

**PLEC DE CLÀUSULES ADMINISTRATIVES PARTICULARS APLICABLE A
L'ACORD MARC PER A LA SELECCIÓ DE DIVERSES EMPRESES PER A LA
PRESTACIÓ DELS SERVEIS DE GESTIÓ PER A LA INSERCIÓ DE PUBLICITAT
INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA I DELS ENS ADHERITS, ALS
MITJANS DE COMUNICACIÓ I EN ALTRES SERVEIS DE PUBLICITAT I
COMUNICACIÓ (DIVIDIT EN 3 LOTS)**

Expedient núm.: 2021/0017872

1) DADES RELATIVES A LA LICITACIÓ I ADJUDICACIÓ DE L'ACORD MARC

- 1.1)** Definició de l'objecte.
- 1.2)** Necessitat i idoneïtat.
- 1.3)** Pressupost base de licitació.
- 1.4)** Existència de crèdit.
- 1.5)** Durada de l'acord marc i possibles pròrrogues.
- 1.6)** Valor estimat.
- 1.7)** Tramitació de l'expedient i procediment d'adjudicació.
- 1.8)** Perfil de contractant.
- 1.9)** Presentació de proposicions.
- 1.10)** Condicions mínimes i mitjans d'acreditació de la solvència econòmica i financera i professional o tècnica i altres requeriments.
- 1.11)** Criteris d'adjudicació.
- 1.12)** Criteris de desempat.
- 1.13)** Terminis per a l'adjudicació.
- 1.14)** Variants.

1.15) Ofertes anormalment baixes.

1.16) Garantia provisional.

1.17) Garantia definitiva.

1.18) Presentació de documentació pels licitadors proposats com a adjudicataris.

1.19) Formalització de l'acord marc.

2) DADES RELATIVES A L'ADJUDICACIÓ DELS CONTRACTES BASATS EN L'ACORD MARC

2.1) Procediment d'adjudicació dels contractes basats per als lots 1 i 3.

2.2) Criteris d'adjudicació a tenir en compte en els contractes basats dels lots 1 i 3.

2.3) Procediment d'adjudicació dels contractes basats per al lot 2.

2.4) Altres formes d'intermediació.

3) DADES RELATIVES A L'EXECUCIÓ DE L'ACORD MARC I DELS CONTRACTES BASATS

3.1) Drets i obligacions de les parts.

3.2) Condicions especials d'execució dels contractes basats.

3.3) Modificació de l'acord marc i dels contractes basats.

3.4) Règim de pagament dels contractes basats.

3.5) Revisió de preus dels contractes basats.

3.6) Penalitats en els contractes basats.

3.7) Causes de resolució de l'acord marc i dels contractes basats.

3.8) Termini de recepció de les prestacions dels contractes basats.

3.9) Termini de garantia dels contractes basats.

3.10) Subcontractació dels contractes basats.

- 3.11)** Confidencialitat de la informació.
- 3.12)** Règim jurídic de la contractació.
- 3.13)** Notificacions i ús de mitjans electrònics.
- 3.14)** Obligacions laborals, socials, fiscals, de protecció de dades personals, i mediambientals del contractista.
- 3.15)** Assegurances.
- 3.16)** Lloc de prestació dels contractes basats.
- 3.17)** Responsable de l'acord marc i dels contractes basats.
- 3.18)** Protecció de dades de caràcter personal.
- 3.19)** Planificació preventiva en cas de concurrència empresarial en els contractes basats.
- 3.20)** Sistema de determinació del preu.
- 3.21)** Comprovacions en el moment de la recepció de la qualitat de l'objecte del contracte basat.
- 3.22)** Facultat de la Diputació de Barcelona sobre manteniment d'estàndards de qualitat en la prestació de serveis.
- 3.23)** Informació sobre les condicions de subrogació en contractes de treball.
- 3.24)** Propietat dels treballs dels contractes basats.

ANNEXOS:

Annex 1: Model de declaració responsable per al compliment de la normativa nacional (comú pels lots 1, 2 i 3)

Annex 2: Model de proposició avaluable d'acord amb els criteris automàtics per al lot 1

Annex 3: Model de proposició avaluable d'acord amb els criteris automàtics per al lot 2

Annex 4: Model de proposició avaluable d'acord amb els criteris automàtics per al lot 3

Annex 5: Brífig per a la proposta avaluable d'acord amb els criteris de judici de valor per al lot 3

1) DADES RELATIVES A LA LICITACIÓ I ADJUDICACIÓ DE L'ACORD MARC:**1.1) Definició de l'objecte**

El present acord marc, promogut pel Gabinet de la Presidència, relatiu a l'Acord marc per a la selecció de diverses empreses per a la prestació de serveis de gestió per a la inserció de publicitat institucional, de la Diputació de Barcelona i dels ens adherits, en els mitjans de comunicació i en altres serveis de publicitat i comunicació, dividit en tres lots, d'acord amb el Plec de Prescripcions Tècniques (PPT).

Els ens adherits, integrats en el sector públic de la Diputació de Barcelona, són els següents:

- Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB) als lots 1, 2, i 3.
- Xarxa Audiovisual Local, SL (XAL) al lot 1

A aquests efectes, el present plec regula el procediment d'adjudicació dels contractes basats en l'acord marc, així com estableix les condicions, els drets i les obligacions que els seran d'aplicació.

Aquest procediment es constitueix a través dels lots de licitació següents:

		Nombre màxim d'empreses per lot
Lot 1	Campanyes multimèdia	3
Lot 2	Campanyes a xarxes socials i cercadors	1
Lot 3	Accions especials de publicitat no convencional	3

Les empreses només es poden presentar a un lot.

Els Codis CPV que corresponen són:

Per al lot 1, 79341200-8 (serveis de gestió publicitària).

I per al lot 2 i 3, 79341000-6 (serveis de publicitat), 79341200-8 (serveis de gestió publicitària) i 79342000-3 (serveis de màrqueting).

1.2) Necessitat i idoneïtat del contracte

Les necessitats administratives a satisfer, la idoneïtat de l'objecte del contracte, la justificació del procediment, la divisió en lots, els criteris d'adjudicació i la resta de requeriments recollits a la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic, per la que es transposen a l'ordenament jurídic espanyol les Directives del Parlament Europeu i del Consell 2014/23/UE i 2014/24/UE, de 26 de febrer de 2014 (LCSP) estan acreditats a l'expedient.

1.3) Pressupost base de licitació

- a) El **pressupost base** de licitació de l'acord marc, es fixa en la quantitat biennal (2 anys) de **8.429.000,00 €**, **IVA inclòs**, desglossat d'acord amb el següent detall:

Lots	Pressupost (IVA exclòs)	21% IVA	Pressupost (IVA inclòs)
Lot 1 (Campanyes multimèdia)	6.329.752,07 €	1.329.247,93 €	7.659.000,00 €
Lot 2 (Campanyes a xarxes socials i cercadors)	442.148,76 €	92.851,24 €	535.000,00 €
Lot 3 (Accions especials de publicitat no convencional)	194.214,88 €	40.785,12 €	235.000,00 €
TOTAL			8.429.000,00 €

El pressupost desglossat per ens és el següent:

Lot 1

Ens	Pressupost (IVA exclòs)	21% IVA	Pressupost (IVA inclòs)
Diputació de Barcelona	3.727.272,73 €	782.727,27 €	4.510.000,00 €
Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB)	202.479,34 €	42.520,66 €	245.000,00 €
Xarxa Audiovisual Local, SL (XAL)	2.400.000,00 €	504.000,00 €	2.904.000,00 €
			7.659.000,00 €

Lot 2

Ens	Pressupost (IVA exclòs)	21% IVA	Pressupost (IVA inclòs)
Diputació de Barcelona	385.950,41 €	81.049,59 €	467.000,00 €
Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB)	56.198,35 €	11.801,65 €	68.000,00 €
			535.000,00 €

Lot 3

Ens	Pressupost (IVA exclòs)	21% IVA	Pressupost (IVA inclòs)
Diputació de Barcelona	165.289,26 €	34.710,74 €	200.000,00 €
Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB)	28.925,62 €	6.074,38 €	35.000,00 €
			235.000,00 €

Els licitadors, en la seva oferta, hauran de millorar els descomptes mínims, els preus unitaris màxims o la comissió d'agència que es detallen en els annexos 2 (lot 1), 3 (lot 2) i 4 (lot 3), d'acord amb les indicacions previstes a la clàusula 1.11 del present plec.

El pressupost base de licitació s'ha calculat d'acord amb les estimacions de les prestacions a realitzar durant l'execució del contracte i no suposa una obligació de despesa, atès que aquest es determinarà en funció dels contractes basats en l'acord marc que es duguin a terme durant la seva vigència.

El pressupost comprèn la suma total de les possibles contractacions basades en aquest acord marc. El preu consignat és indiscutible, no admetent-se cap prova d'insuficiència i porta implícits tots aquells conceptes previstos a l'art. 100 de la LCSP i concordants.

b) Desglossament del pressupost per costos

El pressupost base de licitació de l'acord marc (vigència inicial) per lots, s'ha fixat d'acord amb el detall següent (sense IVA):

LOT 1- Campanyes multimèdia

	Percentatges	Import
Costos directes		
Costos salarials	5,5%	348.136,36 €
Espais publicitaris	76,5%	4.842.260,33 €
Costos indirectes		
Despeses generals d'estructura	10%	632.975,21 €
Beneficis	8%	506.380,17 €
TOTAL DE COSTOS	100%	6.329.752,07 €

LOT 2- Campanyes a xarxes socials i cercadors

	Percentatges	Import
Costos directes		
Costos salarials	22%	97.272,73 €
Espais publicitaris	60%	265.289,25 €
Costos indirectes		
Despeses generals d'estructura	10%	44.214,88 €
Beneficis	8%	35.371,90 €
TOTAL DE COSTOS	100%	442.148,76 €

LOT 3- Accions especials de publicitat no convencional

	Percentatges	Import
Costos directes		
Costos salarials	25%	48.553,72 €
Espais publicitaris	57%	110.702,48 €
Costos indirectes		
Despeses generals d'estructura	10%	19.421,49 €
Beneficis	8%	15.537,19 €
TOTAL DE COSTOS	100%	194.214,88 €

El cost salarial del contracte s'ha fixat tenint en compte el conveni col·lectiu estatal del sector d'empreses de publicitat (codi conveni 99004225011981, publicat al BOE, núm. 35, de 10 de febrer de 2016), i d'acord la darrera revisió (BOE, núm 291, de 4 de novembre de 2020).

El referit conveni no fixa cap desagregació per gènere, motiu pel qual els salaris seran idèntics per a la realització de les tasques de la mateixa categoria amb independència de que el treball sigui executat per un home o una dona, existint únicament diferències com a conseqüència de les diferents antiguitats dels treballadors o altres circumstàncies previstes legalment.

1.4) Existència de crèdit

La despesa pluriennal derivada dels contractes basats en l'acord marc de **8.429.000,00 €, IVA inclòs**, s'imputarà a càrrec de les aplicacions pressupostàries següents:

- **Per la Diputació de Barcelona**

Lot 1: Campanyes multimèdia

Exercici	Import	Orgànic	Programa	Econòmic
2022	900.000,00 €	11020	92050	22602
2023	1.800.000,00 €	11020	92050	22602
2024	1.400.000,00 €	11020	92050	22602

Exercici	Import	Orgànic	Programa	Econòmic
2022	70.000,00 €	1A101	92040	22603
2023	205.000,00 €	1A101	92040	22603
2024	135.000,00 €	1A101	92040	22603

Lot 2: Campanyes a xarxes socials i cercadors

Exercici	Import	Orgànic	Programa	Econòmic
2022	87.000,00 €	11020	92050	22602
2023	230.000,00 €	11020	92050	22602
2024	150.000,00 €	11020	92050	22602

Lot 3: Accions especials de publicitat no convencional

Exercici	Import	Orgànic	Programa	Econòmic
2022	30.000,00 €	11020	92050	22602
2023	100.000,00 €	11020	92050	22602
2024	70.000,00 €	11020	92050	22602

- **Pel Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB)**

Lot 1: Campanyes multimèdia

Exercici	Import	Orgànic	Programa	Econòmic
2022	35.000 €	1	33440	22606
2023	120.000 €	1	33440	22606
2024	90.000 €	1	33440	22606

Lot 2: Campanyes a xarxes socials i cercadors

Exercici	Import	Orgànic	Programa	Econòmic
2022	14.000 €	1	33440	22606
2023	36.000 €	1	33440	22606
2024	18.000 €	1	33440	22606

Lot 3: Accions especials de publicitat no convencional

Exercici	Import	Orgànic	Programa	Econòmic
2022	5.000 €	1	33440	22606
2023	20.000 €	1	33440	22606
2024	10.000 €	1	33440	22606

- **Per la Xarxa Audiovisual Local (XAL)**

Lot 1: Campanyes multimèdia

Exercici	Import	Aplicació pressupostària
2022	484.000 €	LX1DA-90 Accions audiovisuals
2023	1.452.000 €	LX1DA-90 Accions audiovisuals
2024	968.000 €	LX1DA-90 Accions audiovisuals

Amb la condició suspensiva que per a l'esmentada despesa existeixi consignació adequada i suficient en els corresponents pressupostos. D'acord amb el que estableix l'article 174 del text refós de la Llei reguladora de les hisendes locals, aprovat pel Reial decret legislatiu 2/2004, de 5 de març.

En el moment d'adjudicar aquesta contractació, sens perjudici de l'aplicació dels preus oferts per l'empresa contractista es retindrà la despesa pel total aprovat, per poder fer front al major nombre possible d'insercions de publicitat institucional tant de la Diputació de Barcelona com dels ens adherits a aquest Acord Marc.

1.5) Durada de l'Acord marc i possibles pròrroques

- **Quant a la durada:**

L'acord marc, un cop formalitzat, tindrà una durada de 2 anys a comptar des de l'inici de la prestació objecte del contracte.

La data d'inici de la prestació es fixarà en el contracte d'acord amb l'article 35.1.g) de la LCSP.

- **Quant a la pròrroga:**

L'acord marc serà prorrogable de forma expressa, sense que la durada de la seva vigència, incloses les pròrrogues, pugui excedir de quatre (4) anys.

La pròrroga serà obligatòria per al contractista quan aquesta se li hagi comunicat amb una antelació mínima de 2 mesos a la finalització de la durada del contracte.

1.6) Valor estimat de l'acord marc

El valor estimat de l'acord marc, als efectes d'allò que disposen l'article 101 i concordants de la LCSP, és de **15.325.454,56 € IVA exclòs**.

El mètode del càlcul per determinar l'import del VEC pels lots és el següent:

Lot 1. Campanyes multimèdia	
Pressupost (Vigència inicial): 2 anys	6.329.752,07 € IVA exclòs
Pròrroga: fins a 2 anys	6.329.752,07 € IVA exclòs
Modificació (en els termes de la clàusula 3.3 del present plec)	1.265.950,41 € IVA exclòs
13.925.454,55 € IVA exclòs	

Lot 2. Campanyes a xarxes socials i cercadors	
Pressupost (Vigència inicial): 2 anys	442.148,76 € IVA exclòs
Pròrroga: fins a 2 anys	442.148,76 € IVA exclòs
Modificació (en els termes de la clàusula 3.3 del present plec)	88.429,75 € IVA exclòs
972.727,27 € IVA exclòs	

Lot 3. Accions especials de publicitat no convencional	
Pressupost (Vigència inicial): 2 anys	194.214,88 € IVA exclòs
Pròrroga: fins a 2 anys	194.214,88 € IVA exclòs
Modificació (en els termes de la clàusula 3.3 del present plec)	38.842,98 € IVA exclòs
427.272,74 € IVA exclòs	

Els percentatges de la pròrroga i modificació per a cada ens participant en el contracte es mantenen en els mateixos termes que els previstos per la vigència inicial.

1.7) Tramitació de l'expedient i procediment d'adjudicació

La contractació, que es tramitarà de forma ordinària, està subjecta a regulació harmonitzada, i és susceptible de recurs especial en matèria de contractació, es durà a terme mitjançant: **procediment obert i l'adjudicació** amb més d'un criteri d'adjudicació, en virtut d'allò que estableixen els articles 145, 146, 156 a 158 i concordants de la LCSP.

1.8) Perfil de contractant

Per a consultar els plecs i la resta de documents relacionats amb la present contractació, així com la composició de la Mesa de Contractació, si és procedent, s'ha d'accedir al Perfil de contractant a través de l'adreça següent:

<https://seuelectronica.diba.cat>

Informació als interessats

Així mateix, de conformitat amb l'article 138.3 de la LCSP, es pot proporcionar als interessats en el procediment de licitació que ho sol·licitin informació addicional sobre els plecs i altra documentació complementària a tot trigar 4 dies abans que finalitzi el termini fixat per a la presentació d'ofertes, a condició que l'hagin demanat almenys 8 dies abans del transcurs del termini de presentació de les proposicions o de les sol·licituds de participació.

1.9) Presentació de proposicions

Les proposicions es presentaran en la forma, termini i lloc indicats a l'anunci de licitació, mitjançant l'eina **Sobre Digital, integrada a la Plataforma de Serveis de Contractació Pública de Catalunya**, accessible en el perfil de contractant de la Diputació, indicat en la clàusula 1.8 del present plec.

Tota la informació relativa al Sobre Digital es pot consultar en el document "**Instruccions sobre l'ús de mitjans electrònics en els procediments de contractació**" publicat en el perfil de contractant de la Diputació de Barcelona.

Qualsevol dubte en relació a la presentació d'ofertes es pot consultar al Servei de Contractació a l'adreça electrònica scon.publicitat@diba.cat.

L'esmentada documentació haurà de presentar-se en qualsevol de les llengües cooficials de Catalunya, signada electrònicament, **en dos sobres en el cas del lot 1 i 2 i en tres sobres en el cas del lot 3**, en els termes següents:

Lots 1 i 2 :

Sobre A (documentació administrativa)

Sobre B (documentació relativa als criteris avaluables de forma automàtica)

Lot 3:

Sobre A (documentació administrativa)

Sobre B (documentació relativa als criteris subjecte a judici de valor)

Sobre C (documentació relativa als criteris avaluables de forma automàtica)

Presentació de la documentació en sobres en el cas del lot 1 (Campanyes multimèdia) i del lot 2 (Campanyes a xarxes socials i cercadors)

SOBRE A

Contindrà la documentació administrativa següent:

- Declaració responsable, signada electrònicament, de compliment de les condicions establertes legalment per contractar amb el sector públic, d'acord amb el model de document europeu únic de contractació (DEUC).

El DEUC s'ha d'emplenar de conformitat amb les indicacions que consten a la Guia ràpida per al licitador publicada en el perfil de contractant de la Diputació de Barcelona.

- Declaració responsable, signada electrònicament, per al compliment de les condicions establertes per contractar amb el sector públic conforme a la normativa nacional, d'acord amb el model que consta com

- **Annex 1 al PCAP**

SOBRE B

Contindrà la proposició, signada electrònicament, relativa als criteris d'adjudicació avaluables de forma automàtica, d'acord amb els models següents:

- Annex 2 al PCAP (proposició lot 1)
- Annex 3 al PCAP (proposició lot 2)

Presentació de la documentació en sobres en el cas del lot 3: Accions especials de publicitat no convencional**SOBRE A**

Contindrà la documentació administrativa següent:

- Declaració responsable, signada electrònicament, de compliment de les condicions establertes legalment per contractar amb el sector públic, d'acord amb el model de document europeu únic de contractació (DEUC).

El DEUC s'ha d'emplenar de conformitat amb les indicacions que consten a la Guia ràpida per al licitador publicada en el perfil de contractant de la Diputació de Barcelona.

- Declaració responsable, signada electrònicament, per al compliment de les condicions establertes per contractar amb el sector públic conforme a la normativa nacional, d'acord amb el model que consta com a **Annex 1 al PCAP**

Les condicions establertes legalment per contractar han de complir-se abans de la finalització del termini de presentació de proposicions i subsistir en el moment de perfecció del contracte, d'acord amb l'article 140.4 LCSP.

De conformitat amb l'article 140.3 LCSP, els licitadors s'obliguen a aportar, en qualsevol moment abans de la proposta d'adjudicació, tota la documentació exigida quan els hi sigui requerida, i sens perjudici d'allò establert a la clàusula 1.18) del present Plec

SOBRE B

Contindrà la documentació tècnica, signada electrònicament, relativa als criteris d'adjudicació que depenguin d'un judici de valor, segons el brífing detallat a l'**Annex 5 al PCAP**.

ADVERTÈNCIA

La documentació que contenen els sobres precedents (A i B) no pot incloure cap informació que permeti conèixer el contingut del sobre C, relatiu als criteris avaluable de forma automàtica. L'incompliment d'aquesta obligació pot implicar l'exclusió de la licitació.

SOBRE C

Contindrà la proposició, signada electrònicament, relativa als criteris d'adjudicació avaluable de forma automàtica, d'acord amb el model que consta com :

- Annex 4 al PCAP

(Els models de declaració i proposició es podran descarregar a la Plataforma)

1.10) Condicions mínimes i mitjans d'acreditació de la solvència econòmica i financera i professional o tècnica i altres requeriments

El licitador haurà de complir les condicions següents:

La documentació acreditativa de la solvència haurà de ser presentada únicament pel licitador proposat com a adjudicatari en el termini previst en la clàusula 1.18 del present plec i en els termes que es detallen en el requeriment.

I disposar de la solvència següent:

a) Solvència econòmica i financera:

- Volum anual de negocis referit al millor exercici dins dels tres últims disponibles.

Mínim: Ples següents imports mínims en algun dels tres (3) exercicis esmentats, en funció del/s lot/s al/s qual/s presentin oferta

Lot 1	405.000,00 €
Lot 2	150.000,00 €
Lot 3	40.000,00 €

Mitjà d'acreditació: Comptes anuals aprovats i dipositats en el Registre Mercantil, si l'empresari hi estigués inscrit; en cas contrari, pels dipositats en el registre oficial en què hagi d'estar inscrit. Els empresaris individuals no inscrits en el Registre Mercantil acreditaran el volum anual de negocis mitjançant els llibres d'inventaris i comptes anuals legalitzats pel Registre Mercantil.

b) Solvència professional o tècnica:

- Relació dels principals serveis o treballs realitzats d'igual o similar naturalesa que els que constitueixen l'objecte del contracte, en el curs de com a màxim, els tres (3) últims anys, que inclogui objecte, import, dates i el destinatari, públic o privat d'aquests, signada pel representant legal de l'empresa.

Mínim: En aquesta relació ha de constar serveis, de característiques similars a l'objecte del contracte, pels següents imports mínims en algun dels tres (3) exercicis esmentats, en funció del/s lot/s al/s qual/s presentin oferta:

Lot 1	190.000,00 €
Lot 2	50.000,00 €
Lot 3	15.000,00 €

Documentació acreditativa dels treballs/serveis mínims:

- Quan els treballs o serveis s'hagin realitzat en entitats del sector públic, cal aportar certificats expedits o visats per l'òrgan competent.
- Quan els treballs o serveis s'hagin realitzat en entitats del sector privat, mitjançant un certificat expedit per l'empresa destinatària d'aquests treballs/serveis o a falta d'aquest certificat, mitjançant una declaració signada pel representant legal de l'empresa licitadora acompanyada dels documents en poder seu que acreditin la realització de la prestació.

c) Classificació empresarial com a mitjà alternatiu per acreditar la solvència econòmica i tècnica:

La solvència econòmica i tècnica mínima requerida als apartats anteriors, es podrà acreditar, alternativament, amb la classificació empresarial en els grups, subgrups i categories que tot seguit es detallen:

Lot 1 Campanyes multimèdia

Grup: T	Subgrup: 1	Categoria: 5
---------	------------	--------------

Lot 2 Campanyes a xarxes socials i cercadors

Grup: T	Subgrup: 1	Categoria: 2 o superior
---------	------------	-------------------------

Lot 3 Accions especials de publicitat no convencional

Grup: T	Subgrup: 1	Categoria: 1 o superior
---------	------------	-------------------------

Així mateix, les empreses, d'acord amb l'article 76.2 de la LCSP, s'han de comprometre a adscriure, com a mínim, els mitjans següents:

- Mitjans materials per lots:

Lot 1: Campanyes multimèdiaMínim:

Tenir disponibles, com a mínim, les següents fonts de medicació:

- OJD i PGD: per a les tirades i difusions dels suports impresos.
- Infoadex i/o Arce Media: per al control de les inversions publicitàries.
- EGM-Barómetro: per a les audiències.
- Kantar Media o JP Media: per a les audiències de televisió i el control de les campanyes de televisió, i altres suports.
- Geomex: per a les audiències d'exterior.
- Comscore o GFK: per a les audiències dels suports digitals.
- Auditsa: per al control de les campanyes de ràdio.

I disposar, en propietat o en lloguer, d'adserveris per a la gestió de les campanyes digitals.

Lot 2: Campanyes a xarxes socials i cercadorsMínim:

Tenir disponibles, com a mínim, alguna de les següents fonts de medicació o estudis bàsics: Social Listening (RRSS) com Primetag, Le Guide Noir, SocialBlade, Hivency, Kolsquare o JP Media, o alguna altra font de medicació d'audiències de xarxes socials.

I a més, han de disposar de permisos com a empresa anunciant per a xarxes socials i tenir relació directa amb les principals plataformes: Google, Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn, Tik Tok i altres possibles xarxes que apareguin

Lot 3: Accions especials de publicitat no convencionalMínim:

Tenir disponibles, com a mínim, alguna de les següents fonts de medicació o estudis bàsics: Social Listening (RRSS) com Primetag, Le Guide Noir, SocialBlade, Hivency, Kolsquare o JP Media, o alguna altra font de medicació d'audiències de xarxes socials.

Documentació acreditativa mitjans materials: caldrà aportar els documents acreditatius conforme disposen de les fonts de medicació mínimes requerides.

1.11) Criteris d'adjudicació

Els criteris a tenir en compte a l'hora de considerar quina és la millor proposició relació qualitat-preu seran, de forma decreixent, els que tot seguit s'indiquen, d'acord amb la ponderació que es detalla per a cadascun d'aquests:

Lot 1. Campanyes multimèdia**Criteris avaluable de forma automàtica (100%)****Criteri 1) Preu màxim, descompte mínim i comissió Fins a 1.500 punts**

La distribució de la puntuació entre els diferents mitjans és la següent:

- Mitjà imprès: fins a **400** punts
- Mitjans digitals: fins a **400** punts
- Ràdio: fins a **300** punts
- Televisió: fins a **200** punts
- Mitjà exterior: fins a **200** punts

Les ofertes hauran de millorar els descomptes mínims o preus màxims que consten en l'Annex 2 en funció del tipus de mitjà on s'hagi d'inserir la publicitat i d'acord amb les indicacions següents:

- Descomptes mínims: són els descomptes mínims que aplicaran les empreses sobre les tarifes publicades vigents en el moment de fer la petició del servei i que podran incrementar en el moment de presentar la seva oferta.
- Preus màxims: són els preus màxims que aplicaran les empreses i que podran reduir en el moment de presentar la seva oferta. Depenent del mitjà i suport al qual fa referència els preus demanats poden ser:
 - * Cost per gross rating point (C/GRP)
 - * Cost per mil (CPM)
 - * Cost per clic (CPC)
 - * Cost per visionat (CPV)
 - * Costos tecnològics: el preu que s'imputa per utilitzar la tecnologia necessària per a servir/controlar les insercions publicitàries digitals mitjançant adservers.
- Comissió d'agència: import que cobra l'agència per a la gestió de les insercions publicitàries.

Tant en les ofertes de descompte mínim com en les ofertes de preu màxim, la xifra ha d'incloure tots els conceptes necessaris (descompte de negociació, descompte d'agència, càrrecs i comissió d'agència) per tal que sigui una xifra final abans d'IVA. En el cas de les ofertes de descompte mínim serà un percentatge que, descomptat del preu tarifa, donarà el preu net abans d'IVA. En el cas de les ofertes de preu màxim serà el preu net abans d'IVA.

Els descomptes mínims sobre les tarifes de tots els mitjans són aplicables a tots els formats no especificats en el model d'oferta econòmica. Els C/GRP màxims a televisió són extensibles a altres formats segons els factors de conversió de la política comercial vigent de cada cadena. Tots els preus i descomptes són aplicables a qualsevol dia de la setmana / hora o edició llevat dels casos ja especificats en el model d'oferta. Els descomptes mínims garantits en els apartats "Altres" de cada mitjà també seran extensibles a tots els formats, dies de la setmana i edicions dels altres suports no descrits de cada mitjà.

D'altra banda, en el model d'oferta s'haurà de detallar la comissió d'agència màxima que s'aplicarà a la casella indicada, ja que aquesta haurà de ser la comissió d'agència màxima a aplicar en els contractes basats.

Els preus s'han d'escriure amb números sencers, sense decimals. Els preus de la comissió d'agència, dels costos tecnològic, dels CPMs o dels GRPs sí es poden escriure amb decimals.

Per al suport imprès, els descomptes s'apliquen a les dues modalitats: publicitat i redaccional (monogràfics, publireportatges i contingut informatiu en general, pagat). A banda cal emplenar el descompte per als anuncis oficials.

Per al suport digital, es descriuen diferents modalitats de contractació: cost per mil (CPM), cost per clic (CPC) o cost per visionat (CPV), referides al target d'individus d'àmbit o IP Catalunya. Si no s'especifica format ni emplaçament, el preu serà aplicable a tots els formats i emplaçaments sempre que estiguin contemplats a les polítiques comercials dels diferents suports dels mitjans digitals.

Per al suport digital, es considera Rich media els anuncis digitals publicitaris amb funcionalitats avançades, com el video, el so o d'altres.

Per al suport ràdio, es considera prime time (PT) la franja i dies especificats a cada emissora. La resta de franges i dies queden contemplats a la següent columna. Hi ha emissores sense PT especificat, en aquests cas l'oferta de descompte és per a tots els dies i hores.

Per al suport televisió, el descompte és aplicable a tots els formats, a tots els dies de la setmana i horaris, mentre estiguin publicats a les polítiques comercials de cada cadena.

En les caselles de grups de televisions els descomptes oferts també són aplicables a qualsevol format, horari i programa, mentre estiguin contemplats a les polítiques comercials de les cadenes.

Per al suport televisió, en el cas de TV3 i 8TV, quan no s'especifica PT és per a espais en la resta d'horari que no es comercialitzen a cost per GRP.

Per al suport televisió, el cost/GRP 20" inclou tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA, inclosa la comissió d'agència.

Per al cinema, s'entén «CPM» el Cost per Mil espectadors/impactes (garantits).

Ponderació de les ofertes:

S'assignarà la màxima puntuació al licitador que ofereixi l'oferta més avantatjosa (descompte més alt o preu més baix, segons les indicacions en cada cas), 0 punts quan no s'ofereixi millora i la resta d'ofertes es puntuaran de manera proporcional.

La consecució de punts de cadascuna de les caselles del model d'oferta és individual. La puntuació total serà la suma de les puntuacions atorgades per a cadascuna de les caselles.

ADVERTÈNCIA

En el cas que en alguna de les caselles se superi algun dels preus màxims, es redueixi el percentatge de descompte mínim fixat o s'incrementi la comissió màxima d'agència, **l'empresa restarà exclosa de la licitació**. Si, per error, alguna casella queda buida, s'assignarà 0 punts.

Durant la vigència de l'acord marc, les empreses seleccionades no podran presentar ofertes amb descomptes inferiors, preus superiors ni comissions d'agència superiors als ofertats en aquest procediment.

En el supòsit que durant la tramitació de l'expedient es tingués constància formal que algun dels suports o formats detallats en el model d'oferta econòmica deixi de comercialitzar-se, aquest no es tindrà en compte a l'hora de puntuar.

La distribució de la puntuació a atorgar per a cada un dels conceptes es detalla tot seguit:

Distribució de punts per als mitjans impresos (fins a 400 punts):

Suports (mitjà imprès)		Puntuació Descompte mínim (%) en publicitat i/o redaccional
Premsa general, esportiva i econòmica	La Vanguardia	20
	El Periódico de Catalunya	20
	Ara	18
	El Punt Avui	18
	Altres premsa general d'àmbit Catalunya i Espanya	18
	20 Minutos	18
	Altres premsa gratuïta d'àmbit Catalunya i Espanya	18
	El Mundo Deportivo	16
	Sport	16
	L'Esportiu	16
	Altres premsa esportiva d'àmbit Catalunya i Espanya	14
	Premsa econòmica d'àmbit Catalunya i Espanya	14
	Premsa d'àmbit internacional	12
Premsa comarcal i local	El 9 Nou	16
	Regió 7	16
	El 3 de vuit	14
	Diari de Sabadell	14
	Diari de Terrassa	14
	El Segre	12
	La Mañana	12
	Diari de Tarragona	12
	Més Tarragona	12
	Diari de Girona	12
	Altres premsa comarcal i local d'àmbit Catalunya*	10
Revistes i suplementes	Revistes i suplementes d'àmbit Catalunya	12
	Revistes i suplementes d'àmbit Espanya	12
	Revistes d'àmbit internacional	8
Descompte (%) en anuncis oficials	Premsa generalista Catalunya i Espanya	2
	Premsa comarcal i local d'àmbit Catalunya	2
Comissió d'agència màxima aplicada al mitjà imprès (%):		2
		400

Distribució de punts per als mitjans digitals (fins a 400 punts):

Suports (mitjans digitals)		Puntuació CPM màxim ofert per a robapàgines i megabanner	Puntuació CPM màxim per a Pre- roll 20" / Robavideo*	Puntuació Descompte mínim (%) ofert per a tots els formats no especificats en aquest model
Webs de notícies i televisió	lavanguardia.com	12	12	12
	elperiodico.com	12	12	12
	ara.cat	10	10	10
	naciodigital.cat	10	10	10
	vilaweb.cat	10	10	10
	elpuntavui.cat	10	10	10
	20minutos.com	10	10	10
	elmon.cat	10	10	10
	elnacional.cat	10	10	10
	Altres webs de notícies d'àmbit Catalunya i Espanya	8	8	8
Webs de CCMA	8	8	8	
Suports (mitjans digitals)			Puntuació CPM màxim (€) per a formats standard IAB	Puntuació Descompte mínim (%) per a tots els formats no especificats en aquest model
Webs de les associacions	Webs de l'ACPC	5		5
	Webs de l'APPEC	5		5
	Webs de l'AMIC	5		5
Altres	Webs de viatges / turisme / oci / nens	5		5
	Altres webs d'àmbit Catalunya			4
	Altres webs d'àmbit Espanya			4
	Altres webs d'àmbit internacional			4
Mòbils i altres dispositius				4
Costos tecnològics (sense comissió d'agència aplicat)				Puntuació
En concepte del pes de l'anunci	Rich media (sense vídeo) fins a 300kb		2	
	Rich media (amb vídeo) més de 300kb		2	
En concepte del control de la campanya				2
Comissió d'agència màxima aplicada als mitjans digitals (%):				8
				400

Distribució de punts per als mitjans radiofònics (fins a 300 punts):

Suports (mitjà ràdio)	Horari PT	Puntuació Descompte mínim (%) en horari prime time (PT)	Puntuació Descompte mínim (%) per la resta de dies i franges horàries de les emissores amb PT especificat i per tots els dies i franges de les emissores sense PT especificat
Catalunya Ràdio	dll-dv 7:00-9:00h.	14	10
Catalunya Informació	dll-dv 7:00-9:00h.	14	10
Resta d'emissores de la CCMA			10
Rac 1	dll-dv 08:00-09:00h.	14	10
Rac 105	dll-dv 08:00-09:00h.	14	10
Ser	dll-dv 08:00-10:00h.	14	10
Ser Catalunya	dll-dv 08:00-10:00h.	14	10
40 Principales	dll-dv 08:00-10:00h.	10	10
Flaix FM i Flaixbac	dll-dv 08:00-10:00h.	10	10
Onda Cero	dll-dv 08:00-10:00h.	14	10
Cope	dll-dv 07:00-9:00h.	8	8
Ràdio Estel	totes les franges	6	8
Ràdio Teletaxi	totes les franges	6	8
Altres ràdios d'àmbit català			8
Ràdios d'àmbit espanyol			6
Ràdios d'àmbit internacional			6
Podcast d'emissores convencionals (falca preroll prèvia escolta)	totes les franges	8	
Ràdios exclusivament digitals, podcast i altres formats digitals	totes les franges	8	
Comissió d'agència màxima aplicada al mitjà ràdio (%):		2	
		300	

Distribució de punts per als mitjans televisius (fins a 200 punts):

Suports (mitjà televisió)	Concepte	Puntuació Preu (€ o % descompte)
TV3 (amb 45% prime time)	C/GRP 20" màxim - Ind 16+	18
TV3 (per a aquells espais de TV3 que no es comercialitzin a cost per	descompte mínim	18
Resta de cadenes de televisió de la CCMA	descompte mínim	18
8TV (amb 55% prime time)	C/GRP 20" màxim - Ind 16+	15
8TV	descompte mínim	15
BeTeVé	descompte mínim	15
TeVéCat	descompte mínim	15
Canal Taronja-Televisió Berguedà	descompte mínim	15
El 9 Televisió	descompte mínim	15
Televisions locals i comarcals o qualsevol d'àmbit català	descompte mínim	14
Televisions d'àmbit estatal	descompte mínim	14
Televisions d'àmbit internacional	descompte mínim	14
Televisions exclusivament digitals i plataformes d' <i>streaming</i> de de VOD (video sota demanda)	CPM màxim	12
Comissió d'agència màxima aplicada al mitjà televisió (%):		2
		200

Distribució de punts per als mitjans exteriors (fins a 200 punts):

Suports (mitjà exterior)	Puntuació Preu (€ o % de descompte)
Opis metro Xarxa metropolitana Barcelona	20
Cartells d'escala metro Xarxa metropolitana Barcelona	20
Opis Ferrocarrils de la Generalitat	14
Opis Renfe (Rodalies i estacions)	14
Opis, opis a parades autobús i mobiliari urbà exterior	14
Tanques publicitàries	10
Autobusos urbans Barcelona Ciutat	10
Autobusos interurbans Catalunya	10
Tramvies Barcelona	10
Circuits mitgeres Barcelona ciutat	10
Aeroport Barcelona	10
Pantalles al metro	10
Pantalles a l'autobús	10
Pantalles a FGC (MesqueTV)	10
Opis Blipvert	10
Cinema CPM 20" impactes (garantia d'espectadors)	10
Altres	6
Comissió d'agència màxima aplicada al mitjà exterior (%):	2
	200

Criteri 2) Reducció de termini en el lliurament de comprovants i resultats assenyalat pel lot 1, a l'apartat 2.1 punt e) del PPT..... Fins a 50 punts.

S'atorgarà la puntuació d'acord amb el següent detall:

Lliurament en dies hàbils	Puntuació
20 dies (obligatori)	0 punts
19 dies	5 punts
18 dies	10 punts
17 dies	15 punts
16 dies	20 punts
15 dies	25 punts
14 dies	30 punts
13 dies	35 punts
12 dies	40 punts
11 dies	45 punts
10 dies o inferior	50 punts

Lot 2. Campanyes a xarxes socials i cercadors

Criteris avaluables de forma automàtica (100%)

Criteri 1) Comissió d'agència..... Fins a 100 punts (83%)

Les ofertes hauran de millorar les comissions màximes que consten en l'Annex 3.

La distribució de la puntuació entre les campanyes amb diferent volum d'inversió és la següent:

Campanya amb una inversió de:	Puntuació màxima
Fins a 1.000 €	Fins a 20 punts
de 1.001 € fins a 5.000 €	Fins a 20 punts
de 5.001 € fins a 15.000 €	Fins a 20 punts
de 15.001 € fins a 30.000 €	Fins a 15 punts
de 30.001 € fins a 100.000 €	Fins a 15 punts
A partir de 101.000 €	Fins a 10 punts
	100

Dins d'aquesta comissió d'agència s'inclouen els honoraris de personal, l'estratègia i la gestió, així com el seguiment de l'acció i l'informe de resultats. La resta de l'import s'haurà d'invertir directament a les xarxes o als cercadors proposats.

Ponderació de les ofertes:

S'assignarà la màxima puntuació al licitador que ofereixi l'oferta més avantatjosa (comissió més baixa, segons les indicacions en cada cas), 0 punts en el cas que no s'ofereixi millora i la resta d'ofertes es puntuaran de manera proporcional.

La consecució de punts de cadascuna de les caselles del model d'oferta és individual. La puntuació total serà la suma de les puntuacions atorgades per a cadascuna de les caselles.

ADVERTÈNCIA

En el cas que en alguna de les caselles se superi alguna de les comissions màximes **l'empresa restarà exclosa de la licitació**. Si, per error, alguna casella queda buida, s'assignarà 0 punts, i es comptarà com si s'hagués marcat la comissió màxima.

Durant la vigència de l'acord marc, les empreses seleccionades no podran presentar ofertes amb comissions superiors a les ofertes en aquest procediment.

Criteri 2) Reducció de termini en el lliurament de comprovants i resultats assenyalats pel lot 2, a l'apartat 2.2 punt d) del PPT Fins a 20 punts (17%)

S'atorgarà la puntuació d'acord amb el següent detall:

Lliurament en dies hàbils	Puntuació
15 dies (obligatori)	0 punts
14 dies	2 punts
13 dies	4 punts
12 dies	6 punts
11 dies	8 punts
10 dies	10 punts
9 dies	12 punts
8 dies	14 punts
7 dies	16 punts
6 dies	18 punts
5 dies o inferior	20 punts

Lot 3. Accions especials de publicitat no convencional**Criteris que depenen d'un judici de valor (40%)****Criteri 1) Proposta d'estratègia de la campanya que consta en l'annex 5 del present plec Fins a 80 punts (40%)**

Es valorarà la proposta d'estratègia envers el brífing, detallat en l'**Annex 5** del present Plec, de la «Campanya d'influenciadors de la marca Barcelona és molt més».

Les empreses licitadores han de presentar una proposta seguint les indicacions del brífing. En aquesta proposta hauran de justificar el perquè de les accions proposades amb les mètriques adients per tal de poder valorar i puntuar la feina presentada.

És necessari indicar l'impacte estimat de la campanya quant a cobertura, impressions, clics, visionats i visites. Així mateix hauran d'incloure les dades i explicacions necessàries per entendre l'estratègia global i tot el detall tàctic necessari per tal d'entendre la proposta (calendari i formats).

S'atorgarà la puntuació d'acord amb els següents subcriteris:

	Màxima puntuació
Coherència de la proposta estratègica	Fins a 25 punts
Idoneïtat i tria dels influenciadors	Fins a 14 punts
Seguidors totals de cada influenciador	Fins a 8 punts
Qualitat de la proposta de contingut per a cada influenciador	Fins a 10 punts
Nombre de publicacions totals	Fins a 8 punts
Nombre de xarxes que inclou la proposta	Fins a 5 punts
Impacte total de les publicacions (abast)	Fins a 5 punts
Justificació de les partides econòmiques de la proposta de pressupost	Fins a 5 punts
Total	80 punts

Criteris avaluables de forma automàtica (60%)**Criteri 2) Comissió d'agència..... Fins a 110 punts (55%)**

Les ofertes hauran de millorar les comissions màximes que consten en l'Annex 4.
La distribució de la puntuació entre les campanyes amb diferent volum d'inversió és la següent:

Campanya amb una inversió de:	Màxima puntuació
Fins a 1.000 €	Fins a 15 punts
de 1.001 € fins a 5.000 €	Fins a 20 punts
de 5.001 € fins a 15.000 €	Fins a 30 punts
de 15.001 € fins a 30.000 €	Fins a 15 punts
de 30.001 € fins a 100.000 €	Fins a 15 punts
A partir de 101.000 €	Fins a 15 punts
	Total 110 punts

Es demana a les empreses que indiquin la comissió d'agència per trams d'inversió, segons el que es destini a cada campanya. Dins d'aquesta comissió d'agència s'inclouen els honoraris de personal, l'estratègia i la gestió, així com el seguiment de l'acció i l'informe de resultats. La resta de l'import màxim, que vindrà detallat al brífing, s'haurà d'invertir directament en el pagament als tercers que facin possible dur a terme la campanya (com els influenciadors, per exemple).

Ponderació de les ofertes:

S'assignarà la màxima puntuació al licitador que ofereixi l'oferta més avantatjosa (comissió més baixa, segons les indicacions en cada cas), 0 punts en el cas que no es presenti millora i la resta d'ofertes es puntuaran de manera proporcional.

La consecució de punts de cadascuna de les caselles del model d'oferta econòmica és individual. La puntuació total serà la suma de les puntuacions atorgades per a cadascuna de les caselles.

ADVERTÈNCIA

En el cas que en alguna de les caselles se superi alguna de les comissions màximes **l'empresa restarà exclosa de la licitació**. Si, per error, alguna casella queda buida, s'assignarà 0 punts, i es comptarà com si s'hagués marcat la comissió màxima.

Durant la vigència de l'acord marc, les empreses seleccionades no podran presentar ofertes amb comissions superiors a les ofertes en aquest procediment.

Criteri 3) Reducció de termini de lliurament de comprovants i resultats assenyalats pel lot 3, a l'apartat 2.3 punt d) del PPT Fins a 10 punts (5%)

S'atorgarà la puntuació d'acord amb el següent detall:

Lliurament en dies hàbils	Puntuació
15 dies (obligatori)	0 punts
14 dies	1 punt
13 dies	2 punts
12 dies	3 punts
11 dies	4 punts
10 dies	5 punts
9 dies	6 punts
8 dies	7 punts
7 dies	8 punts
6 dies	9 punts
5 dies o inferior	10 punts

En tot cas, la Diputació de Barcelona es reserva la facultat d'adjudicar el contracte a qui reuneixi, al seu entendre, les condicions econòmicament més avantatjoses d'acord amb els criteris assenyalats o a declarar-lo desert en els termes d'allò que disposa l'article 150.3 LCSP.

1.12) Criteris de desempat

En cas d'igualació de proposicions, els criteris per al desempat seran, per ordre de prelación els següents:

- Tenen preferència les proposicions presentades per empreses públiques o privades que en el moment de finalitzar el termini de presentació d'ofertes tinguin a la plantilla un nombre de persones treballadores amb discapacitat superior al 2 per cent, sempre que aquestes proposicions igualin en els seus termes les més avantatjoses des del punt de vista dels criteris que serveixin de base per a l'adjudicació.

A aquests efectes, en el cas d'empreses amb menys de 50 persones treballadores, al % de persones treballadores amb discapacitat en plantilla que acreditin caldrà sumar-li un 2%, amb la finalitat de, en el seu cas, poder fer la comparativa de manera equitativa amb el % que acrediten les empreses amb 50 o més de 50 persones treballadores.

Si diverses empreses licitadores queden igualades quant a la proposició més avantatjosa i, a més, acrediten tenir relació laboral amb persones amb discapacitat en un percentatge superior al 2%, tindrà preferència en l'adjudicació del contracte l'empresa licitadora que disposi en la seva plantilla d'un percentatge més elevat de persones treballadores fixes amb discapacitat.

- En cas de persistir l'empat, la situació de desempat es resoldrà mitjançant sorteig que es durà a terme en acte públic, prèvia la preceptiva convocatòria.

1.13) Termini per a l'adjudicació

L'adjudicació es realitzarà dins del termini de dos (2) mesos a comptar des de la data d'obertura de les ofertes rebudes.

1.14) Variants

Els licitadors no podran presentar variants en les seves ofertes .

1.15) Ofertes anormalment baixes

Per al lot 1 i 2:

Els paràmetres objectius que permetran identificar els casos en què una oferta es consideri anormal, referits a l'oferta considerada en el seu conjunt, són els següents:

S'hauran de complir, de forma acumulativa, les condicions següents:

- Que en el criteri 1 es doni alguna de les situacions previstes a l'article 85 del Reglament General de la Llei de contractes de les Administracions Públiques, aprovat per Reial Decret 1098/2001, de 12 d'octubre, i

per fer el càlcul de la baixa es considerarà "oferta" la puntuació total assolida per cada empresa i "pressupost base de licitació" la puntuació màxima que es pot obtenir en cada un dels lots.

- Que en el criteri 2 s'hagi obtingut la màxima puntuació.

Un cop realitzat el tràmit d'audiència, es declararà el caràcter anormal de les ofertes, si escau.

Per al lot 3:

Els paràmetres objectius que permetran identificar els casos en què una oferta es consideri anormal, referits a l'oferta considerada en el seu conjunt, són els següents:

S'hauran de complir, de forma acumulativa, les condicions següents:

- Que en el 2 es doni alguna de les situacions previstes a l'article 85 del Reglament General de la Llei de contractes de les Administracions Públiques, aprovat per Reial Decret 1098/2001, de 12 d'octubre, i

Per fer el càlcul de la baixa es considerarà "oferta" la puntuació total assolida per cada empresa i "pressupost base de licitació" la puntuació màxima que es pot obtenir en cada un dels lots.

- Que en la suma dels criteris 1 i 3 s'hagi obtingut una puntual igual a 90 punts.

Un cop realitzat el tràmit d'audiència, es declararà el caràcter anormal de les ofertes, si escau.

1.16) Garantia provisional de l'acord marc

No s'exigeix la constitució de garantia provisional, de conformitat amb allò que disposa l'article 106 de la LCSP.

1.17) Garantia definitiva

D'acord amb allò que disposa l'article 107.5 de la LCSP, es fixa una garantia definitiva general de l'acord marc per a cada un dels licitadors proposats com adjudicatari de

- 5.000 euros per al lot 1
- 1.000 euros per al lot 2
- 300 euros per al lot 3

La garantia definitiva es podrà prestar mitjançant qualsevol de les formes previstes en l'article 108.1 de la LCSP i podrà instrumentar-se mitjançant retenció del primer o primers pagaments que s'efectuïn. En aquest cas s'haurà de comunicar expressament en el termini que preveu la clàusula següent.

La constitució de la garantia definitiva respondrà tant dels incompliments de l'acord marc com dels contractes basats posteriors.

1.18) Presentació de documentació pel licitador proposat com a adjudicatari

El licitador proposat com a adjudicatari, abans de l'adjudicació i dins del termini de deu (10) dies hàbils comptadors des de l'endemà de la recepció del requeriment que preveu l'article 150.2 de la LCSP, haurà de presentar la documentació justificativa de:

- Acreditar la constitució de la garantia definitiva (en cas de ser exigida i llevat que s'instrumenti mitjançant retenció en el preu).
- Presentar els documents següents:
 - a) La documentació que acrediti la personalitat de l'empresari, mitjançant DNI o document que el substitueixi. Quan no actuï en nom propi o es tracti de societat o persona jurídica, a més del seu DNI, haurà d'aportar l'escriptura de nomenament de càrrec social o bé el poder notarial per representar la persona o entitat, i l'escriptura de constitució o d'adaptació, si escau, de la societat o entitat i/o aquella en què consti el darrer objecte social vigent, en el qual hauran d'estar compreses les prestacions objecte del contracte. Així mateix, els actes i acords continguts en les escriptures abans assenyalades hauran d'estar inscrits en el registre adient quan la inscripció esmentada els sigui exigible. En el cas que no ho fos, la capacitat d'obrar s'acreditarà mitjançant l'escriptura o document de constitució, estatuts o acte fundacional, inscrits, si s'escau, en el registre oficial corresponent.

Caldrà que la documentació que acrediti la representació i les facultats del licitador sigui validada per l'Assessoria Jurídica de la Secretaria General de la Diputació de Barcelona.

Les empreses no espanyoles d'Estat membres de la Unió Europea o dels Estats signataris de l'acord sobre l'Espai Econòmic Europeu hauran d'acreditar la seva capacitat d'obrar, en els termes d'allò que disposen els articles 67 i 84 de la LCSP, mitjançant la inscripció en els registres comercials o professionals que s'estableixen en l'annex I del RGLCAP.

La capacitat d'obrar de la resta de les empreses estrangeres s'acreditarà de conformitat amb el que disposen els articles 68 i 84 de la LCSP.

- b) Els certificats acreditatius de trobar-se al corrent del compliment de les seves obligacions tributàries i amb la Seguretat Social, llevat que la Diputació de Barcelona disposi d'aquests.
- c) La documentació que acrediti l'habilitació professional, la solvència econòmica i financera i tècnica o professional, així com la documentació que acrediti la disposició dels mitjans que es va comprometre a adscriure al contracte (en cas d'exigència de compromís d'adscripció) en els termes de la clàusula 1.10 del present Plec.

d) En relació amb l'impost sobre activitats econòmiques (IAE) i segons els supòsits següents:

- En cas d'estar exempt: 1) el document d'alta relatiu a l'epígraf corresponent a l'objecte del contracte i 2) una declaració responsable en què on consti que està exempt de pagament i no s'ha donat de baixa de la matrícula de l'impost.

- En cas d'estar subjecte a l'IAE i no estar exempt d'aquest impost, s'haurà de presentar: 1) el document d'alta relatiu a l'epígraf corresponent a l'objecte del contracte, 2) el rebut de l'impost del present exercici o de l'exercici anterior en el cas que no hagués finalitzat el termini de pagament i 3) una declaració responsable de no haver-se donat de baixa de la matrícula de l'impost.

e) La documentació acreditativa de la resta de circumstàncies consignades en la/les declaració/ns responsable/s aportada/es i la resta que sigui exigible.

f) En cas que l'execució del contracte requereixi que el contractista faci tractament de dades personals segons la 3.18 En cas Acord marc del present plec, el proposat adjudicatari haurà de presentar: Declaració signada pel legal representant de l'empresa indicant on estaran ubicats els servidors i des d'on es prestaran els serveis associats a aquests i estarà obligat a comunicar a la Diputació de Barcelona qualsevol canvi en relació amb la declaració esmentada. Aquesta obligació es considera una condició essencial.

Aquelles empreses que estiguin inscrites en el Registre de Licitadors de la Generalitat de Catalunya i/o de l'Administració General de l'Estat restaran eximides de presentar la documentació referida si consta en el Registre de Licitadors.

En cas de no presentar-se la documentació en el termini previst, s'entendrà que el licitador ha retirat la seva oferta, se li exigirà l'import del 3% del pressupost base de licitació, IVA exclòs, en concepte de penalitat, i es procedirà en els termes assenyalats en l'article 150 de la LCSP.

1.19) Formalització de l'acord marc

L'acord marc es formalitzarà per part de la Diputació de Barcelona de conformitat amb el que disposa l'article 153 de la LCSP.

El representant legal de l'empresa haurà de signar electrònicament el contracte amb qualsevol eina gratuïta de signatura de documents avalada per l'Administració Oberta de Catalunya (AOC), com pot ser el programa Adobe Acrobat Reader DC, amb l'establert per la Diputació de Barcelona a la seva Política de signatura (https://seuelectronica.diba.cat/fitxers/D10605_2018_Politica%20Signatura.pdf), i al seu Catàleg de formats dels documents electrònics

(<https://seuelectronica.diba.cat/fitxers/16.pdf>), com pot ser, entre d'altres, l'aplicació informàtica Adobe Acrobat Reader DC.

En tractar-se d'un contracte **susceptible de recurs especial**, la formalització no es produirà abans del transcurs dels 15 dies hàbils següents a la remissió de la notificació de l'adjudicació.

Una vegada transcorregut el termini previst en el paràgraf anterior, l'adjudicatari s'obliga a formalitzar-lo quan sigui requerit i, en qualsevol cas, en un termini màxim de 5 dies naturals a comptar de l'endemà de la recepció del requeriment.

En el supòsit que l'adjudicatari sigui una unió temporal d'empreses, aquesta haurà d'estar formalment constituïda abans de la formalització del contracte.

Si per causes imputables a l'adjudicatari, el contracte no es formalitza en el termini assenyalat, es procedirà a imposar una penalitat equivalent al 3% del pressupost base de licitació, IVA exclòs, de conformitat amb el que disposa l'article 153.4 LCSP.

2) DADES RELATIVES A L'ADJUDICACIÓ DELS CONTRACTES BASATS EN L'ACORD MARC:

El conjunt de tràmits, actuacions i comunicacions que es facin durant el procediment de contractació i durant la vigència del contracte que es licita, entre les empreses i la Diputació de Barcelona i la resta d'ens adherits, es realitzaran per mitjans electrònics, informàtics i telemàtics, i es dirigiran a l'adreça de correu electrònic que l'empresa hagi indicat, d'acord amb les previsions establertes per la disposició addicional quinzena i setzena de la LCSP i per la Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques.

S'entén per contracte basat cada necessitat publicitària que tinguin la Diputació de Barcelona i la resta d'ens adherits.

Per determinar la competència per aprovar i adjudicar els contractes basats es tindrà en compte el pressupost individual de cada contracte basat, d'acord amb les delegacions de competències aprovades a tal efecte per la Diputació de Barcelona o la normativa específica de cadascun dels ens adherits.

2.1) Procediment d'adjudicació dels contractes basats per als lots 1 i 3.

Atès que aquest acord marc no preveu tots els termes dels contractes basats, d'acord amb l'article 221 apartats 4.b) i 5 de la LCSP el procediment d'adjudicació dels contractes basats es realitzarà en les fases següents:

Fase 1. Licitació.

Fase 2. Adjudicació.

Fase 1. Licitació

Invitació a les empreses i presentació d'ofertes

La Secció d'Estratègia i Contractació Publicitària del Gabinet de la Presidència, a través del Servei del BOPB i d'altres Publicacions Oficials o la unitat responsable de la publicitat en la resta d'ens adherits, enviarà una invitació a les empreses perquè presentin oferta en cada un dels contractes basats d'acord amb els criteris d'adjudicació (lot 1: preu, lot 3: preu i proposta tècnica).

Juntament amb la invitació s'annexarà :

En el cas del lot 1: el quadre de característiques tècniques del contracte basat contindrà la informació següent:

- Identificació de l'acord marc en el què es basa.
- Objecte específic (campanya)
- Mitjà, format i característiques de cada inserció.
- Preu màxim per al total de la campanya.
- Termini d'execució.
- Criteri d'adjudicació (en els termes previstos més endavant en aquesta mateixa clàusula).
- Règim de modificació del contracte basat.
- Termini de finalització de les prestacions del contracte basat.
- Responsable del contracte basat.

En el cas del lot 3:

- Identificació de l'acord marc en el què es basa.
- Objecte específic (campanya)
- Brífig amb la informació tècnica de la campanya.
- Preu màxim per al total de la campanya.
- Termini d'execució.
- Criteri d'adjudicació (en els termes previstos més endavant en aquesta mateixa clàusula).
- Règim de modificació del contracte basat.
- Termini de finalització de les prestacions del contracte basat.
- Responsable del contracte basat.

Una vegada les empreses hagin rebut aquesta invitació, hauran de presentar oferta, en el termini màxim plantejat a la invitació. Cas que dins aquest termini no s'hagi donat cap resposta, s'entendrà que es declina la invitació

Per prendre part en els contractes basats les empreses convidades rebran un enllaç URL amb la invitació, que els permetrà accedir al portal "e-licita" de la Plataforma de contractació del sector públic i presentar la seva proposta via telemàtica en un fitxer ZIP, el qual haurà de contenir 1 arxiu amb la següent denominació:

Títol de l'arxiu: «Proposició relativa al contracte basat, nom de l'empresa i número d'expedient» i haurà d'incorporar la corresponent oferta de l'empresa.

Per poder fer l'enviament de la seva proposta via telemàtica l'empresa licitadora s'ha d'identificar i signar amb un certificat digital (nivell 3 o superior) de signatura electrònica avançada basada en un certificat qualificat o reconegut de signatura electrònica emès per les entitats de certificació del Consorci Administració Oberta de Catalunya (Consorci AOC), la Firma professional, la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, la Camerfirma o el DNI Electrònic.

Qualsevol dubte en relació a la presentació de la proposta es pot consultar a la Secció d'Estratègia i Contractació Publicitària del Gabinet de la Presidència a l'adreça electrònica acordmarcpublicitat@diba.cat en el cas d'expedients gestionats per la Diputació de Barcelona o al correu electrònic que es designi en el contracte basats per la resta d'ens adherits

Totes les empreses seleccionades a l'acord marc que hagin estat invitades estan obligades a presentar oferta vàlida en la licitació per a l'adjudicació del contracte basat en aquest, sempre que no existeixi causa justificada que s'haurà de fer arribar a l'òrgan contractant de la mateixa manera que l'oferta. Cas que tots els empresaris declinin la formulació de l'oferta, l'òrgan de contractació podrà procedir a una nova licitació que es regirà per les disposicions generals de preparació, adjudicació i compliment dels contractes de les administracions públiques, segons escaiguin, fixades en els articles 116 a 217, del llibre Segon, Títol I, capítol I de la LCSP.

Fase 2. Adjudicació

Per al lot 1, únicament es tindrà en compte el preu total més baix.

Per al lot 3, es tindran en compte els criteris següents:

- Preu (60% puntuació)
- Proposta estratègica (40% puntuació)

Puntuació de les ofertes:

Preu: S'assignarà la màxima puntuació a l'empresa que ofereixi el preu més baix, 0 punts a l'empresa que no ofereixi millora i la resta d'ofertes es puntuaran de manera proporcional.

Proposta estratègica seguirà aquest barem de puntuació (amb un màxim de 40 punts):

Coherència de la proposta estratègica	Fins a 12 punts
Idoneïtat i tria dels influenciadors	Fins a 7 punts
Seguidors totals de cada influenciador	Fins a 4 punts
Qualitat de la proposta de contingut per a cada influenciador	Fins a 5 punts
Nombre de publicacions totals	Fins a 4 punts
Nombre de xarxes que inclou la proposta	Fins a 3 punts
Impacte total de les publicacions (abast)	Fins a 3 punts
Justificació de les partides econòmiques de la proposta de pressupost	Fins a 2 punts

Les dates de la campanya expressades en la petició de l'oferta són orientatives i poden modificar-se per circumstàncies sobrevingudes o imprevistes per la Secció d'Estratègia i Contractació Publicitària del Gabinet de la Presidència de la Diputació de Barcelona, o per la unitat responsable de la publicitat de la resta d'ens adherits, en funció de les necessitats de comunicació i del mercat.

a.- Informe tècnic de valoració

Un cop exhaurit el termini de presentació d'ofertes la Secció d'Estratègia i Contractació Publicitària o la unitat responsable de la publicitat de la resta d'ens adherits, faran l'informe tècnic de valoració de les ofertes d'acord amb els criteris d'adjudicació previstos:

- Per al lot 1, segons els criteris previstos en el quadre de característiques tècniques, i proposarà adjudicar el contracte basat a l'empresa que ofereixi l'oferta amb el millor preu.
- Per al lot 3, i segons els criteris previstos al brífing lliurat, i proposarà adjudicar el contracte basat a l'empresa que ofereixi la millor oferta qualitat-preu.

En el cas del lot 1, atès que tots els termes del contracte estan ja definits i solament es valoraran les propostes econòmiques es tramitarà un sol acord on s'aprovarà i adjudicarà el contracte basat.

En el cas del lot 3, atès que serà necessari aprovar un brífing i les empreses hauran de presentar una proposta tècnica, es tramitaran dos acords: un d'aprovació de l'expedient i l'altre d'adjudicació del contracte basat.

L'adjudicació, que comporta la perfecció del contracte, s'aprovarà abans d'iniciar els treballs objecte dels contractes basats.

b.- Publicació d'adjudicació

L'acord d'adjudicació del contracte basat es publicarà en el perfil de contractant corporatiu, d'acord amb allò establert a l'article 221.6 f) LCSP.

2.2) Procediment d'adjudicació dels contractes basats per al lot 2.

Pel que fa al lot 2, com només hi ha una empresa seleccionada es realitzarà directament l'encàrrec a l'empresa seleccionada mitjançant correu electrònic a l'adreça facilitada per aquesta i presentarà la seva factura una vegada finalitzada prestació.

L'expedient de la contractació basada en l'acord marc s'inicia i es configura en els termes establerts en el quadre de característiques tècniques del contracte basat contindrà la informació següent:

- Identificació de l'acord marc en el què es basa.
- Objecte específic (campanya)
- Mitjà, format i característiques de cada inserció.
- Preu màxim per al total de la campanya.
- Termini d'execució.
- Règim de modificació del contracte basat.
- Termini de finalització de les prestacions del contracte basat.
- Responsable del contracte basat.

3) DADES RELATIVES A L'EXECUCIÓ DE L'ACORD MARC I DELS CONTRACTES BASATS**3.1) Drets i obligacions de les parts**

Els drets i les obligacions de les parts seran, a més dels que resultin del mateix acord marc i de la normativa aplicable, en particular, els següents:

- L'empresari amb qui s'hagi formalitzat l'acord marc tindrà l'obligació de comunicar a la Diputació de Barcelona la variació de les circumstàncies d'acord amb les quals va ser seleccionat.
- La formalització de l'acord marc no comporta per a la Diputació de Barcelona i la resta d'ens cap tipus d'obligació d'adjudicar un nombre mínim de contractes basats a l'empresari seleccionat.

- L'empresari seleccionat ha de disposar de totes les acreditacions/habilitacions legals que siguin necessàries per desenvolupar correctament l'objecte del contracte.
- L'empresari amb qui s'hagi formalitzat l'acord marc haurà de nomenar una persona de contacte, la qual serà la interlocutora amb la Diputació de Barcelona i els altres ens en qualitat de representant autoritzat de la dita empresa.
- El contractista s'obliga a adequar la seva activitat, en el marc de la seva relació contractual amb la Diputació de Barcelona i la resta d'ens, als principis ètics i a les regles de conducta que permetin assegurar el compliment dels principis d'igualtat, d'imparcialitat i d'integritat, d'objectivitat i de transparència i, en particular, s'obliga a:
 - Facilitar a la Diputació la informació establerta per la Llei 19/2014, de 29 de desembre, de transparència, accés a la informació pública i bon govern i qualsevol d'altra que li sigui requerida d'acord amb la normativa vigent.
 - Comunicar a la Diputació de Barcelona les possibles situacions de conflicte d'interessos o d'altres anàlogues de les què tingui coneixement que afectin, directa o indirectament, a la present contractació i puguin posar en risc l'interès públic.

Per conflicte d'interessos s'entén qualsevol situació en la què el personal al servei de l'òrgan de contractació, que a més participi en el desenvolupament del procediment de licitació o pugui influir en el seu resultat, tingui directa o indirectament un interès financer, econòmic o personal que pugui semblar que compromet la seva imparcialitat i independència en el context de l'esmentat procediment de licitació.
 - No celebrar cap acord amb altres operadors econòmics que, en el marc de la present contractació, no respectin els principis de lliure mercat i de concurrència competitiva, abstenint-se de realitzar cap pràctica col·lusòria.
 - Abstenir-se de realitzar, fomentar, proposar o promoure qualsevol mena de pràctica corrupta que afecti o pugui afectar la relació contractual en els termes previstos en el Codi Penal vigent en cada moment.
- El personal dependent del contractista per al compliment de les prestacions objecte de la present contractació no tindran cap dret ni vinculació davant la Diputació de Barcelona o la resta d'ens.
- El contractista s'obliga a facilitar tota la documentació que li sigui requerida en relació amb els seus subcontractistes o subministradors en els termes de l'article 217 de la LCSP.

- El contractista haurà d'adscriure a l'execució del contracte els mitjans personals i materials que consten detallats a la clàusula 1.10 del present plec i l'apartat 3 del Plec de Prescripcions Tècniques (PPT). Aquesta obligació es considera essencial.

3.2) Condicions especials d'execució dels contractes basats

Les condicions especials d'execució del contracte seran les que tot seguit s'indiquen:

- L'empresa contractista ha de garantir la afiliació, l'alta en la Seguretat Social i el pagament de les cotitzacions de les persones treballadores destinades a l'execució del contracte.
- L'empresa contractista ha de garantir el pagament en temps i forma dels salaris del personal adscrit al contracte.
- L'empresa contractista ha de garantir que el salari de les persones adscrites a l'execució del contracte siguin iguals per a dones i homes en aquelles categories/grups professionals equivalents.

Aquestes obligacions s'estendran a tot el personal subcontractat pel contractista principal destinat a l'execució del contracte. A efectes de comprovació, el contractista haurà de remetre a l'òrgan de contractació, quan aquest ho sol·liciti, una declaració en què constin les dades que permetin comprovar aquest compliment.

- L'empresa contractista, en tota la documentació, publicitat, imatge o materials necessaris per a l'execució del contracte ha de fer un ús no sexista del llenguatge, evitar qualsevol imatge discriminatòria de les dones o estereotips sexistes, i ha de fomentar amb valors d'igualtat la presència equilibrada, la diversitat i la coresponsabilitat.

3.3) Modificació de l'acord marc i dels contractes basats

L'acord marc es podrà modificar per raons d'interès públic només en els supòsits i en la forma prevista en els articles 203 a 207 i concordants de la LCSP i la resta de normativa aplicable.

Es preveu la modificació de l'acord marc, tot justificant-ho en l'expedient, d'acord amb les condicions, abast i límits següents:

En cas que resultés insuficient per fer front a les necessitats reals de la Diputació de Barcelona i de la resta d'ens adherits, per un increment en les estimacions inicials de campanyes o accions publicitàries que comportin un increment de la contractació dels espais d'insercions publicitàries o d'accions especials de publicitat no convencional.

La modificació de l'acord marc podrà afectar, com a màxim, a l'alça el 20% del pressupost base de licitació, IVA exclòs.

Els percentatges màxim a modificar per cada entitat que participa en el contracte serà proporcional al pressupost fixat per cada una d'elles a la clàusula 1.3 del present plec.

En cap cas els preus unitaris, descomptes, o comissions resultants de la modificació de l'acord marc no podran superar el 20% als preus unitaris, descomptes, o comissions anteriors a dita modificació i en cap cas podran ser preus superiors als que les empreses part de l'acord marc ofereixin en el mercat per als mateixos productes.

El procediment a seguir per a la modificació serà el següent:

Dues setmanes abans d'iniciar la tramitació de la modificació del contracte per l'òrgan competent, la Diputació de Barcelona comunicarà als contractistes els termes de la modificació –condicions, import, data d'efectes- que hauran de respectar els límits previstos en els apartats anteriors.

Una vegada aprovada la modificació serà notificada als contractistes que hauran de formalitzar el corresponent contracte de conformitat amb el que estableix l'article 153 de la LCSP i signar electrònicament d'acord amb les previsions de la clàusula 1.19 del present plec, previ reajustament de la garantia, en el seu cas.

Si és necessari, els ens adherits faran arribar al Gabinet de Presidència la proposta de modificació. En tots els casos serà la Diputació la que tramitarà la corresponent modificació contractual.

3.4) Règim de pagament dels contractes basats

El contractista presentarà les corresponents factures un cop finalitzats els serveis contractats al contracte basat i el seu pagament es realitzarà per la Diputació de Barcelona o per l'ens adherit corresponent, en els terminis establerts en l'article 198.4 LCSP, sense perjudici que se li pugui exigir la presentació dels documents de cotització del personal destinat a l'execució del contracte, als efectes de comprovar que es troba al corrent del compliment de les seves obligacions amb la Seguretat Social.

A les factures s'haurà d'incloure les dades recollides en el quadre de característiques tècniques aprovats a l'efecte pel que fa als lots 1 i 3 o les dades de facturació incloses en l'encàrrec pel que fa al lot 2.

Les factures s'han de presentar en el Registre de Factures de la Diputació de Barcelona, dependent de la Intervenció General, que és l'òrgan que té les competències en matèria de comptabilitat, i han d'incloure la identificació del destinatari de la contractació. Per als serveis oferts al Consorci del Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB) o a la Xarxa Audiovisual Local (XAL), s'hauran de presentar segons correspongui a cada ens, i han d'incloure la identificació del destinatari de la contractació.

Les societats anònimes, les societats de responsabilitat limitada i la resta d'entitats compreses en l'article 4 de la Llei 25/2013, de 27 de desembre, d'impuls de la factura electrònica i creació del registre comptable de factures en el sector públic, han de presentar factures electròniques d'acord amb la normativa vigent, tot complint els requeriments tècnics detallats en el portal de tràmits del proveïdor de la seu electrònica de la Diputació de Barcelona (<https://seuelectronica.diba.cat>).

En totes les factures electròniques la identificació dels centres gestors destinataris es farà mitjançant els codis DIR3 següents:

Diputació de Barcelona (NIF P0800000B)

Oficina comptable:	GE0001058 - Intervenció General - Registre de Factures
Òrgan gestor:	GE0001029
Unitat tramitadora:	GE0001029

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

Oficina comptable:	LA0006837
Òrgan gestor:	LA0006837
Unitat tramitadora:	LA0006837

Xarxa Audiovisual Local, SL (NIF B65908337)

Oficina comptable:	LA0005896
Òrgan gestor:	LA0005896
Unitat tramitadora:	LA0005896

3.5) Revisió de preus dels contractes basats

No s'admet la revisió de preus.

3.6) Penalitats dels contractes basats

En cas que la Diputació de Barcelona opti per no resoldre el contracte, s'imposaran al contractista les penalitats següents:

- 1) Si l'empresa contractista incorregués en demora respecte del compliment del termini total o parcial per causes que li siguin imputables, s'imposarà una penalitat diària del 2 % preu del contracte basat, IVA exclòs.

2) En cas d'incompliment parcial o compliment defectuós, amb el límit del 10% del preu del contracte, per a cada penalitat, i amb el límit del 50% en el seu conjunt, ambdós IVA exclòs, s'imposaran:

- Pel compliment defectuós de la prestació i/o per l'incompliment parcial, s'imposaran penalitats del 5 % del preu del contracte basat, IVA exclòs.
- Per l'incompliment del termini d'enviament de resultats i comprovants de les campanyes previst a l'apartat 2 del PPT o millorat en el seu cas en l'oferta, fet que pot perjudicar la optimització de les campanyes en marxa i la planificació estratègica de les campanyes següents, s'imposarà una penalitat diària del 2 % del contracte basat, IVA exclòs.
- Per l'incompliment de les condicions especials d'execució del contracte s'imposarà una penalitat equivalent al 10% del pressupost del contracte basat, IVA exclòs

En la tramitació de l'expedient, es donarà audiència al contractista perquè pugui formular al·legacions, i l'òrgan de contractació resoldrà, prèvia l'emissió dels informes pertinents.

Els imports de les penalitats que s'imposin es faran efectius mitjançant la deducció de les quantitats que, en concepte de pagament, s'hagin d'abonar a l'empresa contractista, o sobre la garantia que, si s'escau, s'hagués constituït, quan no es puguin deduir els pagaments esmentats.

En els supòsits d'incompliment parcial o compliment defectuós o de demora en l'execució en què no estigui prevista penalitat, o aquesta no cobreixi els danys causats a la Diputació, s'exigirà al contractista la indemnització per danys i perjudicis.

En cas que els ens adherits identifiquin incompliments contractuals, emetran un informe i ho comunicaran al responsable de l'acord marc. En tots els casos serà la Diputació de Barcelona qui tramitarà la corresponent penalitat.

3.7) Causes de resolució de l'acord marc i dels contractes basats

Són causes de resolució de l'acord marc i dels contractes basats, a més de les previstes als articles 211 i concordants de la LCSP, les següents:

- El fet d'incórrer el contractista en qualsevol de les causes de prohibició per contractar amb l'Administració Pública estipulades a l'article 71 LCSP.
- L'incompliment de les obligacions essencials del contracte previstes expressament en els plecs.

En cas que els ens adherits identifiquin incompliments contractuals, emetran un informe i ho comunicaran al responsable de l'acord marc. En tots els casos serà la Diputació de Barcelona qui tramitarà la corresponent resolució.

3.8) Termini de recepció de les prestacions dels contractes basats

No s'estableix termini especial de recepció i regirà el termini general d'un (1) mes a comptar del lliurament o la realització de l'objecte del contracte basat en l'acord marc, recepció que s'haurà de formalitzar mitjançant el document acreditatiu corresponent.

3.9) Termini de garantia dels contractes basats

No es fixa termini de garantia del contracte basat en l'acord marc, donades les característiques i la naturalesa de la present contractació.

3.10) Subcontractació dels contractes basats

El contractista podrà subcontractar vàlidament la realització parcial del contracte, mitjançant comunicació prèvia i per escrit a la Diputació de Barcelona del subcontracte a celebrar, i de conformitat amb els requisits assenyalats a l'article 215 de la LCSP.

Si no s'ha indicat prèviament a l'oferta, el contractista comunicarà per escrit a la Diputació de Barcelona, després de l'adjudicació del contracte o a l'inici de la seva execució, la intenció de celebrar subcontractes o qualsevol modificació d'aquesta, tot indicant la part de la prestació a subcontractar i la seva identitat, les dades de contacte i els representats legals del subcontractista així com justificant l'aptitud d'aquest per executar-la de conformitat amb l'establert per la normativa i el present plec i que no està incurs en cap supòsit de prohibició per contractar.

El contractista principal haurà de notificar per escrit a l'òrgan de contractació qualsevol modificació que pateixi aquesta informació durant l'execució del contracte principal, i tota la informació necessària sobre els nous subcontractistes.

L'empresa contractista ha de garantir el pagament dels serveis contractats als tercers implicats en un període màxim de dos mesos després de la finalització de l'acció. Aquesta obligació es considera essencial.

3.11) Confidencialitat de la informació

La declaració de confidencialitat dels licitadors ha de ser necessària i proporcional a la finalitat o interès que es vol protegir i ha de determinar de forma expressa i justificada els documents i/o les dades facilitades que considerin confidencials. No s'admeten declaracions genèriques o no justificades del caràcter confidencial.

No tenen en cap cas caràcter confidencial l'oferta econòmica de l'empresa, ni les dades incloses en el DEUC o declaració anàloga.

D'acord amb l'art 133.2 de la LCSP, el contractista haurà de respectar el caràcter confidencial de la informació a la qual tingui accés a causa de l'execució del contracte.

El deure de confidencialitat tindrà una vigència de 5 anys a comptar del coneixement de la informació de referència.

De conformitat amb l'art. 133.1 de la LCSP, l'òrgan de contractació no podrà divulgar la informació facilitada pels licitadors i designada, de forma expressa i justificada, per aquests com a confidencial.

En el cas de manca d'indicació s'entendrà que la documentació facilitada no té caràcter confidencial.

3.12) Règim jurídic de la contractació

El règim jurídic del contracte es troba constituït pel present Plec de Clàusules Administratives Particulars, pel Plec de Prescripcions Tècniques Particulars, per la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic, mitjançant la qual es transposen a l'ordenament jurídic espanyol les Directives del Parlament Europeu i del Consell 2014/23/UE i 2014/24/UE, de 26 de febrer de 2014, i la seva normativa de desplegament, pel Decret Llei 3/2016, de 31 de maig, de mesures urgents en matèria de contractació pública, pel Plec de Clàusules Administratives Generals de la Diputació de Barcelona publicat en el BOPB de 30 de desembre de 2013 en allò que no contradigui la normativa citada, així com per la resta de normativa legal aplicable.

3.13) Notificacions i ús de mitjans electrònics

Les notificacions derivades de l'expedient de contractació de l'acord marc es realitzaran per la Diputació de Barcelona i les notificacions derivades dels contractes basats es realitzaran per cada entitat que promogui el contracte basat. Totes les notificacions s'efectuaran per mitjans electrònics.

S'efectuaran mitjançant un sistema que garanteix la posada a disposició i l'accés al seu contingut a través del servei de notificacions electròniques e-NOTUM del Consorci de l'Administració Oberta de Catalunya (AOC).

El sistema enviarà un correu electrònic a l'adreça electrònica que a tal efecte s'indiqui, en el qual s'informarà del dipòsit de la notificació. També es podrà enviar un SMS, en cas que s'hagi facilitat un número de telèfon mòbil.

L'accés a les notificacions electròniques serà efectuat pel representant legal o les persones autoritzades en l'apartat de notificacions de la pàgina web de la seu electrònica

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

Les notificacions electròniques s'entendran rebutjades a tots els efectes si, un cop s'ha acreditat la seva posada a disposició, han transcorregut deu (10) dies naturals sense que s'hagi accedit al seu contingut.

L'ús de mitjans electrònics en aquest procediment seguirà les instruccions accessibles al Perfil de Contractant.

3.14) Obligacions laborals, socials, fiscals, de protecció de dades personals, i mediambientals del contractista

El contractista restarà obligat al compliment de les disposicions vigents en matèria laboral, amb obligació de complir les condicions salarials dels treballadors conforme el conveni col·lectiu sectorial d'aplicació, de seguretat social, de seguretat i salut en el treball, de prevenció de riscos laborals, d'integració social de les persones amb discapacitat, d'igualtat efectiva de dones i homes, fiscal, de protecció de dades personals tant nacional com de la Unió Europea, i en matèria mediambiental.

3.15) Assegurances

No és procedent.

3.16) Lloc de prestació dels contractes basats

Els llocs fixats per a la prestacions dels serveis objecte dels contractes basats són les instal·lacions de les empreses seleccionades.

3.17) Responsable de l'acord marc i dels contractes basats

Es designa responsable de l'acord marc, amb les funcions previstes en l'article 62 de la LCSP, a la cap de la Secció d'Estratègia i Contractació Publicitària del Gabinet de la Presidència

La responsable dels contractes basats (amb les funcions previstes en l'article 62 de la LCSP) serà/n la/es persona/es que s'indiqui/n en el respectiu document de licitació.

La responsable no podrà, en cap cas, ni per compte propi ni d'altri, intervenir en aquest procés de contractació com a licitador.

En qualsevol cas, la impossibilitat d'intervenció s'estén a les persones jurídiques en què el responsable o el seu cònjuge, convivents i/o descendents sobre els quals tinguin

representació legal ostentin una participació en el seu capital superior al 10% i/o en siguin administradors.

Els referents designats pels ens adherits comunicaran setmanalment al responsable del contracte les incidències que es produeixin.

3.18) Protecció de dades de caràcter personal

D'acord amb el Reglament europeu 2016/679, de 27 d'abril, relatiu a la protecció de les persones físiques pel que respecta al tractament de dades personals i la lliure circulació d'aquestes dades i pel qual es deroga la Directiva 95/46/CE, i la Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de Protecció de Dades Personals i garantia dels drets digitals i resta de normativa estatal o autonòmica que la desenvolupi, s'informa a la contractista i al seu personal:

Responsable del tractament	Diputació de Barcelona Rambla Catalunya 126, 08008-Barcelona Dades de contacte del Delegat de protecció de dades per a consultes, queixes, exercici de drets i comentaris relacionats amb la protecció de dades: dpd@diba.cat
Finalitat del tractament	Gestió i tramitació dels contractes del sector públic dels òrgans i unitats administratives de la Diputació de Barcelona.
Temps de conservació	Les dades seran conservades durant el temps previst a la normativa de procediment administratiu, de contractació pública i d'arxiu històric.
Legitimació del tractament	Compliment d'obligacions contractuals.
Destinatari de cessions o transferències	Les dades identificatives de qui subscrigui el contracte poden ser publicades a la Plataforma de serveis de contractació pública de la Generalitat de Catalunya, que és on es troba el perfil del contractant de la Diputació. No s'han previst altres cessions més enllà de les previstes per la llei. No s'ha previst cap transferència internacional de dades de les dades subministrades.
Drets de les persones interessades	Es poden exercir els drets d'accés, rectificació, supressió i portabilitat de les seves dades, i la limitació o oposició al seu tractament a través de la Seu electrònica https://seuelectronica.diba.cat/serveis-de-la-seu/proteccio-dades/default.asp o presencialment o per correu postal a Rambla Catalunya, 126, 08008 Barcelona

	Sense perjudici de qualsevol altre recurs administratiu o acció judicial, tot interessat tindrà dret a presentar una reclamació davant d'una autoritat de control, en particular en l'Estat membre en què tingui la seva residència habitual, lloc de treball o lloc de la suposada infracció, si considera que el tractament de dades personals que el concerneixen infringeix el RGPD. Sent a Catalunya l'APDCAT l'autoritat de referència http://apdcat.gencat.cat/ca/drets_i_obligacions/reclamar_i_denunciar/
--	--

Per a l'execució de les prestacions derivades del compliment de l'objecte d'aquest contracte no es preveu cap tractament de dades. Per aquest motiu les empreses contractistes no podran accedir als documents, arxius, sistemes i suports que continguin dades de caràcter personal sense autorització expressa de l'òrgan competent de la Diputació. En el cas que el personal vinculat al contractista tingués accés, directe o indirecte, a dades o informacions de caràcter personal, l'empresa els exigirà el compliment del deure de secret respecte de les dades i informacions a què haguessin pogut tenir accés en el desenvolupament de l'activitat o servei prestat, fins i tot després de finalitzar la relació contractual, i la immediata comunicació d'aquesta violació de seguretat a la Diputació.

En el cas que més endavant resultés necessari l'accés a dades personals la contractista i la Diputació establiran per escrit les obligacions de les parts per donar compliment a les prescripcions previstes a la normativa vigent en matèria de protecció de dades de caràcter personal.

3.19) Planificació preventiva en cas de concurrència empresarial en els contractes basats

No és procedent.

3.20) Sistema de determinació del preu

En el cas de l'Acord marc:

- Per al lot 1, el preu s'ha fixat basant-se en descomptes, preus i comissions.
- Per al lot 2, el preu s'ha fixat basant-se en comissions.
- Per al lot 3, el preu s'ha fixat basant-se en comissions.

3.21) Comprovacions en el moment de la recepció de la qualitat de l'objecte dels contractes basats

La Diputació de Barcelona i la resta d'ens adherits es reserven la realització de comprovacions sobre la qualitat de l'objecte dels contractes basats, a la seva recepció d'acord amb les previsions dels PPT.

3.22) Facultat de la Diputació de Barcelona sobre manteniment d'estàndards de qualitat en la prestació del servei

El contractista haurà de mantenir els estàndards de qualitat i les prestacions equivalents als criteris econòmics que van servir de base per a l'adjudicació del contracte i el personal que adscriuï a la prestació del servei haurà d'observar els nivells mínims de comportament i les regles de decòrum adients a la prestació contractada. Quan alguna de les persones no observi aquests nivells i regles, la Diputació de Barcelona informará el contractista, que haurà de substituir-la en el termini més breu possible.

El contractista haurà de disposar de personal suplent amb la formació i l'experiència suficients per poder substituir les persones que prestin els serveis objecte del contracte en supòsits de vacances, absències i/o malalties.

3.23) Informació sobre les condicions de subrogació en contractes de treball

No és procedent

3.24) Propietat dels treballs dels contractes basats

Qualsevol treball desenvolupat durant la vigència del contracte per part de l'empresa contractada és propietat de la Diputació de Barcelona o de la resta d'ens adherits.

ANNEX 1**PELS 3 LOTS**

PLEC DE CLÀUSULES ADMINISTRATIVES PARTICULARS APLICABLE A L'ACORD MARC PER A LA SELECCIÓ DE DIVERSES EMPRESES PER A LA PRESTACIÓ DE SERVEIS DE GESTIÓ PER A LA INSERCIÓ DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA I DELS ENS ADHERITS, ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ I EN ALTRES SERVEIS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ (DIVIDIT EN 3 LOTS)

Expedient núm.: 2021/0017872

**MODEL DE DECLARACIÓ RESPONSABLE
PER AL COMPLIMENT DE LA NORMATIVA NACIONAL**

El Sr./La Sra. amb NIF núm., en nom propi / en representació de l'empresa, en qualitat de, i segons escriptura pública autoritzada davant de notari, en data i amb número de protocol /o document, CIF núm., domiciliada a carrer, núm., (*persona de contacte*, *adreça de correu electrònic:*, *telèfon núm.* i *fax núm.*), opta a la contractació relativa a (*consigneu l'objecte del contracte*) i DECLARA RESPONSABLEMENT:

- Que, en cas que les activitats objecte del contracte impliquin contacte habitual amb menors d'edat, disposa de les certificacions legalment establertes i vigents per a acreditar que totes les persones que s'adscriu a la realització de les dites activitats no han estat condemnades per sentència ferma per algun delicte contra la llibertat i indemnitat sexuals.
- Que compleix tots els deures que en matèria preventiva estableix la Llei 31/1995, de 8 de novembre, de prevenció de riscos laborals, i que disposa dels recursos humans i tècnics necessaris per a fer front a les obligacions que puguin derivar-se del Reial decret 171/2004, de 30 de gener, pel qual es desenvolupa l'article 24 de la Llei 31/1995, en matèria de coordinació d'activitats empresarials.
- Que, en cas que es tracti d'empresa estrangera, se sotmet a la jurisdicció dels jutjats i tribunals espanyols.

- Que la plantilla de l'empresa està integrada per un nombre de persones treballadores amb discapacitat no inferior al 2% o que s'ha adoptat alguna de les mesures alternatives previstes en la legislació vigent.

☐ SÍ ☐ NO ☐ NO obligat per normativa

- Que l'empresa disposa d'un pla d'igualtat d'oportunitats entre les dones i els homes.

☐ SÍ ☐ NO ☐ NO obligat per normativa

- Que reuneix algun/s dels criteris de desempat previstos en el PCAP.

☐ SÍ ☐ NO

- Respecte a l'impost sobre el valor afegit (IVA), l'empresa:

- ☐ Està subjecta a l'IVA.
- ☐ Està no subjecta o exempta de l'IVA i són vigents les circumstàncies que donaren lloc a la no subjecció o l'exempció.

- Respecte a l'impost d'activitats econòmiques (IAE), l'empresa:

- ☐ Està subjecta a l'IAE.
- ☐ Està no subjecta o exempta de l'IAE i són vigents les circumstàncies que donaren lloc a la no subjecció o a l'exempció.

- Que en el cas que que el contracte requereixi que el contractista faci tractament de dades personals segons la clàusula 2.19 del Plec de Clàusules Administratives Particulars indicar la següent informació:

- ☐ No té previst subcontractar els servidors ni els serveis associats a aquests
- ☐ Té previst subcontractar els servidors o els serveis associats a aquests

En el cas de subcontractació, indicar el nom o perfil empresarial del subcontractista que s'haurà de definir per referència a les condicions de solvència professional o tècnica	
--	--

- Es designa com a persona/es autoritzada/es per a rebre l'avís de les notificacions, comunicacions i requeriments per mitjans electrònics a :

Persona/es autoritzada/es*	DNI*	Correu electrònic professional*	Mòbil professional

**Camps obligatoris.*

Si l'adreça electrònica o el número de telèfon mòbil facilitats a l'efecte d'avís de notificació, comunicacions i requeriments quedessin en desús, s'haurà de comunicar la dita circumstància, per escrit, a la Diputació de Barcelona per tal de fer la modificació corresponent o revocar l'autorització de notificació electrònica.

El licitador/contractista declara que ha obtingut el consentiment exprés de les persones a qui autoritza per a rebre les notificacions, comunicacions i requeriments derivades d'aquesta contractació, per tal que la Diputació de Barcelona pugui facilitar-les al servei e-Notum a aquests efectes.

- Que, en el cas que formulin ofertes empreses vinculades, el grup empresarial a què pertanyen es (..... *indiqueu les empreses que el componen.....*).

ANNEX 2**PER AL LOT 1 – CAMPANYES MULTIMÈDIA**

**PLEC DE CLÀUSULES ADMINISTRATIVES PARTICULARS APLICABLE A
L'ACORD MARC PER A LA SELECCIÓ DE DIVERSES EMPRESES PER A LA
PRESTACIÓ DELS SERVEIS DE GESTIÓ PER A LA INSERCIÓ DE PUBLICITAT
INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA I DELS ENS ADHERITS,
ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ I EN ALTRES SERVEIS DE PUBLICITAT I
COMUNICACIÓ (DIVIDIT EN 3 LOTS)**

Expedient núm.: 2021/0017872

**MODELS DE PROPOSICIÓ AVALUABLE D'ACORD AMB ELS CRITERIS
AUTOMÀTICS PER AL LOT 1**

El Sr./La Sra. amb NIF núm., en nom
propi / en representació de l'empresa, CIF núm.
....., domiciliada a, CP:, carrer
....., núm., adreça electrònica: assabentat/da de
les condicions exigides per optar a la contractació relativa (*a consignar objecte del
contracte i lots, si escau*)....., es compromet a portar-la a terme amb
subjecció als Plecs de Prescripcions Tècniques Particulars i de Clàusules
Administratives Particulars d'acord amb l'oferta econòmica següent, la qual inclou tots
els conceptes relacionats amb els serveis a prestar.

Lot 1 - Multimèdia - Mitjà imprès

400 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	35%		20
	El Periódico de Catalunya	25%		20
	Ara	50%		18
	El Punt Avui	30%		18
	Altres premsa general d'àmbit Catalunya i Espanya	25%		18
	20 Minutos	60%		18
	Altres premsa gratuïta d'àmbit Catalunya i Espanya	20%		18
	El Mundo Deportivo	35%		16
	Sport	25%		16
	L'Esportiu	30%		16
	Altres premsa esportiva d'àmbit Catalunya i Espanya	40%		14
	Premsa econòmica d'àmbit Catalunya i Espanya	40%		14
	Premsa d'àmbit internacional	10%		12
Premsa comarcal i local	El 9 Nou	12%		16
	Regió 7	22%		16
	El 3 de vuit	20%		14
	Diari de Sabadell	30%		14
	Diari de Terrassa	30%		14
	El Segre	10%		12
	La Mañana	10%		12
	Diari de Tarragona	10%		12
	Més Tarragona	25%		12
	Diari de Girona	15%		12
	Altres premsa comarcal i local d'àmbit Catalunya*	15%		10
Revistes i suplementes	Revistes i suplementes d'àmbit Catalunya	10%		12
	Revistes i suplementes d'àmbit Espanya	40%		12
	Revistes d'àmbit internacional	10%		8
Descompte (%) en esqueles i anuncis oficials	Premsa generalista Catalunya i Espanya	0%		2
	Premsa comarcal i local d'àmbit Catalunya	0%		2
Comissió d'agència màxima aplicada al mitjà imprès (%):		2%	Comissió d'agència màxima oferta aplicada al mitjà imprès (%):	2

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.

 Codi Segur de Verificació (CSV): 7557acf66cb2ed478214 Adreça de validació: <https://seuelectronica.diba.cat>

Lot 1 - Multimèdia - Mitjans digitals

400 punts

Suports		CPM màxim (€) per a robapàgines i megabanner	CPM màxim (€) ofert per a robapàgines i megabanner	Puntuació	CPM màxim (€) per a Pre-roll 20" / Robavideo*	CPM màxim (€) ofert per a Pre-roll 20" / Robavideo*	Puntuació	Descompte mínim (%) per a tots els formats no especificats en aquest model**	Descompte mínim (%) ofert per a tots els formats no especificats en aquest model**	Puntuació
Webs de notícies i televisió	lavanguardia.com	7 €		12	12 €		12	30%		12
	elperiodico.com	6 €		12	15 €		12	30%		12
	ara.cat	5 €		10	10 €		10	30%		10
	naciodigital.cat	6 €		10	15 €		10	30%		10
	vilaweb.cat	6 €		10	10 €		10	30%		10
	elpuntavui.cat	7 €		10	12 €		10	30%		10
	20minutos.com	7 €		10	15 €		10	30%		10
	elmon.cat	8 €		10	10 €		10	30%		10
	elnacional.cat	8 €		10	12 €		10	30%		10
	Altres webs de notícies d'àmbit Catalunya i Espanya	8 €		8	15 €		8	30%		8
Webs de CCMA		7 €		8	15 €		8	30%		8
Suports		CPM màxim (€) per a formats standard IAB	CPM màxim (€) ofert per a formats standard IAB	Puntuació	Descompte mínim (%) per a tots els formats no especificats en aquest model**	Descompte mínim (%) ofert per a tots els formats no especificats en aquest model**	Puntuació			
Webs de les associacions	Webs de l'ACPC	10 €		5	30%		5			
	Webs de l'APPEC	10 €		5	35%		5			
	Webs de l'AMIC	10 €		5	20%		5			
Altres	Webs de viatges / turisme / oci / nens	8 €		5	15%		5			
	Altres webs d'àmbit Catalunya				20%		4			
	Altres webs d'àmbit Espanya				30%		4			
	Altres webs d'àmbit internacional				10%		4			
Mòbils i altres dispositius					30%		4			
Costos tecnològics (sense comissió d'agència aplicat)					CPM màxim (€)	CPM màxim (€) ofert	Puntuació			
En concepte del pes de l'anunci		Rich media (sense vídeo) fins a 300kb			0,50 €		2			
		Rich media (amb vídeo) més de 300kb			0,70 €		2			
En concepte del control de la campanya					0,07 €		2			
Comissió d'agència màxima aplicada als mitjans digitals (%):		5,00%	Comissió d'agència màxima oferta aplicada als mitjans digitals (%):			4,00%	8			

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.

Codi Segur de Verificació (CSV): 7557acf66cb2ed478214 Adreça de validació: <https://seuelectronica.diba.cat>

Lot 1 - Multimèdia - Ràdio

300 punts

Suports	Horari prime time (PT)	Descompte mínim (%) en horari prime time (PT)	Descompte mínim (%) ofert en horari prime time (PT)	Puntuació	Descompte mínim (%) per a la resta de dies i franges horàries de les emissores amb PT especificat i per tots els dies i franges de les emissores sense PT especificat	Descompte mínim (%) ofert per a la resta de dies i franges horàries de les emissores amb PT especificat i per tots els dies i franges de les emissores sense PT especificat	Puntuació
Catalunya Ràdio	dill-dv 7:00-9:00h.	45,00%		14	60,00%		10
Catalunya Informació	dill-dv 7:00-9:00h.	70,00%		14	75,00%		10
Resta d'emissores de la CCMA					30,00%		10
Rac 1	dill-dv 08:00-09:00h.	50,00%		14	60,00%		10
Rac 105	dill-dv 08:00-09:00h.	50,00%		14	60,00%		10
Ser	dill-dv 08:00-10:00h.	65,00%		14	70,00%		10
Ser Catalunya	dill-dv 08:00-10:00h.	65,00%		14	30,00%		10
40 Principals	dill-dv 08:00-10:00h.	65,00%		10	70,00%		10
Flaix FM i Flaixbac	dill-dv 08:00-10:00h.	55,00%		10	60,00%		10
Onda Cero	dill-dv 08:00-10:00h.	60,00%		14	65,00%		10
Cope	dill-dv 07:00-9:00h.	70,00%		8	75,00%		8
Ràdio Estel	totes les franges	10,00%		6	10,00%		8
Ràdio Teletaxi	totes les franges	40,00%		6	50,00%		8
Altres ràdios d'àmbit català*					20,00%		8
Ràdios d'àmbit espanyol					20,00%		6
Ràdios d'àmbit internacional					5,00%		6
Podcast d'emissores convencionals ((falca preroll prèvia escolta)	totes les franges	70,0%		8			
Ràdios exclusivament digitals, podcast i altres formats digitals	totes les franges	10,0%		8			
Comissió d'agència màxima aplicada al mitjà ràdio (%):	2,00%	Comissió d'agència màxima oferta aplicada al mitjà ràdio (%):		2			

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.

Codi Segur de Verificació (CSV): 7557acf66cb2ed478214 Adreça de validació: <https://seuelectronica.diba.cat>

Lot 1 - Multimèdia - Televisió

200 punts

Suports	Concepte	Preu (€) o descompte mínim (%), en funció del concepte	Preu (€) o descompte mínim (%) ofert, en funció del concepte	Puntuació
TV3 (amb 45% prime time)	C/GRP 20" màxim - Ind 16+	315 €		18
TV3*	descompte mínim	40%		18
Reste de cadenes de televisió de la CCMA	descompte mínim	40%		18
8TV (amb 55% prime time)	C/GRP 20" màxim - Ind 16+	115 €		15
8TV	descompte mínim	50%		15
BeTeVé	descompte mínim	80%		15
TeVeCat	descompte mínim	20%		15
Canal Taronja-Televisió Berguedà	descompte mínim	10%		15
El 9 Televisió	descompte mínim	10%		15
Televisions locals i comarcals o qualsevol d'àmbit català	descompte mínim	10%		14
Televisions d'àmbit estatal	descompte mínim	50%		14
Televisions d'àmbit internacional	descompte mínim	10%		14
Televisions exclusivament digitals i plataformes d' <i>streaming</i> de VOD (video sota demanda)	CPM màxim	22 €		12
Comissió d'agència màxima aplicada al mitjà televisió (%):	2,00%	Comissió d'agència màxima oferta aplicada al mitjà televisió (%):		2

Lot 1 - Multimèdia - Mitjà exterior

200 punts

Suports	Preu màxim(€) o descompte mínim (%), en funció del concepte	Preu màxim (€) o descompte mínim (%) ofert, en funció del concepte	Puntuació
Opis metro Xarxa metropolitana Barcelona	20%		20
Cartells d'escapes metro Xarxa metropolitana Barcelona	30%		20
Opis Ferrocarrils de la Generalitat	25%		14
Opis Renfe (Rodalies i estacions)	25%		14
Opis a parades autobús i mobiliari urbà exterior	15%		14
Tanques publicitàries	25%		10
Autobusos urbans Barcelona ciutat	25%		10
Autobusos interurbans Catalunya	20%		10
Tramvies Barcelona	20%		10
Circuits mitjancers Barcelona ciutat	30%		10
Aeroport Barcelona	15%		10
Pantalles al metro	25%		10
Pantalles a l'autobús	35%		10
Pantalles a FGC	15%		10
Opis Blipvert (àmbit local)	20%		10
Cinema CPM 20" impactes (garantia d'espectadors)	35 €		10
Altres	10%		6
Comissió d'agència màxima aplicada al mitjà exterior (%):	2,00%	Comissió d'agència màxima oferta aplicada al mitjà exterior (%):	2

Lot 1 - Criteri Reducció de termini

50 punts

	Dies
Termini màxim per al lliurament de comprovants i resultats	20
Termini proposat per l'agència per al lliurament de comprovants i resultats	

ANNEX 3**PER AL LOT 2 – CAMPANYES A XARXES SOCIALS I CERCADORS**

PLEC DE CLÀUSULES ADMINISTRATIVES PARTICULARS APLICABLE A L'ACORD MARC PER A LA SELECCIÓ DE DIVERSES EMPRESES PER A LA PRESTACIÓ DELS SERVEIS DE GESTIÓ PER A LA INSERCIÓ DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA I DELS ENS ADHERITS, ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ I EN ALTRES SERVEIS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ (DIVIDIT EN 3 LOTS)

Expedient núm.: 2021/0017872

**MODELS DE PROPOSICIÓ AVALUABLE D'ACORD AMB ELS CRITERIS
AUTOMÀTICS PER AL LOT 2**

El Sr./La Sra. amb NIF núm., en nom propi / en representació de l'empresa, CIF núm., domiciliada a, CP:, carrer, núm., adreça electrònica: assabentat/da de les condicions exigides per optar a la contractació relativa (*a consignar objecte del contracte i lots, si escau*)....., es compromet a portar-la a terme amb subjecció als Plecs de Prescripcions Tècniques Particulars i de Clàusules Administratives Particulars d'acord amb l'oferta econòmica següent, la qual inclou tots els conceptes relacionats amb els serveis a prestar.

Lot 2 - Criteri comissió d'agència
 100 punts

Campanya amb una inversió de:	% comissió màxima d'agència	% comissió proposada d'agència	Puntuació màxima
Fins a 1.000 €	22%		20
de 1.001 € fins a 5.000 €	20%		20
de 5.001 € fins a 15.000 €	18%		20
de 15.001 € fins a 30.000 €	16%		15
de 30.001 € fins a 100.000 €	14%		15
A partir de 101.000 €	12%		10

Lot 2 - Criteri reducció de termini
 20 punts

	Dies
Termini màxim per al lliurament de comprovants i resultats	15
Termini proposat per l'agència per al lliurament de comprovants i resultats	

ANNEX 4**LOT 3 – ACCIONS ESPECIALS DE PUBLICITAT NO CONVENCIONAL**

PLEC DE CLÀUSULES ADMINISTRATIVES PARTICULARS APLICABLE A L'ACORD MARC PER A LA SELECCIÓ DE DIVERSES EMPRESES PER A LA PRESTACIÓ DELS SERVEIS DE GESTIÓ PER A LA INSERCIÓ DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA I DELS ENS ADHERITS, ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ I EN ALTRES SERVEIS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ (DIVIDIT EN 3 LOTS)

Expedient núm.: 2021/0017872

**MODELS DE PROPOSICIÓ AVALUABLE D'ACORD AMB ELS CRITERIS
AUTOMÀTICS PER AL LOT 3**

El Sr./La Sra. amb NIF núm., en nom propi / en representació de l'empresa, CIF núm., domiciliada a, CP:, carrer, núm., adreça electrònica: assabentat/da de les condicions exigides per optar a la contractació relativa (*a consignar objecte del contracte i lots, si escau*)....., es compromet a portar-la a terme amb subjecció als Plecs de Prescripcions Tècniques Particulars i de Clàusules Administratives Particulars d'acord amb l'oferta econòmica següent, la qual inclou tots els conceptes relacionats amb els serveis a prestar.

Lot 3 - Criteri comissió d'agència
110 punts

Campanya amb una inversió de:	% comissió màxima d'agència	% comissió proposada d'agència	Puntuació màxima
Fins a 1.000 €	25%		15
de 1.001 € fins a 5.000 €	23%		20
de 5.001 € fins a 15.000 €	22%		30
de 15.001 € fins a 30.000 €	21%		15
de 30.001 € fins a 100.000 €	20%		15
A partir de 101.000 €	18%		15

Lot 3 - Criteri reducció de termini
10 punts

	Dies
Termini màxim per al lliurament de comprovants i resultats	15
Termini proposat per l'agència per al lliurament de comprovants i resultats	

ANNEX 5**LOT 3 ACCIONS ESPECIALS DE PUBLICITAT NO CONVENCIONAL**

PLEC DE CLÀUSULES ADMINISTRATIVES PARTICULARS APLICABLE A L'ACORD MARC PER A LA SELECCIÓ DE DIVERSES EMPRESES PER A LA PRESTACIÓ DELS SERVEIS DE GESTIÓ PER A LA INSERCIÓ DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL, DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA I DELS ENS ADHERITS, ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ I EN ALTRES SERVEIS DE PUBLICITAT I COMUNICACIÓ (DIVIDIT EN 3 LOTS)

Expedient núm.: 2021/0017872

BRÍFING PER A LA PROPOSTA AVALUABLE D'ACORD AMB ELS CRITERIS DE JUDICI DE VALOR PER AL LOT 3

BRIEFING

Campanya Barcelona és molt més: turisme per a gent curiosa

Antecedents

Barcelona és molt més és la **marca turística de les comarques de Barcelona** i està gestionada per la Diputació de Barcelona a través de la Gerència de Serveis de Turisme. **Barcelona és molt més** és una marca turística amb una àmplia experiència en accions de promoció tant tradicionals com més innovadores. (Més informació a www.barcelonaesmolmes.cat).

Des de 2013 la marca és present a les xarxes socials amb perfils a les principals plataformes i més de **150.000 seguidors**. Des de llavors s'han realitzat accions amb influenciadors locals, d'àmbit espanyol i internacionals i compta amb una comunitat activa i compromesa especialment a Instagram amb més de **540.000 publicacions** etiquetades amb #BCNmoltmes.

Els diferents perfils socials de la marca turística **Barcelona és molt més** són:

- **Facebook:** publicacions en català, castellà, anglès i francès. 75 K seguidors. <https://www.facebook.com/BarcelonaEsMoltMes>

- **Instagram:** publicacions en català, castellà, anglès i francès. 59 K seguidors.
<https://www.instagram.com/bcnmoltmes/>
- **Twitter:** publicacions en català, castellà, anglès i francès. 16 K seguidors.
<https://twitter.com/bcnmoltmes/>

L'etiqueta principal de la marca és: #BCNmoltmes

Actualment s'està treballant de manera especial el concepte «**Turisme per a gent curiosa**», una línia de treball de **Barcelona és molt més** que busca promoure ofertes turístiques de les comarques de Barcelona pensades especialment per a les persones, d'àmbit català, que tenen interès per entendre i descobrir propostes turístiques de proximitat innovadores i curioses.

Exemples d'aquestes propostes són: gaudir de les diades castelleres, fer rutes enoturístiques, scape rooms a llocs i cases singulars amb segell turístic, descobrir museus locals dedicats a temes no tan coneguts (com el Museu de les Matemàtiques a Cornellà del Llobregat), gaudir del Berguedà fent raquetes de neu, fer rutes teatralitzades pels parcs naturals, i un llarg etcètera de propostes que podreu trobar a: <https://blog.barcelonaesmoltmes.cat/turisme-per-a-gent-curiosa>

Objectius de la campanya

- Donar a conèixer la marca Barcelona és molt més i el seu web.
- Donar a conèixer l'oferta turística per a gent curiosa de les comarques de Barcelona i el seu blog concret.

En general, busquem promoure l'interès i les ganes de descobrir del públic local (Catalunya) del seu territori més proper, la descoberta de destinacions i recursos de proximitat, i la descoberta de propostes i activitats engrescadores, úniques i diferenciades.

Públic objectiu

Públic català d'entre 30 i 45 anys, especialment parelles i famílies amb nens menors d'edat.

Encàrrec

Cal presentar una estratègia de campanya enfocada amb l'**ús d'influenciadors** del territori, que siguin afins i idonis per arribar al públic objectiu i per aconseguir els objectius de campanya.

Caldrà justificar l'estratègia presentada i desglossar:

- Tria dels influenciadors (nombre de seguidors, idoneïtat, etc.).
- Nombre de publicacions i contingut/format d'aquestes publicacions.
- Impactes totals aproximats que es poden aconseguir (nombre de xarxes, nombre d'impactes, etc.).
- Qualsevol altre aspecte rellevant que calgui destacar.
- Proposta d'altres accions (si n'hi ha).
- Pressupost, desglossant les partides pressupostàries.

Aspectes a tenir en compte en la tria dels influenciadors, i de les accions

Els influenciadors triats no han de tenir perfils socials que denotin un posicionament polític concret, ni verbal ni a través d'eslògans a samarretes, bosses, etc. Així com cap presència destacada de marques.

Així mateix, els influenciadors que es proposin no poden mostrar cap posicionament sobre temes controvertits com les vacunes, per exemple; ni cap posicionament o acció irrespectuosa cap a la diversitat social, de gènere, funcional, etc.

No es permetrà cap proposta que impliqui l'ús d'influenciadors que emprin llenguatge verbal i corporal inadequat i poc respectuós tant amb el territori com amb les persones amb les que es tingui qualsevol interacció.

La proposta ha de donar protagonisme als objectius de la campanya, no a la marca personal de l'influenciador.

Totes les accions que formin part de la campanya han de destacar les webs i l'etiqueta de la marca Barcelona és molt més.

Antecedents d'accions anteriors

Barcelona és molt més ha realitzat diferent accions amb influenciadors locals i internacionals. Aquests són alguns exemples:

Costa Barcelona Week. Els anys 2017, 2018 i 2019 es va realitzar un acció amb influenciadors espanyols i internacionals per tal de donar a conèixer la marca Costa Barcelona. Moltes de les accions es poden consultar amb l'etiqueta #costabarcelonaweek i a la landing:

<http://media.diba.cat/pwt/costabarcelonaweek/index.html>

Trobades d'instagramers. Entre el 2014 i el 2019 s'han realitzat més de 30 trobades amb instargramers locals per tal de donar a conèixer diferents destinacions i propostes turístiques. Algunes de les accions es poden consultar al perfil d'Instagram:
<https://www.instagram.com/stories/highlights/17958298345037202/>

Accions concretes amb influenciadors. A més d'aquestes accions, s'han realitzat diferents accions amb influenciadors:
<https://saltaconmigo.com/blog/viajar-por-catalunya/>
<https://www.wetravel.cat/>
<http://www.viajandocondiego.com/>

Pressupost

Per a aquesta campanya hi ha un pressupost màxim de **25.000 € + 21% IVA**.
Recordem que per a aquesta quantitat, la comissió màxima d'agència ha de coincidir amb la comissió màxima proposada a l'annex 4; aquesta comissió ha d'incloure els honoraris de personal, l'estratègia i la gestió, així com el seguiment de l'acció i l'informe de resultats.

Presentació de la proposta

La proposta s'ha de presentar en un document pdf vertical amb un màxim de 15 pàgines, incloses cobertes, índex i pressupost (el pressupost ha d'anar desglossat per partides i incloure el preu total, el preu de l'IVA, i el preu total+IVA).

Metadades del document

Núm. expedient	2021/0017872
Tipus documental	Plec de clàusules o condicions
Títol	PCAP l'Acord marc per a la selecció de diverses empreses per a la prestació de serveis de gestió per a la inserció de publicitat institucional, de la Diputació de Barcelona i dels ens adherits, als mitjans de comunicació i en altres serveis de publicitat i comunicació (dividit en 3 lots)
Codi classificació	D0506SE01 - Serveis obert

Signatures

Signatari		Acte	Data acte
Carles Manel Barnés Garcia (SIG)	Responsable directiu Servei Promotor	Signa	18/01/2022 14:27

Validació Electrònica del document

Codi (CSV)	Adreça de validació	QR
7557acf66cb2ed478214	https://seuelectronica.diba.cat	

