de estructura	10%	45.200,00 €
Beneficios	8%	36.160,00 €
TOTAL COSTES	100%	452.000,00 €

El coste salarial del contrato se ha fijado teniendo en cuenta el convenio colectivo estatal del sector de empresas de publicidad (código convenio 99004225011981, publicado en el BOE, núm. 35, de 10 de febrero de 2016), y de acuerdo la última revisión (BOE, núm 192, de 11 de agosto de 2022).

El referido convenio no fija ninguna desagregación por género, por lo que los salarios serán idénticos para la realización de las tareas de la misma categoría con independencia de que el trabajo sea ejecutado por un hombre o por una mujer, existiendo únicamente diferencias a consecuencia de la diferente antigüedad de los trabajadores u otras circunstancias previstas legalmente.

1.4) Existencia de crédito

El gasto disponible para los dos años, derivado de los contratos basados en el acuerdo marco, de **6.499.400,00 €**, IVA incluido, se imputará con cargo a las siguientes aplicaciones presupuestarias:

- **Por la Diputación de Barcelona:**

Lote 1 - Anuncios oficiales

Ejercicio	Importe	Orgánico	Programa	Económico
2025	110.500,00 €	1A101	92040	22603
2026	110.500,00 €	1A101	92040	22603

Lote 2 - Campañas multimedia

Ejercicio	Importe	Orgánico	Programa	Económico
2025	2.640.000,00 €	11020	92050	22602
2026	2.640.000,00 €	11020	92050	22602

Lote 3 - Campañas en redes sociales y buscadores

Ejercicio	Importe	Orgánico	Programa	Económico
2025	230.000,00 €	11020	92050	22602
2026	230.000,00 €	11020	92050	22602

Lote 4 - Acciones especiales de publicidad no convencional

Ejercicio	Importe	Orgánico	Programa	Económico
2025	200.000,00 €	11020	92050	22602
2026	200.000,00 €	11020	92050	22602

- **Por el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB):**

Lote 3 - Campañas en redes sociales y buscadores

Ejercicio	Importe	Orgánico	Programa	Económico
2025	43.200,00 €	1	33440	22606
2026	43.200,00 €	1	33440	22606

Lote 4 - Acciones especiales de publicidad no convencional

Ejercicio	Importe	Orgánico	Programa	Económico
2025	26.000,00 €	1	33440	22606
2026	26.000,00 €	1	33440	22606

Con la condición suspensiva de que para dicho gasto exista consignación adecuada y suficiente en los correspondientes presupuestos. De acuerdo con lo que establece el artículo 174 del texto refundido de la Ley reguladora de las haciendas locales, aprobado por Real Decreto legislativo 2/2004, de 5 de marzo.

En el momento de adjudicar esta contratación, sin perjuicio de la aplicación de los precios ofrecidos por la empresa contratista, se retendrá el gasto por el total aprobado, para poder hacer frente al mayor número posible de inserciones de publicidad institucional tanto de la Diputación de Barcelona como del Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB).

1.5) Duración del acuerdo marco y posibles prórrogas

- **En cuanto a la duración:**

El acuerdo marco, una vez formalizado, tendrá una duración de 2 años a contar desde el inicio de la prestación objeto del contrato, que será el 1 de enero de 2025.

- **En cuanto a la prórroga:**

El acuerdo marco será prorrogable de forma expresa, sin que la duración de su vigencia, incluidas las prórrogas, pueda exceder de cuatro (4) años.

La prórroga será obligatoria para el contratista cuando esta se le haya comunicado con una antelación mínima de dos (2) meses a la finalización de la duración del contrato.

1.6) Valor estimado del acuerdo marco

El valor estimado del acuerdo marco, a efectos de lo dispuesto en el artículo 101 y concordantes de la LCSP, es de **11.817.090,91 €, IVA excluido**.

El método del cálculo para determinar el importe del VEC para los lotes es el siguiente:

Lote 1 - Anuncios oficiales	
Presupuesto (vigencia inicial): 2 años	182.644,63 € IVA excluido
Prórroga: hasta 2 años	182.644,63 € IVA excluido

Modificación (en los términos de la cláusula 3.3 del presente pliego)	36.528,93 € IVA excluido
	401.818,18 € IVA excluido

Lote 2 - Campañas multimedia	
Presupuesto (vigencia inicial): 2 años	4.363.636,36 € IVA excluido
Prórroga: hasta 2 años	4.363.636,36 € IVA excluido
Modificación (en los términos de la cláusula 3.3 del presente pliego)	872.727,27 € IVA excluido
	9.600.000,00 € IVA excluido

Lote 3 - Campañas en redes sociales y buscadores	
Presupuesto (vigencia inicial): 2 años	451.570,25 € IVA excluido
Prórroga: hasta 2 años	451.570,25 € IVA excluido
Modificación (en los términos de la cláusula 3.3 del presente pliego)	90.314,05 € IVA excluido
	993.454,55 € IVA excluido

Lote 4 - Acciones especiales de publicidad no convencional	
Presupuesto (vigencia inicial): 2 años	373.553,72 € IVA excluido
Prórroga: hasta 2 años	373.553,72 € IVA excluido
Modificación (en los términos de la cláusula 3.3 del presente pliego)	74.710,74 € IVA excluido
	821.818,18 € IVA excluido

Los porcentajes de la prórroga y la modificación para cada ente participante en el contrato se mantienen en los mismos términos que los previstos para la vigencia inicial.

1.7) Tramitación del expediente y procedimiento de adjudicación

La contratación, que se tramitará de forma ordinaria, está sujeta a regulación armonizada, siendo susceptible de recurso especial en materia de contratación, se llevará a cabo mediante **procedimiento abierto** y **la adjudicación** con más de un criterio de adjudicación, en virtud de lo que establecen los artículos 145, 146, 156 a 158 y concordantes de la LCSP.

1.8) Perfil de contratante

Para consultar los pliegos y demás documentos relacionados con la presente contratación, así como la composición de la Mesa de Contratación, si procede, se debe acceder al Perfil de contratante a través de la siguiente dirección:

<https://seuelectronica.diba.cat>

Información a los interesados

Asimismo, de conformidad con el artículo 138.3 de la LCSP, se puede proporcionar a los interesados en el procedimiento de licitación que lo soliciten información adicional sobre los pliegos y otra documentación complementaria a más tardar cuatro (4) días antes de que finalice el plazo fijado para la presentación de ofertas, a condición de que la hayan pedido al menos ocho (8) días antes del transcurso del plazo de presentación de las proposiciones o de las solicitudes de participación.

En caso de incidencias o consultas técnicas acerca de la preparación o el envío de la oferta u otras consultas relacionadas con la Plataforma de Contratación Pública, pueden ponerse en contacto con el SAU TIC (de lunes a viernes de 8.00 h a 20.00 h) mediante:

- ✓ Buzón de correo electrónico: sau.tic@pautic.gencat.cat indicando en el asunto del correo “Código 31: “PSCP-herramientas de licitación electrónica” e incluyendo en el mensaje la siguiente información:
 - Fecha y hora de la incidencia
 - Código del expediente
 - Órgano de contratación
 - Fecha y hora límite de presentación de la oferta
 - Nombre de la empresa + datos de contacto
 - Captura de pantalla con el mensaje de error
 - Descripción de las operaciones realizadas y del problema surgido

- ✓ Teléfono: 900 924 009 + extensión 1 (canal preferente para incidencias que se produzcan en las últimas 24 horas del plazo de presentación de ofertas).

1.9) Presentación de proposiciones

Las proposiciones se presentarán en la forma, el plazo y el lugar indicados en el anuncio de licitación, mediante la herramienta **Sobre Digital, integrada en la Plataforma de Servicios de Contratación Pública de Cataluña**, accesible en el perfil de contratante de la Diputación, indicado en la cláusula 1.8 del presente pliego.

Toda la información relativa al Sobre Digital puede consultarse en el documento **“Instrucciones sobre el uso de medios electrónicos en los procedimientos de contratación”** publicado en el perfil de contratante de la Diputación de Barcelona.

Cualquier duda respecto a la presentación de ofertas puede consultarse en el Servicio de Contratación en la dirección electrónica scon.publicitat@diba.cat y en el teléfono 934 022 564, de 9.00 h a 14.00 h, de lunes a viernes no festivos en la ciudad de Barcelona.

Dicha documentación deberá presentarse en cualquiera de las lenguas cooficiales de Cataluña, firmada electrónicamente, **en dos sobres en el caso de los Lotes 1, 2 y 3, y en tres sobres en el caso del Lote 4**, en los siguientes términos:

Lotes 1, 2 y 3:**Sobre A** (documentación administrativa)**Sobre B** (documentación relativa a los criterios evaluables de forma automática)**Lote 4:****Sobre A** (documentación administrativa)**Sobre B** (documentación relativa a los criterios sujetos a juicio de valor)**Sobre C** (documentación relativa a los criterios evaluables de forma automática)**Presentación de la documentación en sobres en el caso del Lote 1 (Anuncios oficiales), del Lote 2 (Campañas multimedia) y del Lote 3 (Campañas en redes sociales y buscadores)****SOBRE A**

Deberá contener la siguiente documentación administrativa:

- Declaración responsable, firmada electrónicamente, de cumplimiento con las condiciones legalmente establecidas para contratar con el sector público, de acuerdo con el modelo de Documento Europeo Único de Contratación (DEUC).

El DEUC debe cumplimentarse de conformidad con las indicaciones que constan en la “Guía rápida para el licitador” publicada en el perfil de contratante de la Diputación de Barcelona.

- Declaración responsable, firmada electrónicamente, para el cumplimiento de las condiciones establecidas para contratar con el sector público conforme a la normativa nacional, de acuerdo con el modelo que consta como **Anexo 1 del PCAP**.

(Los modelos de estas declaraciones podrán descargarse de la Plataforma).

Las condiciones establecidas legalmente para contratar deben cumplirse antes de la finalización del plazo de presentación de proposiciones y subsistir en el momento de perfección del contrato, de acuerdo con el artículo 140.4 de la LCSP.

De conformidad con el artículo 140.3 de la LCSP, los licitadores se obligan a aportar, en cualquier momento antes de la propuesta de adjudicación, toda la documentación exigida cuando les sea requerida, y sin perjuicio de lo establecido en la cláusula 1.18 del presente pliego.

SOBRE B

Deberá contener la proposición, firmada electrónicamente, relativa a los criterios de adjudicación evaluables de forma automática, de acuerdo con los siguientes modelos:

- **Anexo 2 del PCAP** (proposición Lote 1)
- **Anexo 3 del PCAP** (proposición Lote 2)
- **Anexo 4 del PCAP** (proposición Lote 3)

(El modelo de la proposición podrá descargarse de la Plataforma).

Presentación de la documentación en sobres en el caso del Lote 4 - Acciones especiales de publicidad no convencional

SOBRE A

Deberá contener la siguiente documentación administrativa:

- Declaración responsable, firmada electrónicamente, de cumplimiento con las condiciones legalmente establecidas para contratar con el sector público, de acuerdo con el modelo de Documento Europeo Único de Contratación (DEUC).

El DEUC debe cumplimentarse de conformidad con las indicaciones que constan en la “Guía rápida para el licitador” publicada en el perfil de contratante de la Diputación de Barcelona.

- Declaración responsable, firmada electrónicamente, para el cumplimiento de las condiciones establecidas para contratar con el sector público conforme a la normativa nacional, de acuerdo con el modelo que consta como **Anexo 1 del PCAP**.

(Los modelos de estas declaraciones podrán descargarse de la Plataforma).

Las condiciones establecidas legalmente para contratar deben cumplirse antes de la finalización del plazo de presentación de proposiciones y subsistir en el momento de perfección del contrato, de acuerdo con el artículo 140.4 de la LCSP.

De conformidad con el artículo 140.3 de la LCSP, los licitadores se obligan a aportar, en cualquier momento antes de la propuesta de adjudicación, toda la documentación exigida cuando les sea requerida, y sin perjuicio de lo establecido en la cláusula 1.18 del presente pliego.

SOBRE B

Deberá contener la documentación técnica, firmada electrónicamente, relativa a los criterios de adjudicación que dependan de un juicio de valor, según el briefing detallado en el **Anexo 6 del PCAP**.

ADVERTENCIA

La documentación contenida en los sobres precedentes (A y B) no puede incluir ninguna información que permita conocer el contenido del sobre C, relativo a los criterios evaluables de forma automática. El incumplimiento de esta obligación puede acarrear la exclusión de la licitación.

SOBRE C

Deberá contener la proposición, firmada electrónicamente, relativa a los criterios de adjudicación evaluables de forma automática, de acuerdo con el modelo que consta como:

- **Anexo 5 del PCAP**

(Los modelos de declaración y proposición podrán descargarse de la Plataforma).

1.10) Condiciones mínimas y medios de acreditación de la solvencia económica y financiera y profesional o técnica y otros requerimientos

El licitador deberá cumplir las siguientes condiciones:

La documentación acreditativa de la solvencia deberá ser presentada únicamente por el licitador propuesto como adjudicatario en el plazo previsto en la cláusula 1.18 del presente pliego y en los términos que se detallen en el requerimiento.

Disponer de la siguiente solvencia:

a) Solvencia económica y financiera:

- Volumen anual de negocios referido al mejor ejercicio dentro de los tres (3) últimos disponibles.

Mínimo: Por los siguientes importes mínimos en alguno de los tres (3) ejercicios mencionados, en función del/los lote/s al/los que presenten oferta:

Lote 1	160.000,00 €
Lote 2	1.300.000,00 €
Lote 3	350.000,00 €
Lote 4	300.000,00 €

Medio de acreditación: Cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil, si el empresario estuviera inscrito; en caso contrario, por los depositados en el registro oficial en el que deba estar inscrito. Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditarán el volumen anual de

negocios mediante los libros de inventarios y cuentas anuales legalizadas por el Registro Mercantil.

b) Solvencia profesional o técnica:

- Relación de los principales servicios o trabajos realizados de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato, en el curso de como máximo, los tres (3) últimos años, que incluya el objeto, el importe, las fechas y el destinatario, público o privado de estos, firmada por el representante legal de la empresa.

Mínimo: En esta relación deben constar servicios, de características similares al objeto del contrato, por los siguientes importes mínimos en alguno de los tres (3) ejercicios mencionados, en función del/los lote/s al/los que presenten oferta:

Lote 1	65.000 €
Lote 2	500.000,00 €
Lote 3	150.000,00 €
Lote 4	120.000,00 €

Documentación acreditativa de los trabajos/servicios mínimos:

- Cuando los trabajos o servicios se hayan realizado en entidades del sector público, será necesario aportar certificados expedidos o visados por el órgano competente.

- Cuando los trabajos o servicios se hayan realizado en entidades del sector privado, mediante un certificado expedido por la empresa destinataria de estos trabajos/servicios o, a falta de este certificado, mediante una declaración firmada por el representante legal de la empresa licitadora acompañada de los documentos en su poder que acrediten la realización de dicha prestación.

c) Clasificación empresarial como medio alternativo para acreditar la solvencia económica y técnica:

La solvencia económica y técnica mínima requeridas en los apartados anteriores, podrá acreditarse, alternativamente, con la clasificación empresarial en los grupos, subgrupos y categorías que a continuación se detallan:

Lote 1 - Anuncios oficiales

Grupo: T	Subgrupo: 1	Categoría: 2 o superior
----------	-------------	-------------------------

Lote 2 - Campañas multimedia

Grupo: T	Subgrupo: 1	Categoría: 5
----------	-------------	--------------

Lote 3 - Campañas en redes sociales y buscadores

Grupo: T	Subgrupo: 1	Categoría: 3 o superior
----------	-------------	-------------------------

Lote 4 - Acciones especiales de publicidad no convencional

Grupo: T	Subgrupo: 1	Categoría: 3 o superior
----------	-------------	-------------------------

En caso de que el licitador licite a más de un lote, 1 y 2, será necesario que se sumen los importes indicados de los lotes a los que presente oferta para determinar el mínimo necesario para la solvencia económica y financiera; y para la profesional o técnica, deberá acreditarse la solvencia prevista por cada uno de los lotes.

1.11) Criterios de adjudicación

Los criterios a tener en cuenta a la hora de considerar cuál es la mejor proposición relación calidad-precio serán, de forma decreciente, los que a continuación se indican, de acuerdo con la ponderación que se detalla para cada uno de ellos:

Lote 1 - Anuncios oficiales**Criterios evaluables de forma automática (100%)**

Criterio único: Descuento mínimo y comisión.....Hasta 100 puntos (100%)

La distribución de la puntuación entre los distintos medios impresos es la siguiente:

- *La Vanguardia*: hasta **25** puntos
- *El Periódico de Cataluña*: hasta **20** puntos
- *El País*: hasta **20** puntos
- *El Punt Avui*: hasta **18** puntos
- *Ara*: hasta **15** puntos

Y la puntuación máxima para la comisión de agencia aplicada: hasta **2** puntos.

Las ofertas tendrán que mejorar los descuentos mínimos que constan en el Anexo 2, en función del medio donde se tenga que insertar la publicidad y de acuerdo con las siguientes indicaciones:

- Descuentos mínimos: Son los descuentos mínimos que aplicarán las empresas sobre las tarifas publicadas vigentes en el momento de realizar la petición del servicio y que podrán incrementar en el momento de presentar su oferta.
- Comisión de agencia: Importe que cobra la agencia por la gestión de las inserciones publicitarias.

En las ofertas de descuento mínimo, la cifra debe incluir todos los conceptos necesarios (descuento de negociación, descuento de agencia, cargos y comisión de agencia) para que sea una cifra final antes de IVA. En el caso de ofertas de descuento mínimo será un porcentaje que, descontado del precio tarifa, dará el precio neto antes de IVA.

Por otra parte, en el modelo de oferta deberá detallarse la comisión de agencia máxima que se aplicará en la casilla indicada, ya que esta deberá ser la comisión de agencia máxima a aplicar en los contratos basados.

Los precios deben escribirse con números enteros, sin decimales. Los precios de la comisión de agencia sí pueden escribirse con decimales.

Ponderación de las ofertas:

Se asignará la máxima puntuación al licitador que ofrezca la oferta más ventajosa (descuento más alto, según las indicaciones en cada caso, y la comisión más baja); 0 puntos cuando no se ofrezca mejora; y el resto de las ofertas se puntuarán de forma proporcional.

La consecución de puntos de cada una de las casillas del modelo de oferta es individual. La puntuación total será la suma de las puntuaciones otorgadas para cada una de las casillas.

ADVERTENCIA

En caso de que en alguna de las casillas se reduzca el porcentaje de descuento mínimo fijado o se incremente la comisión máxima de agencia, **la empresa quedará excluida de la licitación**. Si por error alguna casilla queda vacía, se asignarán 0 puntos.

Durante la vigencia del acuerdo marco, las empresas seleccionadas no podrán presentar ofertas con descuentos inferiores ni comisiones de agencia superiores a las ofertadas en este procedimiento.

En el supuesto de que durante la tramitación del expediente se tuviera constancia formal de que alguno de los soportes detallados en el modelo de la oferta económica deje de comercializarse, este no se tendrá en cuenta a la hora de puntuar.

Distribución de puntos para los **medios impresos** (hasta **100** puntos):

Soportes		Puntuación
Prensa general	<i>La Vanguardia</i>	25
	<i>El Periódico de Catalunya</i>	20
	<i>El País</i>	20
	<i>El Punt Avui</i>	18
	<i>Ara</i>	15
Comisión de agencia máxima aplicada al medio impreso (%)		2
		100

Lote 2 - Campañas multimedia

Criterios evaluables de forma automática (100%)

Criterio único: Precio máximo, descuento mínimo y comisión...Hasta 800 puntos (100%)

La distribución de la puntuación entre los distintos medios es la siguiente:

- Medio impreso: hasta **300** puntos
- Medio digital: hasta **200** puntos
- Radio: hasta **150** puntos
- Televisión: hasta **100** puntos
- Medio exterior: hasta **50** puntos

Las ofertas deberán mejorar los descuentos mínimos o los precios máximos que constan en el Anexo 3, en función del tipo de medio donde deba insertarse la publicidad y de acuerdo con las siguientes indicaciones:

- Descuentos mínimos: Son los descuentos mínimos que aplicarán las empresas sobre las tarifas publicadas vigentes en el momento de realizar la petición del servicio y que podrán incrementar en el momento de presentar su oferta.
- Precios máximos: Son los precios máximos que aplicarán las empresas y que podrán reducir en el momento de presentar su oferta. Dependiendo del medio y soporte al que hace referencia los precios solicitados pueden ser:
 - * Coste por mil (CPM).
 - * Costes tecnológicos: El precio que se imputa por utilizar la tecnología necesaria para servir/controlar las inserciones publicitarias digitales mediante *adservers*.
- Comisión de agencia: Importe que cobra la agencia por la gestión de las inserciones publicitarias.

Tanto en las ofertas de descuento mínimo como en las ofertas de precio máximo, la cifra debe incluir todos los conceptos necesarios (descuento de negociación, descuento de agencia, cargos y comisión de agencia) para que sea una cifra final antes de IVA. En el caso de ofertas de descuento mínimo será un porcentaje que, descontado del precio tarifa, dará el precio neto antes de IVA. En el caso de ofertas de precio máximo, será el precio neto antes de IVA.

Los descuentos mínimos sobre las tarifas de todos los medios se aplicarán a todos los formatos no especificados en el modelo de oferta económica. Todos los precios y descuentos son aplicables a cualquier día de la semana/hora o edición, salvo en los casos ya especificados en el modelo de oferta. Los descuentos mínimos garantizados en los apartados "Otros" de cada medio serán también extensibles a todos los formatos, días de la semana y ediciones de los otros soportes no descritos de cada medio.

Por otra parte, en el modelo de oferta deberá detallarse la comisión de agencia máxima que se aplicará en la casilla indicada, ya que esta deberá ser la comisión de agencia máxima a aplicar en los contratos basados.

Los precios deben escribirse con números enteros, sin decimales. Los precios de la comisión de agencia, de los costes tecnológicos y de los CPM sí se pueden escribir con decimales.

Para el soporte impreso, los descuentos se aplican a las dos modalidades: publicidad y redaccional (monográficos, publirreportajes y contenido informativo en general, pagado).

Para el soporte digital, se contempla el coste por mil (CPM), referido al *target* de individuos de ámbito o IP Cataluña. Si no se especifica formato ni emplazamiento, el precio será aplicable a todos los formatos y emplazamientos, siempre y cuando estén contemplados en las políticas comerciales de los distintos soportes de los medios digitales.

Para el soporte digital, se considera *rich media* los anuncios digitales publicitarios con funcionalidades avanzadas, como el vídeo, el sonido u otros.

Para el soporte radio, se considera *prime time* (PT) la franja y días especificados en cada emisora. El resto de las franjas horarias y días quedan contemplados en la siguiente columna. Hay emisoras sin PT especificado, en cuyo caso la oferta de descuento es para todos los días y horas.

Para el soporte televisión, el descuento se aplicará a todos los formatos, a todos los días de la semana y horarios, mientras estén publicados en las políticas comerciales de cada cadena. En las casillas de grupos de televisiones, los descuentos ofrecidos también se aplicarán a cualquier formato, horario y programa, mientras estén contemplados en las políticas comerciales de las cadenas.

Ponderación de las ofertas:

Se asignará la máxima puntuación al licitador que ofrezca la oferta más ventajosa (descuento más alto o menor precio, según las indicaciones en cada caso, y la comisión de agencia más baja); 0 puntos cuando no se ofrezca mejora; y el resto de las ofertas se puntuarán de forma proporcional.

La consecución de puntos de cada una de las casillas del modelo de oferta es individual. La puntuación total será la suma de las puntuaciones otorgadas por cada una de las casillas.

ADVERTENCIA

En caso de que en alguna de las casillas se supere alguno de los precios máximos, se reduzca el porcentaje de descuento mínimo fijado o se incremente la comisión máxima de agencia, **la empresa quedará excluida de la licitación**. Si por error alguna casilla queda vacía, se asignarán 0 puntos.

Durante la vigencia del acuerdo marco, las empresas seleccionadas no podrán presentar ofertas con descuentos inferiores, precios superiores ni comisiones de agencia superiores a los ofertados en este procedimiento.

En el supuesto de que durante la tramitación del expediente se tuviera constancia formal de que alguno de los soportes o formatos detallados en el modelo de oferta económica deje de comercializarse, éste no se tendrá en cuenta a la hora de puntuar.

La distribución de la puntuación a otorgar para cada uno de los conceptos se detalla a continuación:

Distribución de puntos para los **medios impresos** (hasta **300** puntos):

Soportes		Puntuación
Prensa general, deportiva y económica	<i>La Vanguardia</i>	50
	<i>El Periódico de Catalunya</i>	40
	<i>Ara</i>	20
	<i>El Punt Avui</i>	20
	<i>El País</i>	20
	Otra prensa general de ámbito Cataluña y España	15
	Prensa general gratuita de ámbito Cataluña y España	20
	Prensa deportiva de ámbito Cataluña y España	15
	Prensa económica de ámbito Cataluña y España	15
	Prensa de ámbito internacional	15
Prensa comarcal y local	<i>El 9 Nou</i>	15
	<i>Regió 7</i>	15
	Otras prensa comarcal y local de ámbito Cataluña	10
Revistas y suplementos	Revistas y suplementos de ámbito Cataluña	10
	Revistas y suplementos de ámbito España	10
	Revistas de ámbito internacional	8
Comisión de agencia máxima aplicada al medio impreso (%)		2
		300

Distribució de punts per als **mitjans digitals** (hasta **200** punts):

Soportes		Puntuación CPM máximo (€) ofrecido para ropapáginas y megabaner	Puntuación CPM máximo (€) para pre-roll 20" / robavideo	Puntuación descuento mínimo (%) para todos los formatos no especificados en este modelo y para los medios que cobran coste fijo
Webs de noticias y televisión	lavanguardia.com	12	10	6
	elperiodico.com	12	10	6
	elpais.com	10	8	5
	20minutos.com	10	8	5
	elnacional.cat	10	8	5
	Otras webs de noticias de ámbito Cataluña y España	8	5	4
	Webs de CCMA	6	5	3
Soportes		Puntuación CPM máximo (€) para formatos estándar IAB	Puntuación descuento mínimo (%) para todos los formatos no especificados en este modelo y para los medios que cobran coste fijo	
Otros	Webs de viajes / turismo / ocio / niños	5	5	
	Otras webs de ámbito Cataluña		4	
	Otras webs de ámbito España		4	
	Otras webs de ámbito internacional		4	
Móviles y otros dispositivos			4	
Costes tecnológicos (sin comisión de agencia aplicada)				Puntuación
En concepto del peso del anuncio	<i>Rich media</i> (sin vídeo) hasta 300 kb			4
	<i>Rich media</i> (con vídeo) más de 300 kb			4
En concepto del control de la campaña				2
Comisión de agencia máxima aplicada a los medios digitales (%)				8
				200

Distribución de puntos para los **medios radiofónicos** (hasta **150** puntos):

Soportes	Puntuación descuento mínimo (%) en horario <i>prime time</i> (PT)	Puntuación descuento mínimo (%) para el resto de días y franjas horarias de las emisoras con PT especificado y para todos los días y franjas de las emisoras sin PT especificado
Catalunya Ràdio	10	6
Catalunya Informació	10	6
Rac 1	10	6
Rac 105	10	6
Ser	10	6
40 Principales	7	6
Flaix FM y Flaixbac	10	6
Onda Cero	7	6
Cope	7	3
Otras radios de ámbito catalán		3
Radios de ámbito español		3
Radios de ámbito internacional		2
Podcast de emisoras convencionales (cuña pre-roll previa escucha)	Todas las franjas	4
Radios exclusivamente digitales, podcast y otros formatos digitales	Todas las franjas	4
Comisión de agencia máxima aplicada al medio radio (%)		2
		150

Distribución de puntos para los **medios televisivos** (hasta **100** puntos):

Soportes	Puntuación precio máximo (€) o descuento mínimo (%), en función del concepto
TV3	36
Resto de cadenas de televisión de la CCMA	16
Televisiones locales y comarcales o cualquier ámbito catalán	12
Televisiones de ámbito español	12
Televisiones de ámbito internacional	12
Televisiones exclusivamente digitales y plataformas de <i>streaming</i> de VOD (vídeo bajo demanda)	10
Comisión de agencia máxima aplicada al medio televisión (%)	
100	

Distribución de puntos para los **medios exteriores** (hasta **50** puntos):

Soportes	Puntuación descuento mínimo (%), en función del concepto
Opis PAPEL Metro Red metropolitana Barcelona	8
Opis DIGITAL Metro Red metropolitana Barcelona	8
Opis PAPEL Ferrocarriles de la Generalitat	8
Opis PAPEL Renfe (Cercanías y estaciones)	8
Opis DIGITAL Renfe (Cercanías y estaciones)	8
Otros medios exteriores locales y comarcales o cualquiera de ámbito catalán	4
Otros medios exteriores de ámbito español	2
Otros medios exteriores de ámbito internacional	2
Comisión de agencia máxima aplicada al medio exterior (%)	2
	50

Lote 3 - Campañas en redes sociales y buscadores

Criterios evaluables de forma automática (100%)

Criterio 1) Comisión de agencia.....Hasta 80 puntos (80%)

Las ofertas tendrán que mejorar las comisiones máximas que constan en el **Anexo 4**. La distribución de la puntuación entre las campañas con distinto volumen de inversión es la siguiente:

Campaña con una inversión de	Puntuación máxima
Hasta 5.000 € (IVA incluido)	15
De 5.001 € hasta 20.000 € (IVA incluido)	20
De 20.001 € hasta 75.000 € (IVA incluido)	25
A partir de 75.001 € (IVA incluido)	20
	80

Dentro de esta comisión de agencia se incluyen los honorarios de personal, la estrategia, la gestión, el seguimiento y la optimización, en su caso, de la campaña, y el informe de resultados. El resto del importe deberá invertirse directamente en las redes sociales o en los buscadores propuestos.

Ponderación de las ofertas:

Se asignará la máxima puntuación al licitador que ofrezca la oferta más ventajosa (comisión más baja, según las indicaciones en cada caso); 0 puntos en caso de que no se ofrezca mejora; y el resto de las ofertas se puntuarán de forma proporcional.

La consecución de puntos de cada una de las casillas del modelo de oferta es individual. La puntuación total será la suma de las puntuaciones otorgadas para cada una de las casillas.

ADVERTENCIA

En caso de que en alguna de las casillas se supere alguna de las comisiones máximas, **la empresa quedará excluida de la licitación**. Si por error alguna casilla queda vacía, se asignarán 0 puntos, contando como si se hubiera marcado la comisión máxima.

Durante la vigencia del acuerdo marco, la empresa seleccionada no podrá presentar ofertas con comisiones superiores a las ofertadas en este procedimiento.

Criterio 2) Criterio precio/hora asesoramiento.....Hasta 20 puntos (20%)

La oferta deberá presentarse en la casilla correspondiente del **Anexo 4**. Se otorgará la puntuación de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$\text{Puntos} = \frac{\text{Precio más bajo de entre los ofertados por los licitadores}}{\text{Precio ofertado por el licitador correspondiente}} \times \text{puntuación total criterio}$$

ADVERTENCIA

Si por error no se rellena la casilla correspondiente, se asignarán 0 puntos.

Durante la vigencia del acuerdo marco, la empresa seleccionada no podrá presentar ofertas con precio superior al ofertado en este procedimiento.

Lote 4 - Acciones especiales de publicidad no convencional**Criterios que dependen de un juicio de valor (45%)****Criterio 1) Propuesta de estrategia de la campaña que consta en el Anexo 5 del presente pliego.....Hasta 90 puntos (45%)**

Se valorará la propuesta de estrategia de acuerdo con el briefing, detallado en el **Anexo 6** del presente pliego, de la «Campaña de *influencers* Palau Güell».

Las empresas licitadoras deben presentar una propuesta siguiendo las indicaciones del briefing. En esta propuesta tendrán que justificar el porqué de las acciones propuestas con las métricas adecuadas para poder valorar y puntuar el trabajo presentado.

Es necesario indicar el impacto estimado de la campaña en cuanto a cobertura, impresiones, clics, visionados y visitas. Asimismo, deberán incluir los datos y las explicaciones necesarias para comprender la estrategia global y todo el detalle táctico necesario para entender la propuesta (calendario y formatos).

Se otorgará la puntuación de acuerdo con los siguientes subcriterios:

	Máxima puntuación
Coherencia de la propuesta estratégica	Hasta 35 puntos
Idoneidad y elección de los influenciadores	Hasta 14 puntos
Seguidores totales de cada influenciador	Hasta 8 puntos
Calidad de la propuesta de contenido para cada <i>influencer</i>	Hasta 10 puntos
Número de publicaciones totales	Hasta 8 puntos
Número de redes que incluye la propuesta	Hasta 5 puntos
Impacto total de las publicaciones (alcance)	Hasta 5 puntos
Justificación de las partidas económicas de la propuesta de presupuesto	Hasta 5 puntos
	90 puntos

Criterios evaluables de forma automática (55%)

Criterio 2) Comisión de agencia.....Hasta 110 puntos (55%)

Las ofertas tendrán que mejorar las comisiones máximas que constan en el **Anexo 5**. La distribución de la puntuación entre las campañas con distinto volumen de inversión es la siguiente:

Campaña con una inversión de	Máxima puntuación
Hasta 5.000 € (IVA incluido)	Hasta 15 puntos
De 5.001 € hasta 15.000 € (IVA incluido)	Hasta 25 puntos
De 15.001 € hasta 30.000 € (IVA incluido)	Hasta 35 puntos
De 30.001 € hasta 70.000 € (IVA incluido)	Hasta 25 puntos
A partir de 70.001 € (IVA incluido)	Hasta 10 puntos
	110 puntos

Se pide a las empresas que indiquen la comisión de agencia por tramos de inversión, según lo que se destine a cada campaña. Dentro de esta comisión de agencia se incluyen los honorarios de personal, la estrategia, la coordinación y la gestión, así como el seguimiento de la acción y el informe de resultados. El resto del importe máximo, que vendrá detallado en el briefing, deberá invertirse directamente en el pago a los terceros que hagan posible llevar a cabo la campaña (como los influenciadores, por ejemplo).

Ponderación de las ofertas:

Se asignará la máxima puntuación al licitador que ofrezca la oferta más ventajosa (comisión más baja, según las indicaciones en cada caso); 0 puntos en caso de que no se presente mejor; y el resto de las ofertas se puntuarán de manera proporcional.

La consecución de puntos de cada una de las casillas del modelo de la oferta económica es individual. La puntuación total será la suma de las puntuaciones otorgadas para cada una de las casillas.

ADVERTENCIA

En caso de que en alguna de las casillas se supere alguna de las comisiones máximas, **la empresa quedará excluida de la licitación**. Si por error alguna casilla queda vacía, se asignarán 0 puntos, contando como si se hubiera marcado la comisión máxima.

Durante la vigencia del acuerdo marco, la empresa seleccionada no podrá presentar ofertas con comisiones superiores a las ofertadas en este procedimiento.

En cualquier caso, la Diputación de Barcelona se reserva la facultad de adjudicar el contrato a quien reúna, a su entender, las condiciones económicamente más ventajosas de acuerdo con los criterios señalados, o declararlo desierto en los términos de lo dispuesto el artículo 150.3 de la LCSP.

1.12) Criterios de desempate

En caso de igualdad de proposiciones, los criterios para el desempate serán, por orden de prelación, los siguientes:

- Tienen preferencia las proposiciones presentadas por empresas públicas o privadas que en el momento de finalizar el plazo de presentación de ofertas tengan en la plantilla un número de personas trabajadoras con discapacidad superior al 2%, siempre que estas proposiciones igualen en sus términos las más ventajosas desde el punto de vista de los criterios que sirven de base para su adjudicación.

A estos efectos, en el caso de empresas con menos de 50 personas trabajadoras, al porcentaje de personas trabajadoras con discapacidad en plantilla que acrediten habrá que sumarle un 2%, con el fin de, en su caso, poder realizar la comparativa

de forma equitativa con el porcentaje que acreditan las empresas con 50 o más de 50 personas trabajadoras.

Si varias empresas licitadoras quedan igualadas en cuanto a la proposición más ventajosa y, además, acreditan tener relación laboral con personas con discapacidad en un porcentaje superior al 2%, tendrá preferencia en la adjudicación del contrato la empresa licitadora que disponga en su plantilla de mayor porcentaje de personas trabajadoras fijas con discapacidad.

- En caso de persistir el empate, la situación de desempate se resolverá mediante sorteo, que se llevará a cabo en acto público, previa convocatoria preceptiva.

1.13) Plazo para la adjudicación

La adjudicación se realizará dentro del plazo de dos (2) meses a contar desde la fecha de apertura de las ofertas recibidas.

1.14) Variantes

Los licitadores no podrán presentar variantes en sus ofertas.

1.15) Ofertas anormalmente bajas

Para los Lotes 1 y 2:

Los parámetros objetivos que permitirán identificar los casos en los que una oferta se considere anormal, referidos a la oferta considerada en su conjunto, son los siguientes:

Deberán cumplirse, de forma acumulativa, las siguientes condiciones:

- Que en el criterio 1 se dé alguna de las situaciones previstas en el artículo 85 del Reglamento General de la Ley de contratos de las Administraciones Públicas, aprobado por Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, y

para realizar el cálculo de la baja se considerará “oferta” la puntuación total alcanzada por cada empresa, y “presupuesto base de licitación” la puntuación máxima que se puede obtener en cada uno de los lotes.

Una vez realizado el trámite de audiencia, se declarará el carácter anormal de las ofertas, si es el caso.

Para el Lote 3:

Los parámetros objetivos que permitirán identificar los casos en los que una oferta se considere anormal, referidos a la oferta considerada en su conjunto, son los siguientes:

- Que en el criterio 1 y 2 se dé alguna de las situaciones previstas en el artículo 85 del Reglamento General de la Ley de contratos de las Administraciones Públicas, aprobado por Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, y

para realizar el cálculo de la baja se considerará “oferta” la puntuación total alcanzada por cada empresa, y “presupuesto base de licitación” la puntuación máxima que se puede obtener en cada uno de los lotes.

Una vez realizado el trámite de audiencia, se declarará el carácter anormal de las ofertas, si es el caso.

Para el Lote 4:

Los parámetros objetivos que permitirán identificar los casos en los que una oferta se considere anormal, referidos a la oferta considerada en su conjunto, son los siguientes:

Deberán cumplirse, de forma acumulativa, las siguientes condiciones:

- Que en el criterio 2 se dé alguna de las situaciones previstas en el artículo 85 del Reglamento General de la Ley de contratos de las Administraciones Públicas, aprobado por Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, y para realizar el cálculo de la baja se considerará “oferta” la puntuación total alcanzada por cada empresa, y “presupuesto base de licitación” la puntuación máxima que se puede obtener en cada uno de los lotes.
- Que en el criterio 1 se haya obtenido la máxima puntuación.

Una vez realizado el trámite de audiencia, se declarará el carácter anormal de las ofertas, si es el caso.

1.16) Garantía provisional del acuerdo marco

No se exige la constitución de garantía provisional, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 106 de la LCSP.

1.17) Garantía definitiva

De acuerdo con lo que dispone el artículo 107.5 de la LCSP, se fija una garantía definitiva general del acuerdo marco para cada uno de los licitadores propuestos como adjudicatarios de:

- 3.000 euros para el Lote 1
- 20.000 euros para el Lote 2
- 5.000 euros para el Lote 3
- 4.000 euros para el Lote 4

La garantía definitiva responderá de los eventuales incumplimientos tanto del acuerdo marco como de los contratos basados en este.

La garantía definitiva podrá prestarse mediante cualquiera de las formas previstas en el artículo 108.1 de la LCSP.

En caso de que lo solicite el adjudicatario, se podrá instrumentar mediante la retención del primer o de los primeros pagos que se efectúen, hasta cubrir el importe total de la garantía definitiva. En este caso deberá comunicarse expresamente en el plazo previsto en la cláusula siguiente.

En contratos sometidos a regulación armonizada y en contratos con VEC igual o superior a 2 millones EUR se retendrá la garantía definitiva en las circunstancias y en los términos previstos en el artículo 216.4 en relación con el artículo 217 de la LCSP, relativos al pago y a la comprobación del pago a subcontratistas.

1.18) Presentación de documentación por el licitador propuesto como adjudicatario

El licitador propuesto como adjudicatario, antes de la adjudicación y dentro del plazo de diez (10) días hábiles a contar desde el día siguiente de la recepción del requerimiento que prevé el artículo 150.2 de la LCSP, deberá presentar la documentación justificativa de:

- Acreditar la constitución de la garantía definitiva (en caso de ser exigida y salvo que se instrumente mediante retención en el precio).
- Presentar los siguientes documentos:
 - a) La documentación que acredite la personalidad del empresario, mediante DNI o documento que le sustituya. Cuando no actúe en nombre propio o se trate de sociedad o persona jurídica, además de su DNI, deberá aportar la escritura de nombramiento de cargo social o bien el poder notarial para representar a la persona

o entidad, y la escritura de constitución o de adaptación, en su caso, de la sociedad o entidad y/o aquella en la que conste el último objeto social vigente, en el que deberán estar comprendidas las prestaciones objeto del contrato. Asimismo, los actos y acuerdos contenidos en las escrituras antes señaladas tendrán que estar inscritos en el registro adecuado cuando la inscripción mencionada les sea exigible. En caso de que no lo fuera, la capacidad de obrar se acreditará mediante la escritura o documento de constitución, los estatutos o el acto fundacional inscrito, si es el caso, en el registro oficial correspondiente.

Será necesario que la documentación que acredite la representación y las facultades del licitador sea validada por la Asesoría Jurídica de la Secretaría General de la Diputación de Barcelona.

Las empresas no españolas de Estados miembros de la Unión Europea o de los Estados signatarios del acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo tendrán que acreditar su capacidad de obrar, en los términos de lo dispuesto en los artículos 67 y 84 de la LCSP, mediante la inscripción en los registros comerciales o profesionales que se establecen en el Anexo I del RGLCAP.

La capacidad de obrar del resto de las empresas extranjeras se acreditará de conformidad con lo que disponen los artículos 68 y 84 de la LCSP.

- b) Los certificados acreditativos de hallarse al corriente del cumplimiento de sus obligaciones tributarias y con la Seguridad Social, salvo que la Diputación de Barcelona disponga de estos.
- c) La documentación que acredite la habilitación profesional, la solvencia económica y financiera y la técnica o profesional, así como la documentación que acredite la disposición de los medios que se comprometió a adscribir al contrato (en caso de exigencia de compromiso de adscripción) en los términos de la cláusula 1.10 del presente pliego.
- d) En relación con el impuesto sobre actividades económicas (IAE) y según los siguientes supuestos:
 - En caso de estar exento: 1) el documento de alta relativo al epígrafe correspondiente al objeto del contrato; y 2) una declaración responsable en la que conste que está exento de pago y no se ha dado de baja de la matrícula del impuesto.
 - En caso de estar sujeto al IAE y no estar exento de este impuesto, deberá presentarse: 1) el documento de alta relativo al epígrafe correspondiente al objeto del contrato; 2) el recibo del impuesto del presente ejercicio o del ejercicio anterior en caso de que no hubiera finalizado el plazo de pago; y 3) una declaración responsable de no haberse dado de baja de la matrícula del impuesto.

- e) La documentación acreditativa del resto de circunstancias consignadas en la/s declaración/es responsable/s aportada/s y el resto que sea exigible.
- f) En caso de que la ejecución del contrato requiera que el contratista haga tratamiento de datos personales según la 3.18. En caso acuerdo marco del presente pliego, el propuesto adjudicatario deberá presentar: Declaración firmada por el legal representante de la empresa indicando dónde estarán ubicados los servidores y desde dónde se prestarán los servicios asociados a estos, y estará obligado a comunicar a la Diputación de Barcelona cualquier cambio en relación con la citada declaración. Esta obligación se considera condición esencial.

Aquellas empresas que estén inscritas en el Registro de Licitadores de la Generalitat de Cataluña y/o de la Administración General del Estado quedarán eximidas de presentar la documentación referida si consta en el Registro de Licitadores.

En caso de no presentarse la documentación en el plazo previsto, se entenderá que el licitador ha retirado su oferta, se le exigirá el importe del 3% del presupuesto base de licitación, IVA excluido, en concepto de penalidad, y se procederá en los términos señalados en el artículo 150 de la LCSP.

1.19) Formalización del acuerdo marco

El acuerdo marco será formalizado por parte de la Diputación de Barcelona de conformidad con lo que dispone el artículo 153 de la LCSP.

El representante legal de la empresa deberá firmar electrónicamente el contrato con cualquier herramienta gratuita de firma de documentos avalada por la Administración Abierta de Cataluña (AOC), como puede ser el programa Adobe Acrobat Reader DC, con lo establecido por la Diputación de Barcelona en su Política de firma (https://seuelectronica.diba.cat/fitxers/D10605_2018_Politica%20Signatura.pdf), y en su Catálogo de formatos de los documentos electrónicos (<https://seuelectronica.diba.cat/fitxers/16.pdf>), como puede ser, entre otros, la aplicación informática Adobe Acrobat Reader DC.

Al tratarse de un contrato **susceptible de recurso especial**, la formalización no se producirá antes del transcurso de los quince (15) días hábiles siguientes a la remisión de la notificación de la adjudicación.

Una vez transcurrido el plazo previsto en el párrafo anterior, el adjudicatario se obliga a formalizarlo cuando sea requerido y, en cualquier caso, en un plazo máximo de cinco (5) días naturales a contar desde el día siguiente a la recepción del requerimiento.

En el supuesto de que el adjudicatario sea una unión temporal de empresas, esta deberá estar formalmente constituida antes de la formalización del contrato.

Si por causas imputables al adjudicatario, el contrato no se formaliza en el plazo señalado, se procederá a imponer una penalidad equivalente al 3% del presupuesto base de licitación, IVA excluido, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 153.4 de la LCSP.

2) DATOS RELATIVOS A LA ADJUDICACIÓN DE LOS CONTRATOS BASADOS EN EL ACUERDO MARCO

El conjunto de trámites, actuaciones y comunicaciones que se realicen durante el procedimiento de contratación y durante la vigencia del contrato que se licita, entre las empresas y la Diputación de Barcelona y el ente del sector público adherido (CCCB), se realizarán por medios electrónicos, informáticos y telemáticos, y se dirigirán a la dirección de correo electrónico que la empresa haya indicado, de acuerdo con las previsiones establecidas por la disposición adicional decimoquinta y decimosexta de la LCSP y por la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del procedimiento administrativo común de las administraciones públicas.

Se entiende por contrato basado cada necesidad publicitaria que tengan la Diputación de Barcelona y el ente del sector público adherido (CCCB).

Para determinar la competencia para aprobar y adjudicar los contratos basados se tendrá en cuenta el presupuesto individual de cada contrato basado, de acuerdo con las delegaciones de competencias aprobadas a tal efecto por la Diputación de Barcelona o por la normativa específica del ente del sector público adherido (CCCB).

2.1) Procedimiento de adjudicación de los contratos basados para el Lote 2

Dado que este acuerdo marco no prevé todos los términos de los contratos basados, de acuerdo con el artículo 221 apartados 4.b y 5 de la LCSP, el procedimiento de adjudicación de los contratos basados se realizará en las siguientes fases:

Fase 1. Licitación y Fase 2. Adjudicación.

Fase 1. Licitación

Invitación a las empresas y presentación de ofertas

La Sección de Publicidad del Gabinete de Prensa y Comunicación, a través de la Plataforma de servicios de contratación pública de la Generalitat de Catalunya (PSCP), enviará una invitación a las empresas para que presenten oferta en cada uno de los contratos basados de acuerdo con los criterios de adjudicación (Lote 2: precio).

Junto con la invitación se anexará:

En el caso del Lote 2, el cuadro de características técnicas del contrato basado deberá contener la siguiente información:

- Identificación del acuerdo marco en el que se basa.
- Objeto específico (campaña).
- Medio, formato y características de cada inserción.
- Presupuesto base de la licitación y aplicación presupuestaria con cargo a la cual se imputará el gasto total de la campaña.
- Plazo de ejecución.
- Criterio de adjudicación (en los términos previstos más adelante en esta misma cláusula).
- Régimen de modificación del contrato.
- Plazo de finalización de las prestaciones del contrato.
- Responsable del contrato basado.
- Subrogación del personal, en su caso.

La consulta a todas las empresas seleccionadas en el acuerdo marco se hará por escrito y será comunicada a la dirección electrónica que estas hayan facilitado a estos efectos.

Una vez las empresas hayan recibido esta invitación, deberán presentar oferta, en el plazo máximo planteado en la invitación. En caso de que en este plazo no se haya dado ninguna respuesta, se entenderá que se declina la invitación.

Para tomar parte en los contratos basados las empresas invitadas recibirán un enlace URL con la invitación, que les permitirá acceder al portal e-Licita de la Plataforma de servicios de contratación pública de la Generalitat de Catalunya (PSCP) y presentar su propuesta vía telemática en un archivo ZIP, el cual deberá contener un (1) archivo con la siguiente denominación:

Título del archivo: «Proposición relativa al contrato basado....., nombre de la empresa y número de expediente» y deberá incorporar la correspondiente oferta de la empresa.

Para poder realizar el envío de su propuesta vía telemática la empresa licitadora debe identificarse y firmar con un certificado digital (de nivel 3 o superior) de firma electrónica avanzada basada en un certificado cualificado o reconocido de firma electrónica emitido por las entidades de certificación del Consorcio Administración Abierta de Cataluña (Consorcio AOC), Firma profesional, Fábrica Nacional de La Moneda y Timbre, Camerfirma o DNI Electrónico.

Cualquier duda en relación con la presentación de la propuesta se puede consultar en la Sección de Publicidad del Gabinete de Prensa y Comunicación en la dirección electrónica acordmarcpublicitat@diba.cat.

Todas las empresas seleccionadas en el acuerdo marco que hayan sido invitadas están obligadas a presentar oferta válida en la licitación para la adjudicación del contrato

basado, siempre que no exista causa justificada que deberá hacerse llegar al órgano contratante de la misma forma que la oferta. En caso de que todos los empresarios declinen la formulación de la oferta, el órgano de contratación podrá proceder a una nueva licitación que se regirá por las disposiciones generales de preparación, adjudicación y cumplimiento de los contratos de las administraciones públicas, según procedan, fijadas en los artículos 116 a 217, del Libro Segundo, Título I, Capítulo I de la LCSP.

Fase 2. Adjudicación

Para el Lote 2, únicamente se tendrá en cuenta el precio total más bajo.

Las fechas de la campaña expresadas en la petición de la oferta son orientativas y pueden modificarse por circunstancias sobrevenidas o imprevistas por la Sección de Publicidad del Gabinete de Prensa y Comunicación de la Diputación de Barcelona, en función de las necesidades de comunicación.

a.- Informe técnico de valoración

Una vez agotado el plazo de presentación de ofertas, la Sección de Publicidad realizará el informe técnico de valoración de las ofertas de acuerdo con los criterios previstos en el cuadro de características técnicas, y propondrá adjudicar el contrato basado en la empresa que ofrezca la oferta con el mejor precio.

Dado que todos los términos del contrato están ya definidos y sólo se valorarán las propuestas económicas se tramitará un solo acuerdo donde se aprobará y adjudicará el contrato basado.

La adjudicación, que comporta la perfección del contrato, será aprobada antes de iniciar los trabajos objeto de los contratos basados.

b.- Publicación de adjudicación

El acuerdo de adjudicación del contrato basado se publicará en el perfil de contratante corporativo, de acuerdo con lo establecido en el artículo 221 apartado 6.f de la LCSP.

2.2) Procedimiento de adjudicación de los contratos basados para los Lotes 1 y 3

En cuanto a los Lotes 1 y 3, como sólo habrá una empresa seleccionada para cada lote, se realizará directamente el encargo a la empresa adjudicataria mediante correo electrónico a la dirección facilitada por esta, y la empresa presentará su factura una vez finalizada prestación.

El expediente de la contratación basada en el acuerdo marco se inicia y se configura en los términos establecidos en el cuadro de características técnicas del contrato basado, que deberá contener la siguiente información:

- Identificación del acuerdo marco en el que se basa.
- Objeto específico (campaña).
- Medio, formato y características de cada inserción.
- Presupuesto base de la licitación y aplicación presupuestaria con cuyo cargo se imputará el gasto total de la campaña.
- Plazo de ejecución.
- Régimen de modificación del contrato.
- Plazo de finalización de las prestaciones del contrato.
- Responsable del contrato basado.
- Subrogación del personal, en su caso.

2.3) Procedimiento de adjudicación de los contratos basados para el Lote 4

En cuanto al Lote 4, como sólo habrá una empresa seleccionada para cada lote, se realizará directamente el encargo a la empresa adjudicataria mediante correo electrónico a la dirección facilitada por ésta y presentará su factura una vez finalizada prestación.

El expediente de la contratación basada en el acuerdo marco se inicia y se configura en los términos establecidos en el cuadro de características técnicas del contrato basado, que deberá contener la siguiente información:

- Identificación del acuerdo marco en el que se basa.
- Objeto específico (campaña).
- Briefing con la información técnica de la campaña.
- Presupuesto base de la licitación y aplicación presupuestaria con cuyo cargo se imputará el gasto total de la campaña.
- Plazo de ejecución.
- Régimen de modificación del contrato.
- Plazo de finalización de las prestaciones del contrato.
- Responsable del contrato basado.
- Subrogación del personal, si es el caso.

3) DATOS RELATIVOS A LA EJECUCIÓN DEL ACUERDO MARCO Y DE LOS CONTRATOS BASADOS

3.1) Derechos y obligaciones de las partes

Los derechos y obligaciones de las partes serán, además de los que resulten del mismo acuerdo marco y de la normativa aplicable, en particular, los siguientes:

- El empresario con el que se haya formalizado el acuerdo marco tendrá la obligación de comunicar a la Diputación de Barcelona la variación de las circunstancias de acuerdo con las que fue seleccionado.
 - La formalización del acuerdo marco no comporta para la Diputación de Barcelona ni para el ente público adherido (CCCB) ningún tipo de obligación de adjudicar un número mínimo de contratos basados al empresario seleccionado.
 - El empresario seleccionado debe disponer de todas las acreditaciones/habilitaciones legales que sean necesarias para desarrollar correctamente el objeto del contrato.
 - El empresario con quien se haya formalizado el acuerdo marco deberá nombrar a una persona de contacto, la cual será la interlocutora con la Diputación de Barcelona y el ente público adherido (CCCB) en calidad de representante autorizado de dicha empresa.
 - El contratista se obliga a adecuar su actividad, en el marco de su relación contractual con la Diputación de Barcelona y con el ente público adherido (CCCB), los principios éticos y las reglas de conducta que permitan garantizar el cumplimiento de los principios de igualdad, de imparcialidad y de integridad, de objetividad y de transparencia y, en particular, se obliga a:
 - Facilitar a la Diputación de Barcelona la información establecida por la Ley 19/2014, de 29 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno y cualquier otra que le sea requerida de acuerdo con la normativa vigente.
 - Comunicar a la Diputación de Barcelona las posibles situaciones de conflicto de intereses o de otras análogas de las que tenga conocimiento que afecten, directa o indirectamente, a la presente contratación y que puedan poner en riesgo el interés público.

Por conflicto de intereses se entiende cualquier situación en la que el personal al servicio del órgano de contratación, que además participe en el desarrollo del procedimiento de licitación o que pueda influir en su resultado, tenga directa o indirectamente un interés financiero, económico o personal que pueda parecer que compromete su imparcialidad e independencia en el contexto de dicho procedimiento de licitación.
 - No celebrar acuerdo alguno con otros operadores económicos que, en el marco de la presente contratación, no respeten los principios de libre mercado y de concurrencia competitiva, absteniéndose de realizar ninguna práctica colusoria.
 - Abstenerse de realizar, fomentar, proponer o promover cualquier tipo de práctica corrupta que afecte o que pueda afectar a la relación contractual en los términos previstos en el Código Penal vigente en cada momento.
-

- El personal dependiente del contratista para el cumplimiento de las prestaciones objeto de la presente contratación no tendrá ningún derecho ni vinculación ante la Diputación de Barcelona o el ente público adherido (CCCB).
- El contratista se obliga a facilitar toda la documentación que le sea requerida en relación con sus subcontratistas o suministradores en los términos del artículo 217 de la LCSP.
- El contratista deberá adscribir a la ejecución del contrato los medios personales y materiales que constan detallados en el apartado 3 del Pliego de Prescripciones Técnicas (PPT). Esta obligación se considera esencial.

3.2) Condiciones especiales de ejecución de los contratos basados

Las condiciones especiales de ejecución del contrato serán las que a continuación se indican:

- El contratista se obliga a facilitar toda la documentación que le sea requerida en relación con sus subcontratistas en los términos del artículo 217 de la LCSP.
- El contratista deberá garantizar a las personas trabajadoras adscritas a la ejecución del contrato, y durante toda su vigencia, la aplicación y el mantenimiento de las condiciones laborales que establezca el convenio colectivo del sector o el convenio de empresa que lo mejore, en su caso.
- La empresa contratista debe garantizar que el salario de las personas adscritas a la ejecución del contrato sea igual para mujeres y hombres en aquellas categorías/grupos profesionales equivalentes.

Estas obligaciones se extenderán a todo el personal subcontratado por el contratista principal destinado a la ejecución del contrato. A efectos de comprobación, el contratista deberá remitir al órgano de contratación, cuando este lo solicite, una declaración en la que consten los datos que permitan comprobar este cumplimiento y en lo que respecta a las cotizaciones, de acuerdo con la cláusula 2.4 de este pliego.

- La empresa contratista, en toda la documentación, publicidad, imagen o materiales necesarios para la ejecución del contrato debe hacer un uso no sexista del lenguaje, evitar cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas, y deberá fomentar con valores de igualdad la presencia equilibrada, la diversidad y la corresponsabilidad.
- La empresa se somete a la normativa nacional y de la Unión Europea en materia de protección de datos. Esta obligación se considera esencial.

3.3) Modificación del acuerdo marco y de los contratos basados

El acuerdo marco se podrá modificar por razones de interés público sólo en los supuestos y en la forma prevista en los artículos 203 a 207 y concordantes de la LCSP y demás normativa aplicable.

Se prevé la modificación del acuerdo marco, justificándolo en el expediente, de acuerdo con las condiciones, el alcance y los límites siguientes:

En caso de resultar insuficiente para hacer frente a las necesidades reales de la Diputación de Barcelona y el ente público adherido (CCCB), por un incremento en las estimaciones iniciales de campañas o acciones publicitarias que comporten un incremento de la contratación de los espacios de inserciones publicitarias o de acciones especiales de publicidad no convencional.

La modificación del acuerdo marco podrá afectar, como máximo, al alza, al 20% del presupuesto base de licitación, IVA excluido.

El porcentaje máximo que modificar por cada entidad participante en el contrato será proporcional al presupuesto fijado por cada una de ellas en la cláusula 1.3 del presente pliego.

En ningún caso los precios unitarios, los descuentos o las comisiones resultantes de la modificación del acuerdo marco podrán superar el 20% de los precios unitarios, los descuentos o las comisiones anteriores a dicha modificación; y en ningún caso podrán ser precios superiores a los que las empresas parte del acuerdo marco ofrezcan en el mercado para los mismos productos.

El procedimiento que seguir para la modificación será el siguiente:

Dos semanas antes de iniciar la tramitación de la modificación del contrato por el órgano competente, la Diputación de Barcelona comunicará a los contratistas los términos de la modificación –condiciones, importe, fecha de efectos– que tendrán que respetar los límites previstos en los apartados anteriores.

Una vez aprobada la modificación, será notificada a los contratistas que tendrán que formalizar el correspondiente contrato de conformidad con lo que establece el artículo 153 de la LCSP y firmarlo electrónicamente de acuerdo con las previsiones de la cláusula 1.19 del presente pliego, previo reajuste de la garantía, si es el caso.

Si es necesario, el ente público adherido (CCCB) hará llegar al Gabinete de Prensa y Comunicación de la Diputación de Barcelona la propuesta de modificación. En todos los casos será la Diputación de Barcelona quien tramitará la correspondiente modificación contractual.

3.4) Régimen de pago de los contratos basados

El contratista presentará las correspondientes facturas una vez finalizados los servicios contratados en el contrato basado y su pago será realizado por la Diputación de Barcelona o por el ente adherido correspondiente, en los plazos establecidos en el artículo 198.4 de la LCSP, sin perjuicio de que se le pueda exigir la presentación de los documentos de cotización del personal destinado a la ejecución del contrato, a efectos de comprobar que se encuentra al corriente del cumplimiento de sus obligaciones con la Seguridad Social.

En las facturas se incluirán los datos recogidos en el cuadro de características técnicas aprobados al efecto en lo que se refiere al Lote 2, o los datos de facturación incluidos en el encargo en lo que se refiere a los Lotes 1, 3 y 4.

Las facturas deben presentarse en el Registro de Facturas de la Diputación de Barcelona, dependiente de la Intervención General, que es el órgano que tiene las competencias en materia de contabilidad, y deben incluir la identificación del destinatario de la contratación. Para los servicios ofrecidos en el Consorci del Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB), se tendrán que presentar según corresponda a cada ente, y deben incluir la identificación del destinatario de la contratación.

Las sociedades anónimas, las sociedades de responsabilidad limitada y el resto de entidades comprendidas en el artículo 4 de la Ley 25/2013, de 27 de diciembre, de impulso de la factura electrónica y creación del registro contable de facturas en el sector público, deben presentar facturas electrónicas de acuerdo con la normativa vigente, cumpliendo los requerimientos técnicos detallados en el portal de trámites del proveedor de la sede electrónica de la Diputación de Barcelona (<https://seuelectronica.diba.cat>).

En todas las facturas electrónicas la identificación de los centros gestores destinatarios se realizará mediante los siguientes códigos DIR3:

Diputación de Barcelona (NIF P0800000B)

Oficina contable:	GE0001058 - Intervención General - Registro de Facturas
Órgano gestor:	GE0001029
Unidad tramitadora:	GE0001029

Consorci del Centre de Cultura Contemporània de Barcelona CCCB (NIF P5800017E)

Oficina contable:	LA0006837
Órgano gestor:	LA0006837
Unidad tramitadora:	LA0006837

3.5) Revisión de precios de los contratos basados

No se admite la revisión de precios.

3.6) Penalidades de los contratos basados

En caso de que la Diputación de Barcelona opte por no resolver el contrato, se impondrán al contratista las siguientes penalidades:

1) Si la empresa contratista incurriera en demora respecto del cumplimiento del plazo total por causas que le sean imputables, se impondrá:

- Una penalidad diaria en la proporción del 2% del precio del contrato, IVA excluido.

2) En caso de incumplimiento parcial o cumplimiento defectuoso, con el límite del 10% del precio del contrato, para cada penalidad, y con el límite del 50% en su conjunto, ambos IVA excluido, se impondrán:

- Por el cumplimiento defectuoso de la prestación y/o por el incumplimiento parcial, se impondrán penalidades del 5% del precio del contrato basado, IVA excluido.
- Por el incumplimiento de las condiciones especiales de ejecución del contrato se impondrá una penalidad equivalente al 10% del presupuesto del contrato basado, IVA excluido.
- Para el Lote 2, en caso de que las empresas seleccionadas no presenten oferta en diez (10) contratos basados en la Diputación de Barcelona en el período de un (1) año, por causas imputables al contratista, se le impondrá una penalización de 5.000 €, a razón de 500 € por cada uno de los contratos basado en los que no haya participado.

Estas penalizaciones tienen como objetivo fomentar la participación activa de las empresas seleccionadas en las licitaciones convocadas por la Corporación, con el fin de asegurar la concurrencia competitiva entre empresas y garantizar una mejor eficiencia en el proceso de contratación.

En la tramitación del expediente, se dará audiencia al contratista para que pueda formular alegaciones, resolviendo el órgano de contratación, previa emisión de los informes pertinentes.

Los importes de las penalidades que se impongan se harán efectivos mediante la deducción de las cantidades que, en concepto de pago, deban abonarse a la empresa contratista, o sobre la garantía de que, en su caso, se hubiera constituido, cuando no puedan deducirse dichos pagos.

En los supuestos de incumplimiento parcial o de cumplimiento defectuoso o de demora en la ejecución en la que no esté prevista penalidad, o esta no cubra los daños causados

a la Diputación de Barcelona, se exigirá al contratista la indemnización por daños y perjuicios.

En caso de que el ente público adherido (CCCB) identifique incumplimientos contractuales, emitirán informe y lo comunicarán al responsable del acuerdo marco. En todos los casos será la Diputación de Barcelona quien tramitará la correspondiente penalidad.

3.7) Causas de resolución del acuerdo marco y de los contratos basados

Son causas de resolución del acuerdo marco y de los contratos basados, además de las previstas en los artículos 211 y concordantes de la LCSP, las siguientes:

- Incurrir el contratista en cualquiera de las causas de prohibición para contratar con la Administración Pública estipuladas en el artículo 71 de la LCSP.
- El incumplimiento de las obligaciones esenciales del contrato previstas expresamente en los pliegos.
- Para el Lote 2, el no presentar diez (10) ofertas en un (1) año por causas imputables a la empresa seleccionada puede comportar la resolución del contrato.

En caso de que el ente público adherido (CCCB) identifique incumplimientos contractuales, emitirá informe y lo comunicará al responsable del acuerdo marco. En todos los casos será la Diputación de Barcelona quien tramitará la correspondiente resolución.

3.8) Plazo de recepción de las prestaciones de los contratos basados

No se establece plazo especial de recepción y regirá el plazo general de un (1) mes a contar desde la entrega o realización del objeto del contrato basado en el acuerdo marco, recepción que deberá formalizarse mediante el documento acreditativo correspondiente.

3.9) Plazo de garantía de los contratos basados

No se fija plazo de garantía del contrato basado en el acuerdo marco, dadas las características y la naturaleza de la presente contratación.

3.10) Subcontratación de los contratos basados

El contratista podrá subcontratar válidamente la realización parcial del contrato, mediante comunicación previa y por escrito a la Diputación de Barcelona del subcontrato a celebrar, y de conformidad con los requisitos señalados en el artículo 215 de la LCSP.

Si no se ha indicado previamente en la oferta, el contratista comunicará por escrito a la Diputación de Barcelona, después de la adjudicación del contrato o al inicio de su ejecución, la intención de celebrar subcontratos o cualquier modificación de esta, indicando la parte de la prestación a subcontratar y su identidad, los datos de contacto y los representantes legales del subcontratista, así como justificando la aptitud de este para ejecutarla de conformidad con lo establecido por la normativa y por el presente pliego y que no está incurrido en ningún supuesto de prohibición para contratar.

El contratista principal deberá notificar por escrito al órgano de contratación cualquier modificación que sufra esta información durante la ejecución del contrato principal, y toda la información necesaria sobre los nuevos subcontratistas.

La empresa contratista deberá garantizar el pago de los servicios contratados a los terceros implicados en un período máximo de dos (2) meses después de la finalización de la acción. Esta obligación se considera esencial.

3.11) Confidencialidad de la información

La declaración de confidencialidad de los licitadores debe ser necesaria y proporcional a la finalidad o interés que se quiere proteger y debe determinar de forma expresa y justificada los documentos y/o los datos facilitados que consideren confidenciales. No se admiten declaraciones genéricas o no justificadas del carácter confidencial.

No tendrán en ningún caso carácter confidencial la oferta económica de la empresa, ni los datos incluidos en el DEUC o declaración análoga.

De acuerdo con el artículo 133.2 de la LCSP, el contratista deberá respetar el carácter confidencial de la información a la que tenga acceso a causa de la ejecución del contrato.

El deber de confidencialidad tendrá una vigencia de cinco (5) años a contar desde el conocimiento de la información de referencia.

De conformidad con el artículo 133.1 de la LCSP, el órgano de contratación no podrá divulgar la información facilitada por los licitadores y designada por estos, de forma expresa y justificada, como confidencial.

En caso de falta de indicación se entenderá que la documentación facilitada no tiene carácter confidencial.

3.12) Régimen jurídico de la contratación

El régimen jurídico del contrato se encuentra constituido por el presente Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP), por el Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares (PPTP), por la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP), mediante la cual se trasponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014 /24/UE, de 26 de febrero de 2014, y su normativa de desarrollo, por el Decreto Ley 3/2016, de 31 de mayo, de medidas urgentes en materia de contratación pública, así como por el resto de normativa legal aplicable.

3.13) Notificaciones y uso de medios electrónicos

Las notificaciones derivadas del expediente de contratación del acuerdo marco serán realizadas por la Diputación de Barcelona y las notificaciones derivadas de los contratos basados serán realizadas por cada entidad que promueva el contrato basado. Todas las notificaciones se efectuarán por medios electrónicos.

Se efectuarán mediante un sistema que garantiza la puesta a disposición y el acceso a su contenido a través del servicio de notificaciones electrónicas e-NOTUM del Consorcio de la Administración Abierta de Cataluña (AOC).

El sistema enviará un correo electrónico a la dirección electrónica que a tal efecto se indique, en el que se informará del repositorio de la notificación. También se podrá enviar un SMS, en caso de que se haya facilitado un número de teléfono móvil.

El acceso a las notificaciones electrónicas deberá ser efectuado por el representante legal o por las personas autorizadas en el apartado de notificaciones de la página web de la sede electrónica:

<https://seuelectronica.diba.cat/serveis-de-la-seu/notificacions/>

Las notificaciones electrónicas se entenderán rechazadas a todos los efectos si, una vez acreditada su puesta a disposición, han transcurrido diez (10) días naturales sin que se haya accedido a su contenido.

El uso de medios electrónicos en este procedimiento seguirá las instrucciones accesibles en el perfil de contratante.

3.14) Obligaciones laborales, sociales, fiscales, de protección de datos personales y medioambientales del contratista

El contratista estará obligado al cumplimiento de las disposiciones vigentes en materia laboral, con obligación de cumplir las condiciones salariales de los trabajadores

conforme el convenio colectivo sectorial de aplicación, seguridad social, seguridad y salud en el trabajo, prevención de riesgos laborales, de integración social de las personas con discapacidad, de igualdad efectiva de mujeres y hombres, fiscal, de protección de datos personales tanto nacional como de la Unión Europea, y en materia medioambiental.

3.15) Seguros

No procede.

3.16) Lugar de prestación de los contratos basados

Los sitios fijados para la prestación de los servicios objeto de los contratos basados son las instalaciones de las empresas seleccionadas.

3.17) Responsable del acuerdo marco y de los contratos basados

Se designa responsable del acuerdo marco, con las funciones previstas en el artículo 62 de la LCSP, a la jefa de la Sección de Publicidad del Servicio de Prensa, Publicidad y Redes Sociales del Gabinete de Prensa y Comunicación de la Diputación de Barcelona.

La responsable de los contratos basados (con las funciones previstas en el artículo 62 de la LCSP) será la persona que se indique en el respectivo documento de licitación.

La responsable no podrá, en ningún caso, ni por cuenta propia ni ajena, intervenir en este proceso de contratación como licitador.

En cualquier caso, la imposibilidad de intervención se extiende a las personas jurídicas en las que la responsable o su cónyuge, convivientes y/o descendientes sobre los que tengan representación legal ostenten una participación en su capital superior al 10% y/o sean administradores.

Los referentes designados por el ente público adherido (CCCB) comunicarán semanalmente a la responsable del contrato las incidencias que se produzcan.

3.18) Protección de datos de carácter personal

De acuerdo con el Reglamento europeo 2016/679, de 27 de abril, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos (RGPD) y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE y la Ley orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de

los derechos digitales y el resto de normativa estatal o autonómica que la desarrolle, se informa al contratista y a su personal:

Responsable del tratamiento	Diputación de Barcelona Rambla de Catalunya, 126, 08008 Barcelona
	Datos de contacto del Delegado de protección de datos para consultas, quejas, ejercicio de derechos y comentarios relacionados con la protección de datos: dpd@diba.cat
Finalidad del tratamiento	Gestión y tramitación de contratos del sector público de los órganos y unidades administrativas de la Diputación de Barcelona.
Tiempo de conservación	Los datos se conservarán durante el tiempo previsto en la normativa de procedimiento administrativo, de contratación pública y de archivo histórico.
Legitimación del tratamiento	Cumplimiento de obligaciones contractuales.
Destinatarios de cesiones o transferencias	Los datos identificativos de quien suscriba el contrato pueden ser publicados en la Plataforma de servicios de contratación pública de la Generalitat de Cataluña, que es donde se encuentra el perfil del contratante de la Diputación de Barcelona. No se han previsto otras cesiones más allá de las previstas por la Ley. No se ha previsto ninguna transferencia internacional de datos de los datos suministrados.
Derechos de las personas interesadas	Se pueden ejercer los derechos de acceso, rectificación, supresión y portabilidad de sus datos, y la limitación u oposición a su tratamiento a través de la Sede electrónica https://seuelectronica.diba.cat/serveis-de-la-seu/proteccion-datos/default.asp , o presencialmente o por correo postal en las oficinas del Registro en Rambla de Catalunya, 126, 08008 Barcelona
	Sin perjuicio de cualquier otro recurso administrativo o acción judicial, todo interesado tendrá derecho a presentar una reclamación ante una autoridad de control, en particular en el Estado miembro en el que tenga su residencia habitual, puesto de trabajo o puesto de la supuesta infracción, si considera que el tratamiento de datos personales que le conciernen infringe el RGPD. Siendo en Cataluña la APDCAT la autoridad de referencia http://apdcat.gencat.cat/ca/drets_i_obligacions/reclamar_i_denunciar

Dado que la realización de los trabajos relativos al objeto del contrato del **Lote 4 - Acciones especiales de publicidad no convencional** supone el tratamiento de datos de carácter personal, de personas identificadas o identificables, por parte del adjudicatario, se relacionan a continuación sus deberes y obligaciones en relación con

el tratamiento de los datos, tal y como se prevé en la normativa vigente sobre protección de datos.

1. Finalidad del encargo del tratamiento

Mediante estas cláusulas se habilita al contratista, encargado del tratamiento, para tratar por cuenta de la Diputación de Barcelona, responsable del tratamiento, los datos de carácter personal necesarios para la prestación de servicios de gestión para la inserción de publicidad institucional, de la Diputación de Barcelona y del ente de su sector público adherido **Lote 4 - Acciones especiales de publicidad no convencional**.

El tratamiento consistirá en: las tareas necesarias para la realización de las acciones publicitarias según se indica en el PPTP.

Concreción de los tratamientos a realizar:

<input type="checkbox"/>	Cotejo	<input type="checkbox"/>	Interconexión
<input type="checkbox"/>	Conservación	<input type="checkbox"/>	Limitación
X	Consulta	<input type="checkbox"/>	Modificación
<input type="checkbox"/>	Comunicación	<input type="checkbox"/>	Organización
X	Comunicación por transmisión	X	Recogida
<input type="checkbox"/>	Destrucción	<input type="checkbox"/>	Registro
<input type="checkbox"/>	Difusión	<input type="checkbox"/>	Supresión
<input type="checkbox"/>	Extracción	X	Utilización
<input type="checkbox"/>	Otros:		

Esta obligación se considera esencial.

2. Identificación de la información afectada

Para ejecutar las prestaciones derivadas del cumplimiento del objeto de este encargo, la Diputación de Barcelona, responsable del tratamiento, permite la recogida por parte del contratista encargado del tratamiento la información que se describe a continuación:

- Datos identificativos:
Nombre y apellidos de las personas que participen o puedan aparecer en las acciones publicitarias.
- Grabación de las acciones publicitarias (imagen y voz) que se realicen y de las personas que participen o puedan aparecer. Autorizaciones de uso de imagen (firma, DNI y datos identificativos).
- En el caso de reuniones telemáticas, la imagen y la voz de las personas asistentes y su consentimiento para su captación.
- Autorizaciones de propiedad intelectual de los materiales de terceros que puedan utilizarse: datos identificativos, DNI y firma.

3. Duración

Este acuerdo tiene la duración prevista en el punto 1.5 de los presentes pliegos.

Una vez finalizado este contrato, el encargado del tratamiento debe devolver al responsable los datos personales y suprimir cualquier copia que se encuentre en su poder.

4. Obligaciones del encargado del tratamiento

El encargado del tratamiento y todo su personal se obliga a:

- a) Utilizar los datos personales objeto de tratamiento, o los que recoja para su inclusión, sólo para la finalidad objeto de este encargo. En ningún caso podrá utilizar los datos para fines propios.
- b) Tratar los datos de acuerdo con las instrucciones del responsable del tratamiento.

Si el encargado del tratamiento considera que alguna de las instrucciones infringe el RGPD o cualquier otra disposición en materia de protección de datos de la Unión Europea o de los Estados miembros, el encargado informará inmediatamente al responsable.

- c) Llevar, por escrito, un registro de todas las categorías de actividades de tratamiento efectuadas por cuenta del responsable, que contenga:
 1. El nombre y los datos de contacto del encargado o de los encargados y de cada responsable por cuya cuenta actúa el encargado y, en su caso, del representante del responsable o del encargado y del delegado de protección de datos.
 2. Las categorías de tratamientos efectuados por cuenta de cada responsable.
 3. En su caso, las transferencias de datos personales a un tercer país u organización internacional, incluida la identificación de ese país u organización internacional, y en el caso de las transferencias indicadas en el artículo 49, apartado 1, párrafo segundo del RGPD, la documentación de garantías adecuadas.
 4. Una descripción general de las medidas técnicas y organizativas de seguridad relativas a:
 - La pseudonimización y el cifrado de datos personales.
 - La capacidad de garantizar la confidencialidad, la integridad, la disponibilidad y la resiliencia permanentes de los sistemas y servicios de tratamiento.
 - La capacidad de restaurar la disponibilidad y el acceso a los datos personales de forma rápida, en caso de incidente físico o técnico.

- El proceso de verificación, evaluación y valoración regular de la eficacia de las medidas técnicas y organizativas que garantizan la eficacia del tratamiento.
- d) No comunicar los datos a terceras personas, salvo que tenga la autorización expresa del responsable del tratamiento, en los supuestos legalmente admisibles.

El encargado puede comunicar los datos a otros encargados del tratamiento del propio responsable, de acuerdo con sus instrucciones. En este caso, el responsable debe identificar previamente y por escrito la entidad a la cual deben comunicarse los datos, los datos a comunicar y las medidas de seguridad a aplicar para proceder a dicha comunicación.

Si el encargado tuviese que transferir los datos personales a un tercer país o a una organización internacional, en virtud del derecho de la Unión Europea o de los Estados miembros que le sea aplicable, informará al responsable de esta exigencia legal de forma previa, salvo que este derecho lo prohíba por razones importantes de interés público.

e) Subcontratación

Si es necesario subcontratar algún tratamiento, este hecho debe comunicarse, previamente y por escrito, al responsable, con una antelación de quince (15) días. Hay que indicar los tratamientos que se pretenden subcontratar (específicamente los servidores o servicios asociados a los mismos) e identificar de forma clara e inequívoca a la empresa subcontratista (nombre o perfil empresarial) y sus datos de contacto, así como dónde se encuentran sus servidores o los servicios asociados a los mismos. La subcontratación puede llevarse a cabo si el responsable no manifiesta su oposición en el plazo establecido.

El subcontratista, que también tiene la condición de encargado del tratamiento, está igualmente obligado a cumplir las obligaciones que este documento establece para el encargado del tratamiento y las instrucciones que dicte el responsable. Corresponde al encargado inicial regular la nueva relación, de forma que el nuevo encargado quede sujeto a las mismas condiciones (instrucciones, obligaciones, medidas de seguridad...) y con los mismos requisitos formales que él, en lo que respecta al tratamiento adecuado de los mismos datos personales y a la garantía de los derechos de las personas afectadas. Si el subencargado lo incumple, el encargado inicial sigue siendo plenamente responsable ante la responsable en cuanto al cumplimiento de las obligaciones.

- f) Mantener el deber de secreto respecto de los datos de carácter personal a los que haya tenido acceso en virtud de este encargo, incluso después de que finalice el objeto.
- g) Garantizar que las personas autorizadas para tratar datos personales se comprometen, de forma expresa y por escrito, a respetar la confidencialidad ya cumplir las medidas de seguridad correspondientes, de las que debe informarse convenientemente.
- h) Mantener a disposición del responsable la documentación que acredita que se cumple la obligación establecida en el apartado anterior.
- i) Garantizar la formación necesaria en materia de protección de datos personales de las personas autorizadas para tratar datos personales.
- j) Asistir al responsable del tratamiento en la respuesta al ejercicio de los siguientes derechos:
 - 1. Acceso, rectificación, supresión y oposición.
 - 2. Limitación del tratamiento.

Cuando las personas afectadas ejerzan los derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición o limitación del tratamiento, ante el encargado del tratamiento, este debe comunicarlo por correo electrónico a la dirección rgpd@diba.cat. La comunicación debe realizarse de forma inmediata y en ningún caso más allá del día siguiente al día laborable en que se haya recibido la solicitud, junto, si procede, con otras informaciones que puedan ser relevantes para resolver dicha solicitud.

- k) Derecho de información / información y consentimiento

El encargado del tratamiento debe facilitar, en el momento de recoger los datos, la información relativa a los tratamientos de datos que se van a llevar a cabo. La redacción y el formato en el que se facilitará la información debe consensuarse con el responsable, antes de iniciar la recogida de los datos.

- l) Notificación de violaciones de la seguridad de los datos

El encargado del tratamiento debe informar al responsable del tratamiento, sin dilación indebida y en cualquier caso antes del plazo máximo de 48 horas, y a través de dpd@diba.cat, de las violaciones de la seguridad de los datos personales a su cargo de los que tenga conocimiento, junto con toda la información relevante para documentar y comunicar la incidencia.

La notificación no será necesaria cuando sea improbable que esta violación de la seguridad constituya un riesgo para los derechos y libertades de las personas físicas.

Si se dispone de ella, debe facilitarse, como mínimo, la siguiente información:

1. Descripción de la naturaleza de la violación de la seguridad de los datos personales, incluidas, cuando sea posible, las categorías y el número aproximado de interesados afectados y las categorías y el número aproximado de registros de datos personales afectados.
2. Nombre y datos de contacto del delegado de protección de datos o de otro punto de contacto en el que se pueda obtener más información.
3. Descripción de las posibles consecuencias de la violación de la seguridad de sus datos personales.
4. Descripción de las medidas adoptadas o propuestas para remediar la violación de la seguridad de los datos personales, incluidas, en su caso, las medidas adoptadas para mitigar los posibles efectos negativos.

Si no fuera posible facilitar la información simultáneamente, y en la medida en que no lo sea, esta información deberá facilitarse de forma gradual sin dilación indebida.

- m) Apoyar al responsable del tratamiento a la hora de realizar las evaluaciones de impacto relativas a la protección de datos, cuando proceda.
- n) Apoyar al responsable del tratamiento a la hora de realizar las consultas previas a la autoridad de control, cuando proceda.
- o) Poner a disposición del responsable toda la información necesaria para demostrar que cumple con sus obligaciones, así como para realizar las auditorías o inspecciones que efectúen el responsable u otro auditor autorizado por él.
- p) Implantar las medidas de seguridad que se prevean en el Real Decreto 311/2022, de 3 mayo, por el que se regula el Esquema Nacional de Seguridad (ENS), adoptando todas aquellas medidas y mecanismos para:
 - a) Garantizar la confidencialidad, integridad, disponibilidad y resiliencia permanentes de los sistemas y servicios de tratamiento.
 - b) Restaurar la disponibilidad y el acceso a los datos personales de forma rápida, en caso de incidente físico o técnico.

- c) Verificar, evaluar y valorar, de forma regular, la eficacia de las medidas técnicas y organizativas implantadas para garantizar la seguridad del tratamiento.
- d) Pseudonimizar y cifrar los datos personales, si procede.

La adhesión a códigos de conducta o la posesión de una certificación son elementos que sirven para demostrar el cumplimiento de los requisitos anteriormente indicados. Es necesario facilitar la información sobre estas certificaciones.

- q) Designar a un delegado de protección de datos y comunicar su identidad y datos de contacto al responsable, si procede.
- r) Destino de los datos

Devolver al responsable del tratamiento los datos de carácter personal y, en su caso, los soportes donde consten, una vez cumplida la prestación.

La devolución debe comportar el borrado total de los datos existentes en los equipos informáticos utilizados por el encargado.

No obstante, el encargado podrá conservar copia de la misma, con los datos debidamente bloqueados, mientras puedan derivarse responsabilidades de la ejecución de la prestación.

5. Obligaciones del responsable del tratamiento

Corresponde al responsable del tratamiento:

- a) Permitir la recogida de los datos a que se refiere el punto 2 de esta cláusula.
- b) Realizar una evaluación del impacto en la protección de datos personales de las operaciones de tratamiento que debe efectuar el encargado, tan sólo en caso de que corresponda.
- c) Realizar las consultas previas que corresponda, tan sólo en caso de que corresponda.
- d) Velar, antes y durante todo el tratamiento, para que el encargado cumpla con el RGPD.
- e) Supervisar el tratamiento, incluida la ejecución de inspecciones y auditorías.
- f) Autorizar al encargado del tratamiento a:

- i) Llevar a cabo el tratamiento de los datos de carácter personal en dispositivos portátiles de tratamiento de datos únicamente por los usuarios o perfiles de usuarios asignados a la prestación de servicios contratada.
- ii) Llevar a cabo el tratamiento fuera de los locales del responsable del tratamiento únicamente por los usuarios o perfiles de usuarios asignados a la prestación de servicios contratada, siempre que los servidores se encuentren en territorio de la UE.
- iii) La entrada y salida de los soportes y documentos que contengan datos de carácter personal, incluidos los comprendidos y/o anexos a un correo electrónico, fuera de los locales bajo el control del responsable del tratamiento.
- iv) La ejecución de los procedimientos de recuperación de datos que el encargado del tratamiento se vea en la obligación de ejecutar.
- v) Tratar los datos en sus locales, ajenos a los de los responsables del tratamiento.

6. Incumplimientos y responsabilidades

El incumplimiento de lo que se establece en los apartados anteriores puede dar lugar a que la entidad o empresa encargada sea considerada responsable del tratamiento, a efectos de aplicar el régimen sancionador y de responsabilidades previsto en la normativa de protección de datos.

3.19) Planificación preventiva en caso de concurrencia empresarial en los contratos basados

No procede.

3.20) Sistema de determinación del precio

En el caso del acuerdo marco:

- Para el Lote 1, el precio se ha fijado en base a descuentos y comisiones.
- Para el Lote 2, el precio se ha fijado en base a descuentos, precios y comisiones.
- Para el Lote 3, el precio se ha fijado en base a comisiones y precio/hora.
- Para el Lote 4, el precio se ha fijado en base a comisiones.

3.21) Comprobaciones en el momento de la recepción de la calidad del objeto de los contratos basados

La Diputación de Barcelona y el ente público adherido (CCCB) se reservan la realización de comprobaciones sobre la calidad del objeto de los contratos basados, a su recepción, de acuerdo con las previsiones de los PPTP.

3.22) Facultad de la Diputación de Barcelona sobre el mantenimiento de estándares de calidad en la prestación del servicio

El contratista deberá mantener los estándares de calidad y las prestaciones equivalentes a los criterios económicos que sirvieron de base para la adjudicación del contrato y el personal que adscriba a la prestación del servicio deberá observar los niveles mínimos de comportamiento y las reglas de decoro adecuados a la prestación contratada. Cuando alguna de las personas no observe estos niveles y reglas, la Diputación de Barcelona informará al contratista, que deberá sustituirla en el plazo más breve posible.

El contratista deberá disponer de personal suplente con la formación y experiencia suficientes para poder sustituir a las personas que presten los servicios objeto del contrato en supuestos de vacaciones, ausencias y/o enfermedades.

3.23) Información sobre las condiciones de subrogación en contratos de trabajo

No procede.

3.24) Propiedad de los trabajos de los contratos basados

Cualquier trabajo desarrollado durante la vigencia del contrato por parte de la empresa contratada es propiedad de la Diputación de Barcelona y del ente público adherido (CCCB).

El contratista cede, en todo caso, a la Diputación de Barcelona o al ente público adherido (CCCB) todos los derechos de explotación económica de la propiedad intelectual sobre el objeto del contrato, sin perjuicio de los derechos previos de esta naturaleza que pudieran existir, cesión que se efectúa en los siguientes términos:

- La cesión es en exclusiva y abarca los derechos de explotación, de reproducción, de comunicación pública, de distribución y de transformación.
- La cesión comprende todas las modalidades de utilización y medios de difusión existentes para cada uno de los derechos de explotación, incluidos el almacenamiento digital en soporte electrónico y la puesta a disposición interactiva online en todo tipo de redes telemáticas.

- El ámbito temporal de la cesión abarcará todo el tiempo que tarde la obra en pasar al dominio público, siendo su ámbito territorial mundial.

Además, el contratista garantiza a la Diputación de Barcelona o al ente público adherido (CCCB) la originalidad de los resultados de su trabajo, así como la ausencia de cargas u otros derechos sobrevenidos sobre

- El objeto del contrato, siendo a su cargo el pago de los eventuales derechos y resarcimientos por estas circunstancias o cualquier otra reclamación al respecto.
- Tiene la obligación de proporcionar a la Diputación de Barcelona o al ente público adherido (CCCB) todos los datos, cálculos, procesos y procedimientos empleados durante la elaboración del estudio o en la prestación del servicio, excepto los trabajos o servicios cuyo carácter confidencial se haya hecho constar en la oferta y haya sido recogido en el documento de formalización del contrato.

Exonerará a la Diputación de Barcelona y al ente público adherido (CCCB) de cualquier tipo de responsabilidad ante titulares de derechos sobre los medios utilizados por el contratista para la ejecución del contrato.

ANEXO 1
PARA LOS 4 LOTES

PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES APLICABLE AL ACUERDO MARCO PARA LA SELECCIÓN DE VARIAS EMPRESAS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE GESTIÓN PARA LA INSERCIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓN DE BARCELONA Y DE SU SECTOR PÚBLICO ADHERIDO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EN OTROS SERVICIOS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, DIVIDIDO EN 4 LOTES.

Expediente núm.: 2023/0043936

**MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE
PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA NACIONAL**

D. / D^a. con NIF núm., en nombre propio / en representación de la empresa, en calidad de, y según escritura pública autorizada ante notario, en fecha y con número de protocolo / o documento, CIF núm., domiciliada en calle, núm., (*persona de contacto*, *dirección de correo electrónico*:, *teléfono núm.* y *fax núm.*), opta a la contratación relativa a (*consigne el objeto del contrato*) y DECLARA RESPONSABLEMENTE:

- Que el perfil de la empresa es:
 - La empresa a la que represento tiene categoría de PYME y se define como microempresa, al emplear a menos de 10 personas y tener un volumen de negocios anual o balance general anual que no supera los 2 millones EUR (artículo 2.3 del Anexo I del Reglamento (UE) núm. 651/2014 de la Comisión, de 17 de junio de 2014).
 - La empresa a la que represento tiene categoría de PYME y se define como pequeña empresa, al emplear a menos de 50 personas y tener un volumen de negocios anual o balance general anual que no supera los 10 millones EUR (artículo 2.2 del Anexo I del Reglamento (UE) núm. 651/2014 de la Comisión, de 17 de junio de 2014).
 - La empresa a la que represento tiene categoría de PYME y se define como mediana empresa, al emplear a menos de 250 personas y tener un volumen de negocios anual que no excede de 50 millones EUR o balance general anual que no excede de 43 millones EUR (artículo 2.1 del Anexo I del Reglamento (UE) núm. 651/2014 de la Comisión, de 17 de junio de 2014).
-

- La empresa a la que represento no tiene categoría de PYME, al emplear a 250 personas o más y tener un volumen de negocios anual que excede de 50 millones EUR o balance general anual que excede de 43 millones EUR.
- Que, en caso de que las actividades objeto del contrato impliquen contacto habitual con menores de edad, dispone de las certificaciones legalmente establecidas y vigentes para acreditar que todas las personas que se adscriban a la realización de dichas actividades no han sido condenadas en sentencia firme por algún delito contra la libertad e indemnidad sexuales o por cualquier delito por tráfico de seres humanos.
 - Que cumple con todos los deberes que en materia preventiva establece la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de riesgos laborales, y que dispone de los recursos humanos y técnicos necesarios para hacer frente a las obligaciones que puedan derivarse del Real decreto 171/2004, de 30 de enero, por el que se desarrolla el artículo 24 de la Ley 31/1995, en materia de coordinación de actividades empresariales.
 - Que, en caso de que el contrato requiera que el contratista haga tratamiento de datos personales según la cláusula 2.19 o 3.18 (en caso de acuerdo marco) del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, indicar la siguiente información:
 - No tiene previsto subcontratar los servidores ni los servicios asociados a los mismos.
 - Tiene previsto subcontratar los servidores o servicios asociados a los mismos.
- | | |
|---|--|
| En el caso de subcontratación, indicar el nombre o perfil empresarial del subcontratista que deberá definirse por referencia a las condiciones de solvencia profesional o técnica | |
|---|--|
- Que, en caso de que se trate de empresa extranjera, se somete a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales españoles.
 - Que la plantilla de la empresa:
 - Emplea a menos de 50 trabajadores.
 - Emplea a 50 o más trabajadores y está integrada por un número de personas trabajadoras con discapacidad no inferior al 2%, o que ha adoptado alguna de las medidas alternativas previstas en la legislación vigente.
- SÍ NO

- Que la empresa dispone de un plan de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

SÍ NO NO obligado por normativa

- Que reúne a alguno/s de los criterios de preferencia en caso de igualación de proposiciones previstos en el PCAP.

SÍ NO

- Respecto al impuesto sobre el valor añadido (IVA), la empresa:

Está sujeta al IVA.

Está no sujeta o exenta del IVA y están vigentes las circunstancias que darán lugar a la no sujeción o exención.

- Respecto al impuesto de actividades económicas (IAE), la empresa:

Está sujeta al IAE.

Está no sujeta o exenta del IAE y están vigentes las circunstancias que dieron lugar a la no sujeción a la exención.

- Que autoriza a la Diputación de Barcelona para que pueda obtener directamente, ante las Administraciones competentes, los certificados acreditativos del cumplimiento de las obligaciones tributarias.

SÍ NO

- Que autoriza a la Diputación de Barcelona para que pueda obtener directamente, ante las Administraciones competentes, los certificados acreditativos del cumplimiento de las obligaciones respecto a la Seguridad Social.

SÍ NO

- Se designa como persona/s autorizada/s para recibir el aviso de las notificaciones, comunicaciones y requerimientos por medios electrónicos a:

Persona/s autorizada/s*	DNI*	Correo electrónico profesional*	Móvil profesional

**Campos obligatorios.*

Si la dirección electrónica o el número de teléfono móvil facilitados a efectos de aviso de notificación, comunicaciones y requerimientos quedaran en desuso, deberá comunicarse dicha circunstancia, por escrito, a la Diputación de Barcelona para realizar la modificación correspondiente o revocar la autorización de notificación electrónica.

El licitador/contratista declara que ha obtenido el consentimiento expreso de las personas a las que autoriza para recibir las notificaciones, comunicaciones y requerimientos derivadas de esta contratación, para que la Diputación de Barcelona pueda facilitarlas al servicio e-NOTUM a estos efectos.

- Que, en caso de que formulen ofertas empresas vinculadas, el grupo empresarial al que pertenecen es (*..... indique las empresas que lo componen.....*).

ANEXO 2

PARA EL LOTE 1 - ANUNCIOS OFICIALES

PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES APLICABLE AL ACUERDO MARCO PARA LA SELECCIÓN DE VARIAS EMPRESAS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE GESTIÓN PARA LA INSERCIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓN DE BARCELONA Y DE SU SECTOR PÚBLICO ADHERIDO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EN OTROS SERVICIOS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, DIVIDIDO EN 4 LOTES.

Expediente núm.: 2023/0043936

MODELO DE PROPOSICIÓN EVALUABLE DE ACUERDO CON LOS CRITERIOS AUTOMÁTICOS PARA EL LOTE 1

D. / D^a. con NIF núm., en nombre propio / en representación de la empresa, CIF núm., domiciliada en, CP, calle núm., dirección electrónica: enterado/a de las condiciones exigidas para optar a la contratación relativa (*a consignar objeto del contrato y lotes, en su caso*), se compromete a llevarla a cabo con sujeción a los Pliegos de Prescripciones Técnicas Particulares y de Cláusulas Administrativas Particulares de acuerdo con la siguiente oferta económica, que incluye todos los conceptos relacionados con los servicios a prestar.

Criterio Descuento mínimo y comisión

Lote 1 - Anuncios oficiales - Medio impreso

100 puntos

Soportes		Descuento mínimo (%) en anuncio oficial	Descuento mínimo (%) ofrecido en anuncio oficial	Puntuación
Prensa general	La Vanguardia	35%		25
	El Periódico de Cataluña	25%		20
	El País	30%		20
	El Punt Avui	30%		18
	Ara	50%		15
Comisión de agencia máxima aplicada al medio impreso (%):		2%	Comisión de agencia máxima ofrecida aplicada al medio impreso (%):	2

ANEXO 3**PARA EL LOTE 2 - CAMPAÑAS MULTIMEDIA**

PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES APLICABLE AL ACUERDO MARCO PARA LA SELECCIÓN DE VARIAS EMPRESAS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE GESTIÓN PARA LA INSERCIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓN DE BARCELONA Y DE SU SECTOR PÚBLICO ADHERIDO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EN OTROS SERVICIOS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, DIVIDIDO EN 4 LOTES.

Expediente núm.: 2023/0043936

MODELOS DE PROPOSICIÓN EVALUABLE DE ACUERDO CON LOS CRITERIOS AUTOMÁTICOS PARA EL LOTE 2

D. / D^a. con NIF núm., en nombre propio / en representación de la empresa, CIF núm., domiciliada en, CP, calle núm., dirección electrónica: enterado/a de las condiciones exigidas para optar a la contratación relativa (*a consignar objeto del contrato y lotes, en su caso*), se compromete a llevarla a cabo con sujeción a los Pliegos de Prescripciones Técnicas Particulares y de Cláusulas Administrativas Particulares de acuerdo con la siguiente oferta económica, que incluye todos los conceptos relacionados con los servicios a prestar.

Criterio Precio máximo, descuento mínimo y comisión

Annex 3

Lot 2 - Multimèdia - Mitjà imprès

300 punts

Suports		Descompte mínim (%) en publicitat i/o redaccional	Descompte mínim (%) ofert en publicitat i/o redaccional	Puntuació
Premsa general, esportiva i econòmica	La Vanguardia	40%		50
	El Periódico de Catalunya	30%		40
	Ara	60%		20
	El Punt Avui	30%		20
	El País	50%		20
	Altres premsa general d'àmbit Catalunya i Espanya	10%		15
	Premsa general gratuïta d'àmbit Catalunya i Espanya	20%		20
	Premsa esportiva d'àmbit Catalunya i Espanya	30%		15
	Premsa econòmica d'àmbit Catalunya i Espanya	40%		15
	Premsa d'àmbit internacional	10%		15
Premsa comarcal i local	El 9 Nou	25%		15
	Regió 7	22%		15
	Altres premsa comarcal i local d'àmbit Catalunya	15%		10
Revistes i suplementes	Revistes i suplementes d'àmbit Catalunya	20%		10
	Revistes i suplementes d'àmbit Espanya	40%		10
	Revistes d'àmbit internacional	10%		8
Comissió d'agència màxima aplicada al mitjà imprès (%):		2%	Comissió d'agència màxima oferta aplicada al mitjà imprès (%):	2

Anexo 2

Lote 2 - Multimedia - Medios digitales

200 puntos

Soportes		CPM máximo (€) para ropapáginas y megabanner	CPM máximo (€) ofrecido para ropapáginas y megabanner	Puntuación	CPM máximo (€) para Pre-roll 20" / Robavideo	CPM máximo (€) ofrecido para Pre-roll 20" / Robavideo	Puntuación	Descuento mínimo (%) para todos los formatos no especificados en este modelo y para los medios que cobran coste fijo	Descuento mínimo (%) ofrecido para todos los formatos no especificados en este modelo y para los medios que cobran coste fijo	Puntuación
Webs de noticias y televisión	lavanguardia.com	6 €		12	11 €		10	30%		6
	elperiodico.com	6 €		12	13 €		10	30%		6
	elpais.com	7 €		10	15 €		8	30%		5
	20minutos.com	6 €		10	13 €		8	30%		5
	elnacional.cat	7 €		10	13 €		8	30%		5
	Otras webs de noticias de ámbito Cataluña y España	10 €		8	15 €		5	30%		4
	Webs de CCMA	7 €		6	15 €		5	30%		3
Soportes		CPM máximo (€) para formatos estándar IAB	CPM máximo (€) ofrecido para formatos standard IAB	Puntuación	Descuento mínimo (%) para todos los formatos no especificados en este modelo y para los medios que cobran coste fijo	Descuento mínimo (%) ofrecido para todos los formatos no especificados en este modelo y para los medios que cobran coste fijo	Puntuación			
Otros	Webs de viajes / turismo / ocio / niños	10 €		5	10%		5			
	Otras webs de ámbito Cataluña				20%		4			
	Otras webs de ámbito España				30%		4			
	Otras webs de ámbito internacional				10%		4			
Móviles y otros dispositivos					30%		4			
Costes tecnológicos (sin comisión de agencia aplicado)					CPM máximo (€)	CPM máximo (€) ofrecido	Puntuación			
En concepto del peso del anuncio		Rich media (sin vídeo) hasta 300kb			0,40 €		4			
		Rich media (con vídeo) más de 300kb			0,50 €		4			
En concepto del control de la campaña					0,05 €		2			
Comisión de agencia máxima aplicada a los medios digitales (%):		5,00%	Comisión de agencia máxima ofrecida aplicada a los medios digitales (%):				8			

Anexo 2

Lote 2 - Multimedia - Radio

150 puntos

Soportes	Horario prime time (PT)	Descuento mínimo (%) en horario prime time (PT)	Descuento mínimo (%) ofrecido en horario prime time (PT)	Puntuación	Descuento mínimo (%) para el resto de días y franjas horarias de las emisoras con PT especificado y por todos los días y franjas de las emisoras sin PT especificado	Descuento mínimo (%) ofrecido para el resto de días y franjas horarias de las emisoras con PT especificado y por todos los días y franjas de las emisoras sin PT especificado	Puntuación
Catalunya Ràdio	dll-dv 7:00-9:00h.	45%		10	60%		6
Catalunya Informació	dll-dv 7:00-9:00h.	70%		10	80%		6
Rac 1	dll-dv 08:00-09:00h.	55%		10	65%		6
Rac 105	dll-dv 08:00-09:00h.	60%		10	70%		6
Ser	dll-dv 08:00-10:00h.	70%		10	75%		6
40 Principales	dll-dv 08:00-10:00h.	65%		7	60%		6
Flaix FM y Flaixbac	dll-dv 08:00-10:00h.	65%		10	70%		6
Onda Cero	dll-dv 08:00-10:00h.	70%		7	75%		6
Cope	dll-dv 07:00-9:00h.	70%		7	75%		3
Otras radios de ámbito catalán					25%		3
Radios de ámbito español					65%		3
Radios de ámbito internacional					10%		2
Podcast de emisoras convencionales (cuña preroll previa escucha)	todas las franjas	cuña preroll previa escucha 60% dto.		4			
Radios exclusivamente digitales, podcast y otros formatos digitales	todas las franjas	7€ coste x mil descargas		4			
Comisión de agencia máxima aplicada al medio radio (%):	2,00%	Comisión de agencia máxima ofrecida aplicada al medio radio (%):		2			

Anexo 2

Lote 2 - Multimedia - Televisión

100 puntos

Soportes	Concepto	Precio máximo (€) o descuento mínimo (%), en función del concepto	Precio máximo (€) o descuento mínimo (%) ofrecido, en función del concepto	Puntuación
TV3	descuento mínimo	50%		36
Resto de cadenas de televisión de la CCMA	descuento mínimo	45%		16
Televisiones locales y comarcales o cualquier ámbito catalán	descuento mínimo	10%		12
Televisiones de ámbito español	descuento mínimo	50%		12
Televisiones de ámbito internacional	descuento mínimo	10%		12
Televisiones exclusivamente digitales y plataformas de <i>streaming</i> de VOD (video bajo demanda)	CPM máximo	31 €		10
Comisión de agencia máxima aplicada al medio televisión (%):	2,00%	Comisión de agencia máxima ofrecida aplicada al medio televisión (%):		2

Anexo 2

Lote 2 - Multimedia - Medio exterior

50 puntos

Soportes	Descuento mínimo (%), en función del concepto	Descuento mínimo (%) ofrecido, en función del concepto	Puntuación
Opis PAPEL Metro Red metropolitana Barcelona	25%		8
Opis DIGITAL Metro Red metropolitana Barcelona	20%		8
Opis PAPEL Ferrocarriles de la Generalitat	25%		8
Opis PAPEL Renfe (Cercanías y estaciones)	25%		8
Opis DIGITAL Renfe (Cercanías y estaciones)	20%		8
Otros medios exteriores locales y comarcales o cualquier ámbito catalán	20%		4
Otros medios exteriores de ámbito español	20%		2
Otros medios exteriores de ámbito internacional	15%		2
Comisión de agencia máxima aplicada al medio exterior (%):	2,00%	Comisión de agencia máxima ofrecida aplicada al medio exterior (%):	2

ANEXO 4

PARA EL LOTE 3 - CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES Y BUSCADORES

PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES APLICABLE AL ACUERDO MARCO PARA LA SELECCIÓN DE VARIAS EMPRESAS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE GESTIÓN PARA LA INSERCIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓN DE BARCELONA Y DE SU SECTOR PÚBLICO ADHERIDO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EN OTROS SERVICIOS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, DIVIDIDO EN 4 LOTES.

Expediente núm.: 2023/0043936

MODELO DE PROPOSICIÓN EVALUABLE DE ACUERDO CON LOS CRITERIOS AUTOMÁTICOS PARA EL LOTE 3

D. / D^a. con NIF núm., en nombre propio / en representación de la empresa, CIF núm., domiciliada en, CP, calle núm., dirección electrónica: enterado/a de las condiciones exigidas para optar a la contratación relativa (*a consignar objeto del contrato y lotes, en su caso*), se compromete a llevarla a cabo con sujeción a los Pliegos de Prescripciones Técnicas Particulares y de Cláusulas Administrativas Particulares de acuerdo con la siguiente oferta económica, que incluye todos los conceptos relacionados con los servicios a prestar.

Cuadro valoración automática

Lote 3 - Criterio comisión de agencia

80 puntos

Campaña con una inversión de:	% comisión máxima de agencia	% comisión propuesta de agencia	Puntuación máxima
Hasta 5.000 € (IVA incluido)	25%		15
De 5.001€ hasta 20.000€ (IVA incluido)	20%		20
De 20.001€ hasta 75.000€ (IVA incluido)	18%		25
A partir de 75.001 € (IVA incluido)	15%		20

Otros criterios de valoración automática

Lote 3 - Criterio precio/hora asesoramiento

20 puntos

Precio
Precio/hora propuesto por la agencia para el asesoramiento

ANEXO 5**PARA EL LOTE 4 - ACCIONES ESPECIALES DE PUBLICIDAD NO
CONVENCIONAL**

PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES APLICABLE AL ACUERDO MARCO PARA LA SELECCIÓN DE VARIAS EMPRESAS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE GESTIÓN PARA LA INSERCIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓN DE BARCELONA Y DE SU SECTOR PÚBLICO ADHERIDO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EN OTROS SERVICIOS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, DIVIDIDO EN 4 LOTES.

Expediente núm.: 2023/0043936

**MODELO DE PROPOSICIÓN EVALUABLE DE ACUERDO CON LOS CRITERIOS
AUTOMÁTICOS PARA EL LOTE 4**

D. / Da. con NIF núm., en nombre propio / en representación de la empresa, CIF núm., domiciliada en, CP, calle, núm., dirección electrónica: enterado/a de las condiciones exigidas para optar a la contratación relativa (*a consignar objeto del contrato y lotes, en su caso*), se compromete a llevarla a cabo con sujeción a los Pliegos de Prescripciones Técnicas Particulares y de Cláusulas Administrativas Particulares de acuerdo con el oferta económica siguiente, que incluye todos los conceptos relacionados con los servicios a prestar.

Cuadro valoración automática

Lote 4 - Criterio comisión de agencia
110 puntos

Campaña con una inversión de:	% comisión máxima de agencia	% comisión propuesta de agencia	Puntuación máxima
Hasta 5.000 €	25%		15
De 5.001€ hasta 15.000€	23%		25
De 15.001€ hasta 30.000€	22%		35
De 30.001€ hasta 70.000€	20%		25
A partir de 70.001 €	18%		10

ANEXO 6

PARA EL LOTE 4 - ACCIONES ESPECIALES DE PUBLICIDAD NO CONVENCIONAL

PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES APLICABLE AL ACUERDO MARCO PARA LA SELECCIÓN DE VARIAS EMPRESAS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE GESTIÓN PARA LA INSERCIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓN DE BARCELONA Y DE SU SECTOR PÚBLICO ADHERIDO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EN OTROS SERVICIOS DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN, DIVIDIDO EN 4 LOTES.

Expediente núm.: 2023/0043936

BRIFING PARA LA PROPUESTA EVALUABLE DE ACUERDO CON LOS CRITERIOS DE JUICIO DE VALOR PARA EL LOTE 4

BRIEFING

Campaña *influencers* Palau Güell

Antecedentes

En 1885, Eusebi Güell i Bacigalupi, industrial, político y personaje clave de la burguesía barcelonesa de finales del siglo XIX, encargó a Antoni Gaudí i Cornet el proyecto de su nueva residencia urbana, que debía construirse en el lugar ocupado hasta ese momento por unas antiguas construcciones, en la calle ahora denominada Nou de la Rambla. La ubicación se eligió para poder conectar el nuevo edificio como ampliación de la casa que Güell había heredado de sus padres en la Rambla de Barcelona.

La casa de la familia fue un palacio que cumplió varias funciones: vivienda en el sentido más doméstico de la palabra; espacio de conciertos musicales, tertulias literarias, reuniones culturales y sociales con la clase aristocrática, la alta burguesía, intelectuales y artistas, y, esporádicamente, con la familia real; y, finalmente, sede de los negocios de Eusebi Güell.

El edificio, una de las primeras obras diseñadas por Antoni Gaudí, destaca por su innovadora concepción del espacio y por el tratamiento de la luz. Gaudí introduce soluciones diversas, basadas en planteamientos muy personales y en formas expresivas fruto de su imaginación, a partir de la utilización de materiales nobles,

como la piedra, el mármol, la madera, el hierro forjado y los metales, la cerámica y el vidrio. De hecho, el Palau Güell contiene la esencia de la obra posterior del arquitecto y resulta imprescindible para entender su arquitectura.

En la actualidad, se considera que es uno de los edificios que iniciaron la renovación de la arquitectura a escala mundial, y podemos afirmar que el Palau Güell muestra al Gaudí más genuino.

El 2 de noviembre de 1984, el Palau Güell fue declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO, por su contribución e influencia en las técnicas y en las formas en la construcción moderna del siglo XX. Fue el primer edificio moderno incorporado a esta prestigiosa lista.

El Palau Güell esconde entre sus paredes joyas de un valor incalculable. Un valor cultural, artístico y arquitectónico que la Diputación de Barcelona, titular del edificio desde 1945, ha contribuido a enaltecer y a preservar para que residentes, visitantes y turistas disfruten de este magnífico palacio urbano, obra maestra de Antoni Gaudí construida a finales del siglo XIX.

Los diferentes perfiles sociales del Palau Güell son:

- **Facebook:** 9,7 K seguidores - <https://www.facebook.com/PalauGuell>
- **Instagram:** 8,2 K seguidores - <https://www.instagram.com/palauguell>
- **X** (antiguo Twitter): 5,5 K seguidores - <https://twitter.com/PalauGuell>

Actualmente, su conocimiento entre el público local, sobre todo el joven (entre 18 y 25 años), es muy limitado. Y la mayoría de las visitas al Palau Güell son realizadas por público extranjero.

Objetivos de la campaña

- Dar a conocer el Palau Güell entre el público local, sobre todo el joven (entre 18 y 25 años).
- Posicionar el Palau Güell como un reclamo turístico de Barcelona imprescindible entre este público.

Público objetivo

Público local (Área metropolitana) joven (entre 18 y 25 años).

Encargo

Hay que presentar una estrategia de campaña enfocada en la **utilización de influencers** del territorio, que sean afines e idóneos para llegar al público objetivo y lograr los objetivos de campaña.

Es necesario justificar la estrategia presentada y desglosar:

- Elección de los *influencers* (número de seguidores, idoneidad, etc.).
- Número de publicaciones y contenido/formato de estas publicaciones.
- Impactos totales aproximados que pueden conseguirse (número de redes, número de impactos, etc.).
- Cualquier otro aspecto relevante que destacar.
- Propuesta de otras acciones (si las hubiere).
- Presupuesto, desglosando las partidas presupuestarias.

Aspectos a tener en cuenta en la elección de los influencers y de las acciones

Los *influencers* elegidos no deben tener perfiles sociales que denoten un posicionamiento político concreto, ni verbal ni a través de eslóganes en camisetas, bolsas, etc., y tampoco presencia destacada de marcas.

Asimismo, los *influencers* que sean propuestos no pueden mostrar ningún posicionamiento sobre temas controvertidos, como las vacunas, por ejemplo; ni ningún posicionamiento o acción irrespetuosa hacia la diversidad social, de género, funcional, etc.

No se permitirá ninguna propuesta que implique la utilización de *influencers* que utilicen un lenguaje verbal y/o corporal inadecuado o poco respetuoso, tanto con el territorio como con las personas con las que se mantenga cualquier interacción.

La propuesta debe dar protagonismo a los objetivos de la campaña; no a la marca personal del *influencer*.

Todas las acciones que formen parte de la campaña tienen que destacar la web del Palau Güell (<https://inici.palauguell.cat/>) y los *hashtags* #palauguell y #dibacat.

Presupuesto

Para esta campaña hay un presupuesto máximo de **25.000 € + 21% IVA**.

Recordemos que, para esta cantidad, la comisión máxima de agencia debe coincidir con la comisión máxima propuesta en el Anexo 5 y debe incluir los honorarios de personal, la estrategia y la gestión, así como el seguimiento de la acción y el informe de resultados.

Presentación de la propuesta

La propuesta debe presentarse en un documento PDF vertical con un máximo de diez (10) páginas, incluidas cubiertas, índice y presupuesto (el presupuesto debe ir desglosado por partidas e incluir el precio total, el importe del IVA y el precio total más el IVA).

DILIGENCIA para hacer constar que el texto que antecede es traducción al castellano del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y sus Anexos, aprobado por DICTAMEN de la Junta de Gobierno de la Diputación de Barcelona, de fecha 25 de abril de 2024.

En caso de discrepancia entre dicho Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y sus Anexos, en catalán, y esta traducción al castellano, prevalecerán los primeros.

Metadades del document

Núm. expedient	2023/0043936
Tipus documental	Plec de clàusules o condicions
Títol	Pliego de Clausulas Administrativas Particulares aplicable al Acuerdo Marco para la selección de varias empresas para la prestación de servicios de gestión para la inserción de publicidad institucional, de la Diputación de Barcelona y de su sector público adherido, en los medios de comunicación y en otros servicios de publicidad y comunicación, dividido en 4 lotes

Signatures

Signatari		Acte	Data acte
Jordi Navarro Domenech (TCAT)	Cap del Servei de Premsa, Publicitat i Xarxes Socials	Signa	25/04/2024 14:08

Validació Electrònica del document

Codi (CSV)	Adreça de validació	QR
68aa18b8ae49ef9acb5c	https://seuelectronica.diba.cat	

