

Memòria justificativa refosa del contracte per la prestació dels serveis de creativitat, conceptualització, disseny i producció d'una campanya de publicitat institucional dirigida a la ciutadania per a la promoció del Pla de xoc contra la bretxa digital a Catalunya

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 1 de 24

1 Índex de continguts

1	Justificació de la necessitat de contractar i descripció de l'objecte del contracte	4
1.1.	Justificació de la necessitat de contractar	4
1.2.	Finalitat/Objectiu de la contractació.....	5
2	Justificació i tramitació del procediment d'adjudicació.....	6
3	Garanties	6
3.1	Garantia provisional	6
3.2	Garantia definitiva.....	6
3.3	Termini de garantia	6
4	Justificació de la divisió en lots	6
5	Justificació de la solvència econòmica i financera, de la solvència tècnica o professional i/o de la classificació exigida	7
5.1	Criteris de selecció relatius a la solvència econòmica i financera.....	7
5.2	Criteris de selecció relatius a la solvència tècnica o professional.....	7
5.3	Classificació	8
5.4	Adscripció de mitjans	8
5.5	Certificats acreditatius del compliment de les normes de garantia de la qualitat i/o de gestió mediambiental:	9
6	Justificació de l'elecció dels criteris d'adjudicació	9
6.1	Criteris d'adjudicació la valoració dels quals requereix un judici de valor (Fins a màxim 45 punts) 9	
6.2	Criteris d'adjudicació la valoració dels quals es produeix de forma automàtica per aplicació de fórmules (fins a 55 punts)	12
6.2.1	Oferta econòmica: fins a 31 punts.	12
6.2.2	Criteris de valoració automàtica diferent del preu: fins a 24 punts.....	12
6.3	Criteris per a la determinació de l'existència de baixes presumptament anormals.....	13
7	Altra documentació a presentar per les empreses licitadores o per les empreses proposades adjudicatàries	14

2 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 2 de 24

8	Modificacions previstes en el PCAP	14
9	Cessió	14
10	Subcontractació.....	14
11	Justificació de les condicions especials d'execució.....	15
12	Justificació del valor estimat del contracte i desglossament del pressupost base de licitació. 16	
12.1	Determinació del preu	16
12.2	Valor estimat del contracte.....	18
12.3	Pressupost de licitació.....	18
12.3.1	Costos directes	18
12.3.2	Costos indirectes	21
12.4	Revisió de preus:	21
13	Responsable del contracte	21
14	Termini de durada del contracte / d'execució de la prestació	21
14.1	Termini del contracte	21
14.2	Pròrroga del contracte	22
15	Justificació de la insuficiència de mitjans tècnics i de personal per satisfer la necessitat del contracte	22
16	Protecció de dades de caràcter personal.....	22
17	Penalitats per compliment defectuós de l'execució del contracte.....	22
18	Mecanismes per al control de les fites i objectius dels fons MRR	22
19	Obligacions en matèria mediambiental, etiquetatge verd i etiquetatge digital, i el principi de no causar dany	23



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 3 de 24

1 Justificació de la necessitat de contractar i descripció de l'objecte del contracte

Número d'expedient: EMO-2024-23

Objecte del contracte:

L'objecte d'aquest contracte és la prestació dels serveis de creativitat, conceptualització, disseny i producció d'una campanya de publicitat institucional dirigida a la ciutadania per a la promoció del Pla de xoc contra la bretxa digital a Catalunya.

Aquests serveis s'emmarquen, dins el vocabulari comú de contractes públics (CPV) en el codi 79341400-0, corresponent als serveis de creació de campanyes publicitàries.

CPV: 79341400-0 Serveis de campanyes de publicitat.

El Pla de xoc contra la bretxa digital té l'objectiu de formar en competències digitals bàsiques un mínim de 90.295 persones en situació de risc d'exclusió digital. Aquest contracte és una actuació dirigida a disposar dels elements necessaris per a la posterior realització d'una campanya de difusió a través de diferents plataformes i mitjans per tal de donar a conèixer al conjunt de la població el Pla de xoc contra la bretxa digital i, de forma específica, les actuacions dirigides a la capacitat digital de la ciutadania.

1.1. Justificació de la necessitat de contractar

Aquest contracte està finançat amb el Mecanisme de Recuperació i Resiliència, en el marc del Pla de recuperació, transformació i resiliència, finançat per la UE – Next Generation UE, inversió 1 (Capacitación digital de los ciudadanos), projecte C19 (Plan Nacional de Competencias digitales), de la política palanca VII. Educación y conocimiento, formación continua y desarrollo de capacidades.

El Pla contra la bretxa digital de Catalunya, que s'inscriu dins de la primera de les línies del *Plan Nacional de Competencias Digitales*¹ que el Govern d'Espanya desenvolupa amb la col·laboració de totes les comunitats, anomenada "Ciutadania en general, garantint la inclusió digital", busca capacitar la ciutadania a l'era digital universalitzant les competències digitals bàsiques.

La capacitat digital de la ciutadania que es persegueix amb aquest pla té l'objectiu de donar-los la competència suficient per comunicar-se, comprar, fer transaccions o relacionar-se amb les administracions usant les tecnologies digitals amb autonomia i suficiència.

Atès que els recursos materials i temporals per portar a terme aquesta acció són limitats, es planteja la necessitat de posar especial èmfasi en els grans col·lectius que identifiquem amb risc d'exclusió digital. En el marc del Pla de xoc contra la bretxa digital s'ha fixat un objectiu per Catalunya: formar 90.295 persones abans del 30 de juny de 2026 perquè assoleixin competències bàsiques en l'àmbit digital. A Catalunya hi ha més de 1,5 milions de persones que tenen entre 60 i 84 anys; aquest col·lectiu és el que té el màxim risc d'exclusió digital. L'objectiu concret per aquest grup és arribar, aproximadament, al 5% de les persones en aquest rang d'edat (mínim de 80.000 persones). S'espera cobrir la resta de l'objectiu general

4 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 4 de 24

amb la formació d'altres 10.000 persones, que formen part dels altres col·lectius amb risc d'exclusió digital abans esmentats.

Per tal de donar a conèixer al conjunt de la població el Pla de xoc contra la bretxa digital i, de forma específica, les actuacions dirigides a la capacitat digital de la ciutadania resulta necessari realitzar una campanya de publicitat institucional als mitjans de comunicació. Per a què aquesta sigui efectiva, i tingui efecte sobre els col·lectius que identifiquem amb risc d'exclusió digital, i especialment en les persones grans, és necessari definir el concepte de forma apropiada i disposar de recursos concrets per a la difusió a través de diferents plataformes i mitjans.

1.2. Finalitat/Objectiu de la contractació

Aquesta contractació té la finalitat de contribuir al compliment de l'objectiu fixat a la component 19 per a Catalunya del Plan Nacional de Competencias Digitales, de la política palanca VII. Educación y conocimiento, formación continua y desarrollo de capacidades, del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, que és que, a 30 de juny de 2026, s'hagi format en les competències bàsiques de l'àmbit digital un mínim de 90.295 persones en situació de risc d'exclusió digital.

L'empresa contractista haurà de realitzar els serveis de creativitat, conceptualització, disseny, realització i producció d'una campanya de publicitat institucional amb els objectius següents:

1. Posar en valor i donar a conèixer les oportunitats formatives, amb caràcter general, que ofereix el Pla de Xoc contra la bretxa digital a la ciutadania en risc d'exclusió digital.
2. Contribuir a l'assoliment de l'objectiu del Pla de xoc contra la bretxa digital de formar més de 80.000 persones majors de 60 anys.
3. Arribar amb un missatge clar a la ciutadania objecte del pla de xoc, així com a aquells agents que hi poden col·laborar (entitats arrelades al territori, agents socials, familiars, etc.), per tal de convidar-los a beneficiar-se o contribuir a que d'altres persones se'n beneficien.
4. Disposar d'una conceptualització i unes creativitats que facin referència al "Pla de xoc contra la bretxa digital de Catalunya" adequades al seu propòsit principal: donar a conèixer a la ciutadania en situació d'exclusió digital, i especialment a les persones grans, les oportunitats que ofereix el Pla de Xoc.
5. Disposar de creativitats i elements de difusió específic que es puguin distribuir per diferents canals digitals i analògics, i en diferents formats –àudio, vídeo, text, gràfic.
6. Sensibilitzar a tota la societat de la necessitat i la rellevància de les competències bàsiques en l'àmbit digital i de les oportunitats que, en general, existeixen en l'àmbit digital.

En consideració a l'impacte que aquesta nova campanya de comunicació té sobre la imatge de la Generalitat de Catalunya, el control de les qualitats de les fites d'aquest contracte estarà a càrrec de la Direcció General de Societat Digital (en endavant DGSD).

L'empresa contractista lliurarà el material que la DGSD consideri necessari per a l'inici de la difusió de la campanya en un termini màxim de 45 dies naturals des de la formalització del contracte. S'ha previst la realització de la campanya al llarg del segon quadrimestre de l'any

5 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 5 de 24

2024. Aquesta campanya pot tenir una vigència fins al primer semestre de 2026, inicialment, tot i què està supeditada a possibles pròrrogues del projecte fins al final de l'any 2026.

2 Justificació i tramitació del procediment d'adjudicació

La unitat promotora considera que el procediment més adequat per dur a terme la contractació d'aquest contracte és la convocatòria d'un **procediment obert simplificat**, regulat a l'article 159 de la LCSP, que simplifica els tràmits i alhora permet la màxima concurrència mitjançant **tramitació ordinària**.

El valor estimat del contracte compleix amb la condició establerta a l'article 159 1. a).

3 Garanties

3.1 Garantia provisional

No concorren circumstàncies de caràcter excepcional fonamentades en motius d'interès públic que requereixin exigir als licitadors la constitució de garantia provisional.

3.2 Garantia definitiva

La garantia definitiva ha de ser del 5% de l'import d'adjudicació (IVA exclòs).

3.3 Termini de garantia

S'estableix com a termini de garantia 3 mesos

4 Justificació de la divisió en lots

Aquest contracte no es pot dividir en lots pels motius següents:

- El servei objecte del contracte no fa possible la divisió en lots d'aquesta contractació ja que obeeix a un únic objecte d'anàlisi, que comporta una única metodologia i tractament conjunt de la informació generada.
- A més, tot i que els materials demanats s'aniran efectuant de manera progressiva, tots ells constitueixen un mateix servei que ha de desenvolupar l'equip tècnic sota uns criteris metodològics i de qualitat uniformes.
- La naturalesa de l'objecte del contracte fa imprescindible coordinar l'execució de les diferents prestacions ja que té caràcter intel·lectual i la seva execució per part de diverses empreses no és possible per les raons següents:
- En ser un treball de caràcter intel·lectual ha de garantir-se que totes les peces segueixin la mateixa idea creativa, to, estil i imatge gràfica per garantir la unitat de la campanya.

6 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 6 de 24

- La coordinació de la campanya amb diferents empreses pot fer que la interpretació dels criteris presentats al brifing siguin interpretats per l'agència de diferent manera i això anirà en detriment de la creació d'una campanya global.

No és possible, doncs, la divisió en lots de l'objecte del contracte perquè la realització independent de les diverses fases del projecte impossibilitaria la seva correcta execució des del punt de vista tècnic. Per tant, és necessari que les tasques que realitzi l'empresa contractista siguin considerades com un servei unitari i indivisible.

5 Justificació de la solvència econòmica i financera, de la solvència tècnica o professional i/o de la classificació exigida

Els licitadors hauran de disposar de la suficient solvència econòmica i financera i tècnica o professional següent (articles 87.1 a) i 90 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic (LCSP)).

La solvència econòmica i financera exigida permet verificar que l'empresa contractista disposa de capacitat econòmica i financera suficient per efectuar de manera solvent les feines descrites en el contracte.

La solvència tècnica exigida permet verificar que l'empresa contractista disposa de capacitat i/o coneixements suficients per efectuar de manera solvent la prestació objecte del contracte.

5.1 Criteris de selecció relatius a la solvència econòmica i financera

El volum anual de negocis referit al millor exercici dintre dels tres últims disponibles en funció de les dates de constitució o d'inici d'activitats de l'empresari i de presentació de les ofertes per import igual o superior a 78.900,00 euros (IVA exclòs).

Es justificarà quan s'hagi indicat que aquesta informació consta inscrita en un Registre oficial d'empreses licitadores o bé mitjançant la presentació d'una Declaració responsable signada electrònicament pel representant de l'empresa relativa al volum anual de negocis esmentat.

5.2 Criteris de selecció relatius a la solvència tècnica o professional

Les empreses hauran d'acreditar la suficient solvència tècnica per mitjà d'una relació signada dels principals serveis d'igual o similar naturalesa que els què constitueixen l'objecte del contracte, realitzats dins dels darrer tres anys, que inclogui descripció del servei, import, dates i destinatari. Els serveis similars realitzats hauran de ser com a mínim 3.

Les empreses hauran d'indicar el personal tècnic, integrat o no en l'empresa, participant en el contracte. L'equip mínim per a la realització de la prestació del servei ha de ser el següent:

- Director/a creatiu/va i tècnic/a, les funcions del qual seran participar en la definició de la conceptualització de tota la campanya, dirigir els equips de treball, planificar i

7 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 7 de 24

assignar les tasques i vetllar per la correcta execució. Serà la persona representant de l'empresa contractista davant la DGSD.

- Director/a d'Art i Copy, responsable de la conceptualització i creativitat de la campanya, del seu contingut i del control de la qualitat en la seva execució i producció dels diferents suports de comunicació que la integraran.
- Supervisor/a de comptes, que haurà de coordinar-se amb els responsables de comunicació i difusió de la Generalitat i amb els diferents participants del procés creatiu i de producció fins al lliurament dels materials.
- Dissenyador/a gràfic, com a suport creatiu i disseny de les peces gràfiques de la campanya.
- Els recursos humans necessaris per a les tasques de realització, producció, fotografia, càmera, decoració i direcció artística, estilismes, maquillatges, grafismes, actoratge, post-producció i qualsevol altre element que sigui requerit per a la realització de la proposta contractada.

Per a cadascun d'aquest personal s'haurà acreditar una experiència mínima en projectes similars a l'objecte de contracte de 3 anys, mitjançant declaració responsable en la qual s'identificaran els membres de l'equip i l'enumeració dels treballs objecte de l'experiència acreditada. També s'adjuntaran els CV de cada un d'ells.

5.3 Classificació

Els licitadors podran presentar alternativament a la solvència econòmica i financera i tècnica o professional la classificació empresarial especificada a continuació:

Classificació segons RD 773/2015 modificat pel RD 716/2019
Grup: T
Subgrup: 1
Categoria: 1

5.4 Adscripció de mitjans

Sí.

Els mitjans personals exigits en l'apartat solvència tècnica professional han de quedar adscrits a l'execució del contracte i atribuir a aquesta exigència el caràcter de condició essencial als efectes de l'article 211 de la LCSP, o establir penalitats conforme a allò assenyalat en l'article 192.2 pel cas d'incompliment per l'adjudicatari. També caldrà la presentació de l'Annex 8 del PCAP relatiu al compromís d'adscripció de mitjans.

Durant el període d'execució del contracte, l'empresa està obligada a mantenir els perfils professionals requerits o substituir-los per professionals amb el mateix perfil, prèvia autorització de l'òrgan de contractació, mantenint i actualitzant les condicions laborals.

8 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 8 de 24

El contractista estarà obligat a facilitar qualsevol informació o documentació que li sigui requerida per acreditar el compliment de la condició essencial. El compliment efectiu d'aquesta condició es pot dur a terme mitjançant una declaració responsable de l'empresa contractista.

5.5 Certificats acreditatius del compliment de les normes de garantia de la qualitat i/o de gestió mediambiental:

No escau acreditació de certificats de qualitat i/o de gestió mediambiental.

6 Justificació de l'elecció dels criteris d'adjudicació

D'acord amb l'article 145 de la LCSP, la selecció i valoració de les propostes es farà mitjançant l'aplicació d'una pluralitat de criteris d'adjudicació. En el marc dels procediments oberts simplificats, l'article 159.1.b) de la LCSP estableix que els criteris d'adjudicació han de ser avaluable de forma automàtica i, per al cas de necessitar incorporar criteris avaluable mitjançant judici de valor, la ponderació d'aquests no pot superar el 25% del total, llevat que es tracti d'un contracte amb prestacions de caràcter intel·lectual. En aquest darrer cas, s'admet, excepcionalment, una ponderació dels criteris mitjançant judici de valor fins al 45% del total.

En el cas que ens ocupa, ens trobem en aquest supòsit excepcional, ja que la prestació principal d'aquest contracte és eminentment de caràcter intel·lectual. Es considera de caràcter intel·lectual la creació, la innovació i l'originalitat, és a dir, contractes amb prestacions que impliquen una activitat en què predomina l'element immaterial no quantificable associat als processos mentals pròpiament humans i, a més a més, impliquen l'ús de les més altes facultats intel·lectives humanes (creació intel·lectual no mera activitat intel·lectual, és a dir, que suposi la creació de productes de caràcter novador i que es puguin diferenciar d'altres preexistents). L'empresa guanyadora haurà d'idear, dissenyar i desenvolupar un seguit de peces creatives per tal d'oferir una campanya el més potent possible, per tal de poder arribar a tot el públic objectiu. Aquestes peces (espots de televisió, falques de ràdio, anuncis de premsa, mitjà exterior i Internet) tenen un eminent caràcter intel·lectual i de creativitat.

6.1 Criteris d'adjudicació la valoració dels quals requereix un judici de valor (Fins a màxim 45 punts)

La proposta tècnica es puntuarà amb un màxim de 45 punts valorant aspectes, tant a nivell d'imatge com funcionals, que contribueixin a assegurar que el missatge a transmetre als ciutadans i ciutadanes de Catalunya s'ajusti als objectius informatius; és a dir, que el missatge es comuniqui d'una forma entenedora, clara i objectiva però també original i notòria per poder captar l'atenció del públic objectiu.

Els criteris específics de valoració de l'oferta tècnica s'han determinat en 5 paràmetres d'anàlisi tenint en compte la forma que adopta la campanya (creativitat, originalitat i notorietat de la imatge) i el fons (claredat i objectivitat pel que fa al contingut del missatge).



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 9 de 24

Les empreses licitadores han de presentar una proposta tècnica que, d'acord amb el que s'especifica al PPT, haurà d'incloure els següents elements:

- Argumentari del concepte creatiu.
- Guió gràfic (*story*) degudament desenvolupat, escaleta i identificació dels elements que intervenen en l'espot i una maqueta o animàtic que mostri l'estil i tipologia d'imatges i la proposta de muntatge.
- També caldrà presentar una fitxa amb els detalls tècnics previstos per a la producció dels espots/vídeos:
 - Equip de filmació i recursos d'edició post-producció.
 - Personal adscrit a la producció.
 - Possibles localitzacions i càsting.
 - Proposta de seqüències del vídeo i/o imatges estàtiques que provenen d'arxiu o biblioteca, si la proposta creativa dels vídeos així ho recull, amb el compromís de respectar la llicència d'ús en cada cas.
- Proposta de text-guions escrits de les falques.
- Proposta de l'anunci en format vertical (pàgina) i horitzontal (½ pàgina).
- Caldrà presentar proposta de:
 - 8 versions de cartell corresponent a les versions de gràfica per premsa.
 - Díptic amb la informació bàsica del programa (DINA-4 plegat) i expositor – caixes contenidores dels díptics-
 - Roll-up, per als estands de fires i congressos.
- Caldrà presentar 6 propostes de l'anunci per al mitjà exterior en format vertical (l'estàndard d'OPIs i MUPI) i horitzontal (autobusos, tanques) reflectint la diversitat d'aspectes relatius al perfil principal que es poden o no combinar (persona de 60 anys i de 80 anys, home i dona, amb dificultats de mobilitat –cadira de rodes, bastó- o no, origen ètnic divers) i entorns (urbà, rural) i 2 propostes per al públic secundari (familiar: fill o filla, net o neta, d'una banda, i entitat social, d'una altra)
- Caldrà presentar una proposta de l'anunci per a una campanya display (mides descrites al punt.5), una proposta de format especial (brand day o animació multimèdia) i una proposta específica d'estratègia i de materials per a la difusió de la campanya a les xarxes socials.

La proposta tècnica es valorarà de la següent manera:

6.1.1. Elements vinculats amb la forma que adopta la campanya (creativitat, originalitat i notorietat de la imatge): fins a un màxim de **40 punts**.

- a) **Idea i concepte creatiu:** es valorarà el grau de notorietat, originalitat de la idea, elements d'impacte i adequació a l'objectiu de comunicació que es detalla al PPT fins a un màxim de 15 punts.
- b) **Missatge:** es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en el *Punt 5. Finalitats i objectius que s'han d'assolir* del PPT fins a un màxim de 10 punts.

10 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 10 de 24

- c) **Disseny i estètica:** es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part forma de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió fins a un màxim de 10 punts.
- d) **Integració i coherència entre la imatge audiovisual i la imatge gràfica:** es valorarà el grau d'integració de totes les peces de campanya (spot, gràfica, ...) de manera que tots els codis visuals treballin en una mateixa direcció i construeixin una campanya global (que no hi hagi desconexió entre els diferents elements que conformen la campanya) fins a un màxim 5 de punts.

6.1.2. Elements vinculats amb el fons (claredat i objectivitat pel que fa al contingut del missatge). To i estil: es valorarà que l'estil de la campanya i el to utilitzat doni compliment als condicionants detallats en el Punt 5. *Finalitats i objectius que s'han d'assolir* del PPT fins a un màxim de 5 punts.

La puntuació esglaonada per a cadascun dels paràmetres es basa en la ponderació següent:

	Puntuació obtinguda (%)
Adequació òptima	100%
Adequació notable	75%
Adequació correcta	50%
Té algunes mancances	25%
Té moltes mancances	5%

Una vegada valorades les ofertes, sempre i quan alguna de les valoracions de les propostes tècniques assoleixi el valora de 22,5 punts sobre el màxim de valoració de 45 punts possible, se'ls aplica una fórmula per la qual la proposta tècnica amb la màxima valoració obté la màxima puntuació possible i la proposta valorada amb zero punts segueix obtenint zero punts i alhora distribueix proporcionalment les puntuacions en relació a les valoracions prèvies obtingudes per les propostes tècniques.

La fórmula és la següent:

$$P_{op} = P \times \frac{VT_{op}}{VT_{mv}}$$

P_{op} = Puntuació de l'Oferta a Puntuar
 P = Puntuació del criteri
 VT_{op} = Valoració Tècnica de l'Oferta que es Puntua
 VT_{mv} = Valoració Tècnica de l'oferta Millor Valorada

Si cap de les valoracions de les propostes tècniques assoleix el valor de 22,5 punts sobre el màxim de valoració de 45 punts possible, es considerarà que la puntuació a atorgar és el valor obtingut en la fase de valoració de les propostes tècniques.
 Dins d'aquests criteris no avaluable mitjançant fórmules no es valoraran els mínims establerts en el Plec de Prescripcions Tècniques.

Finançat per



Doc. original signat per:
 LILIANA ARROYO MOLINER
 28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
 10/07/2024 10:04:06

6.2 Criteris d'adjudicació la valoració dels quals es produeix de forma automàtica per aplicació de fórmules (fins a 55 punts)

6.2.1 Oferta econòmica: fins a 31 punts.

La puntuació de l'oferta econòmica s'efectuarà aplicant la fórmula de valoració incorporada en el model de Plec de Clàusules Administratives Particulars aprovats per la Direcció General de Contractació Pública

L'oferta econòmica més favorable obtindrà la màxima puntuació i la resta d'ofertes es valoraran proporcionalment d'acord amb la fórmula següent:

$$P_v = \left[1 - \left(\frac{O_v - O_m}{IL} \right) \times \left(\frac{1}{VP} \right) \right] \times P$$

P_v = Puntuació de l'oferta a Valorar
 P = Punts criteri econòmic
 O_m = Oferta Millor
 O_v = Oferta a Valorar
 IL = Import de Licitació
 VP = Valor de Ponderació

$$VP = 1,31$$

Es justifica l'ús d'aquesta fórmula perquè es vinculen les ofertes amb el pressupost i manté la proporcionalitat entre les ofertes, d'acord amb la Directriu 1/2020 de la Direcció General de Contractació Pública.

L'oferta econòmica es presentarà d'acord amb el model de l'annex 2.

Cal tenir present que l'import total ofert per les empreses no pot ser superior a l'import màxim que figura en l'apartat del quadre de característiques d'aquest plec, aquest fet comportaria l'exclusió del licitador.

6.2.2 Criteris de valoració automàtica diferent del preu: fins a 24 punts.

Es desglossen en les següents millores:

6.2.2.1 Millora en el temps de lliurament dels materials (peces necessàries en funció de la proposta creativa per a la difusió de la campanya i les seves adaptacions) assenyalat a l'apartat 2 del PPT. Fites i objectius Fins a 6 punts.

La ponderació d'aquest apartat es farà d'acord amb la següent distribució:

Criteri	Puntuació
Lliurament de les peces en un termini igual o inferior a 27 dies naturals des de la data de formalització del contracte (aquest material inclou com a mínim els espots, les falques, els màsters per als mitjans impresos, exterior i Internet)	6
Lliurament en un termini inferior a 30 dies naturals i igual o superior a 28 dies naturals des de la data de formalització del contracte (aquest material inclou com a mínim els espots, les falques, els màsters per als mitjans impresos, exterior i Internet)	3

Finançat per



Doc. original signat per:
 LILIANA ARROYO MOLINER
 28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
 10/07/2024 10:04:06

Pàgina 12 de 24

6.2.2.2 Millora en el nombre d'adaptacions per als mitjans impresos, respecte a l'establert a l'apartat 6.4. Descripció dels mitjans tècnics del PPT. Fins a 6 punts.

Criteri	Puntuació
Producció d'un nombre igual o inferior a 50 i superior a 40 adaptacions.	6
Producció d'un nombre igual o inferior a 40 i superior a 30 adaptacions.	3

6.2.2.3 Millora en el nombre d'adaptacions per als mitjans exteriors, respecte a l'establert a l'apartat 6.4. Descripció dels mitjans tècnics del PPT Fins a 6 punts.

Criteri	Puntuació
Producció d'un nombre igual o inferior a 15 i superior a 10 adaptacions.	6
Producció d'un nombre igual o inferior a 10 i superior a 8 adaptacions.	3

6.2.2.4 Millora en el nombre d'adaptacions per als mitjans digitals, respecte a l'establert a l'apartat 6.4. Descripció dels mitjans tècnics del PPT. Fins a 6 punts.

Criteri	Puntuació
Producció d'un nombre igual o inferior a 30 i superior a 25 adaptacions en format display i d'un nombre igual o inferior a 15 i superior a 10 brandays.	6
Producció d'un nombre igual o inferior a 25 i superior a 20 adaptacions en format display i d'un nombre igual o inferior a 10 i superior a 5 brandays.	3

Les millores ofertes per l'empresa que resulti adjudicatària tindran caràcter contractual i el seu incompliment derivarà en responsabilitat de l'empresa. Així mateix, les millores proposades s'entendran incloses en el preu ofert i per tant no podran suposar cost addicional per a l'Administració.

6.3 Criteris per a la determinació de l'existència de baixes presumptament anormals

Quan s'identifiqui una proposició susceptible de ser considerada desproporcionada o anormal, l'òrgan de contractació donarà tràmit d'audiència al licitador a efectes de justificar la valoració de la seva oferta.

En funció de les conclusions que es dedueixin de les seves alegacions l'òrgan de contractació admetrà o no la seva proposició, en tot cas, de forma motivada.

Per a l'apreciació d'ofertes desproporcionades o temeràries es tindrà en compte l'oferta considerada en el seu conjunt i, en cap cas, exclusivament el preu.

Es considerarà que una oferta és desproporcionada o amb valors anormals, de la relació entre les magnituds obtingudes de les variables següents, que es calcularan en relació als criteris d'adjudicació que no són preu:

13 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
 LILIANA ARROYO MOLINER
 28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
 10/07/2024 10:04:06

Pàgina 13 de 24

1. La mitjana aritmètica de la puntuació obtinguda per les empreses licitadores.
2. Desviació de cada una de les puntuacions obtingudes per les empreses licitadores respecte a la mitjana de les puntuacions.
3. Càlcul de la mitjana aritmètica de les desviacions obtingudes, en valor absolut, és a dir, sense tenir en compte el signe més o menys.

Podrà trobar-se una oferta incursa en valor anormal o desproporcionat, als efectes de l'article 149 LCSP, quan la puntuació obtinguda estigui per damunt del valor que resulti de la suma de les variables 1 i 3 i que, al mateix temps, la seva oferta econòmica (preu) estigui també per sota de la mitjana de les ofertes econòmiques presentades per les empreses licitadores en un percentatge del 20%, IVA exclòs.

7 Altra documentació a presentar per les empreses licitadores o per les empreses proposades adjudicatàries

No s'escau

8 Modificacions previstes en el PCAP

No s'escau

9 Cessió

No es podrà cedir el contracte perquè les qualitats tècniques de l'empresa adjudicatària com a autora d'una idea creativa i d'una conceptualització de campanya són determinants a l'hora d'adjudicar el contracte.

10 Subcontractació

D'acord amb l'article 16.1.g) del Decret llei 5/2021, en cap cas s'admet la subcontractació de la prestació principal, atès el caràcter finalista i vinculat a la recuperació econòmica derivada de la pandèmia dels crèdits que financen aquest contracte.

Les tasques pròpies de creativitat han de ser executades directament pel contractista, ja que no poden subcontractar-se per considerar-se tasques clau que condicionen el desenvolupament del contracte, l'èxit i la qualitat del mateix.

En aquest sentit, l'empresa contractista podrà concertar amb altres empreses la realització total o parcial dels elements accessoris següents:

- Es podrà subcontractar, parcial o totalment, la part corresponent a la producció de les peces audiovisuals de la campanya, valorades en 40.889,05 €

14 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 14 de 24

- Es podran subcontractar, parcial o totalment, les despeses relacionades amb la revisió i correcció lingüística i estilística, drets d'imatge de fotografies i actors/locutors, valorades en 8.679,00 €

La subcontractació d'aquestes prestacions no podrà suposar, en cap cas, una pèrdua de qualitat respecte d'allò que es determini al contracte.

El termini de pagament a les empreses subcontractistes per part del contractista no podrà ser, en cap cas, més desfavorable al que s'estableixi entre el contractista i l'òrgan de contractació. Els terminis fixats pel pagament del contractista a les empreses subcontractistes no poden ser més desfavorables que els que preveu la Llei 34/2004.

Les empreses subcontractistes podran demanar el pagament directe de les prestacions realitzades, sempre que s'acrediti l'incompliment dels terminis fixats de forma reiterada del pagament per part del contractista, o bé quan s'aporti sentència ferma obtinguda en seu judicial o arbitral al seu favor. En aquests supòsits, l'òrgan de contractació restarà l'import pagat al subcontractista en la factura que correspongui del pagament al contractista o bé sobre la garantia definitiva.

En el supòsit que els licitadors tinguin intenció de subcontractar i així ho hagin indicat en la Declaració responsable, hauran de detallar en l'**Annex 1.B** del PCAP (relatiu a l'oferta econòmica i altres criteris avaluable de forma automàtica) la part o parts del contracte que tinguin previst subcontractar, assenyalant el seu import i el nom o perfil empresarial, definit per referència a les condicions de solvència professional o tècnica, de l'empresa o empreses subcontractistes a qui vagin a encomanar la seva realització."

11 Justificació de les condicions especials d'execució

D'acord amb l'article 202.2 de la LCSP que estableix que s'ha de fer constar, com a mínim, una de les condicions especials d'execució, l'empresa contractista, en l'elaboració i presentació de l'objecte del contracte, ha d'incorporar la **perspectiva de gènere** i evitar els elements de discriminació sexista de l'ús del llenguatge i de la imatge. Es tracta de promoure una comunicació igualitària, que visualitzi i reconegui per igual a dones i a homes i que eviti ambigüitats.

Malgrat els avenços socials que han tingut lloc en relació amb la consecució de la igualtat d'oportunitats, la llengua i els discursos audiovisuals continuen incorporant elements que invisibilitzen les dones o bé que contribueixen al manteniment dels estereotips i dels rols de gènere tradicionals. Per això, és fonamental la contribució des de qualsevol àmbit d'actuació en la consecució de la igualtat d'oportunitats, real i efectiva.

Un dels principis generals recollits a l'article 14.11 del capítol I de la Llei Orgànica 3/2007, de 22 de març, per la Igualtat Efectiva de Dones i Homes, és la implantació d'un llenguatge no sexista en l'àmbit administratiu i el seu foment en la totalitat de les relacions socials, culturals i artístiques. D'altra banda, als articles 36-41 de la mateixa llei s'hi indica que els mitjans han de vetllar per la transmissió d'una imatge igualitària, plural i no estereotipada de dones i homes en la societat, i promoure el coneixement i la difusió del principi d'igualtat entre dones i homes.

15 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ

07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 15 de 24

Igualment, la Llei 17/2015, del 21 de juliol, d'igualtat efectiva de dones i homes, inspirada en els preceptes estatutaris i legals en matèria de gènere i drets de les dones, estableix mesures transversals en tots els ordres de la vida, amb la finalitat d'erradicar les discriminacions contra les dones, i identifica els principis rectors que han de presidir l'actuació dels poders públics de Catalunya amb relació a la igualtat efectiva de dones i homes.

L'article 4 del Reglament (UE) 2021/241 del Parlament Europeu i del Consell de 12 de febrer de 2021 pel qual s'estableix el Mecanisme de Recuperació i Resiliència, estableix que l'objectiu general del Mecanisme serà fomentar la cohesió econòmica, social i territorial, mitigant l'impacte social i econòmic que ha suposat la crisi de la COVID-19, particularment a les dones, donant suport a la transició ecològica i a la transició digital.

En aquest sentit, per contribuir a la consecució d'aquest objectiu general, les empreses adjudicatàries vetllaran perquè l'activitat objecte del contracte es desenvolupi amb el mínim impacte ambiental possible.

12 Justificació del valor estimat del contracte i desglossament del pressupost base de licitació

12.1 Determinació del preu

El sistema de determinació del preu és a tant alçat. Com que en el sector publicitari no existeixen unes tarifes per als serveis creatius, els preus estimats s'han obtingut a partir de preus de mercat i de l'experiència acumulada observant pressupostos presentats a concursos de campanyes institucionals de gran abast contractades anteriorment per la Generalitat de Catalunya i que tenen unes característiques similars a les requerides per a la campanya objecte d'aquest contracte.

Els preus estimats de les prestacions a realitzar, d'acord amb el PPT, són els següents:

16 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 16 de 24

Concepte	Preu màxim estimat per concepte (IVA exclòs)	Unitats	Import màxim (IVA exclòs)
Preu per a la conceptualització, creativitat i producció d'espots de màxim 30 segons de durada	58.000,00 €	1	58.000,00 €
Preu per a la conceptualització, creativitat i producció de falques de màxim 30 segons de durada	1.000,00 €	2	2.000,00 €
Preu per a la creativitat i producció d'un original d'anunci per als mitjans impresos	800,00 €	8	6.400,00 €
Preu per a la creativitat i producció d'un original d'anunci per al mitjà exterior	800,00 €	8	6.400,00 €
Preu per a la creativitat d'un Díptic amb la informació bàsica del programa i expositor – caixes contenidores dels díptics-	600,00 €	1	600,00 €
Preu per a la creativitat d'un Roll-up, per als estands de fires i congressos.	100,00 €	1	100,00 €
Preu per a la creativitat i producció d'un original d'anunci per als mitjans digitals	150,00 €	3	450,00 €
Preu per a la producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis a diferents formats i mides per a la seva inserció al mitjà imprès	80,00 €	30	2.400,00 €
Preu per a la producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis als formats i mides estàndard (opis i marquesines) per a la seva inserció al mitjà exterior	100,00 €	8	800,00 €
Preu per a la producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis als formats i mides display habituals (robaplanes doble, megabaner, sky, etc.) per a la seva inserció al mitjà Internet	70,00 €	25	1.750,00 €
TOTAL IVA exclòs:			78.900,00 €

El càlcul de costos per conceptes i peces que haurà d'incloure la campanya ens marca un valor aproximat. El càlcul del pressupost de licitació es farà en base als costos directes i indirectes.

17 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
 LILIANA ARROYO MOLINER
 28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
 10/07/2024 10:04:06

Pàgina 17 de 24

12.2 Valor estimat del contracte

El valor estimat del contracte és de **78.900,00 euros**, atès que no es preveuen pròrrogues ni modificacions del contracte.

12.3 Pressupost de licitació

El desglossament del pressupost base de licitació per costos és el següent:

Total pressupost de licitació	Import €
Total costos directes	60.753,00 €
Total costos indirectes	18.147,00 €
Total	78.900,00 €

Les prestacions objecte del contracte estan subjectes al tipus general (21%) d'IVA, segons la Llei 37/1992, de 28 de desembre, de l'Impost sobre el Valor Afegit, o el percentatge de l'IVA vigent en el moment de l'emissió de les factures. Per tant, el pressupost del contracte és de **78.900,00 euros (95.469,00 €, IVA inclòs)**, d'acord amb el desglossament següent:

Partida pressupostària:

D/226.0003.00/5320/2022 -- Publicitat, difusió i campanyes institucionals

	TOTAL
Import net (sense IVA)	78.900,00 €
IVA (21%)	16.569,00 €
IMPORT TOTAL AMB IVA	95.469,00 €

Els càlculs dels costos directes i indirectes es detalla a continuació:

12.3.1 Costos directes

L'estimació de costos directes associats a la prestació del servei és la següent:

Concepte de costos directes	Import €
Costos salarials (mà d'obra directa)	8.603,808 €
Seguretat Social a càrrec de l'empresa (30,00 % dels salaris)	2.581,142 €
Despeses associades (revisió i correcció lingüística i estilística, drets d'imatge de fotografies i actors/locutors)	8.679,000 €
Producció peces audiovisuals.	40.889,050 €
	60.753,000 €

18 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 18 de 24

Aquesta estimació de costos s'explica a continuació.

12.3.1.1 Costos salarials

L'estimació de l'import salarial s'ha realitzat en base a un còmput de temps de dedicació de l'equip de treball detallat a la solvència tècnica i d'acord amb la prestació del servei que ha de fer directament l'empresa contractista.

Prenent com a referència el Conveni col·lectiu Estatal per agències de publicitat, número de conveni 99004225011981, els costos salarials estimats són els següents:

Categoria professional	Retribució salarial (brut anual). Taula salarial any 2024.	Nombre de treballadors sol·licitats per a l'execució del contracte (obra directa)	Import salarial termini execució del contracte (10 % jornada anual de treball de dedicació al projecte)
Director/a creatiu/va i tècnic/a (nivell 2)	22.347,49 €	1	2.234,749 €
Director/a d'Art i Copy (nivell 3)	21.294,24 €	1	2.129,424 €
Supervisor/a de comptes (nivell 3)	21.294,24 €	1	2.129,424 €
Cap d'estudi-dissenyador gràfic (nivell 5)	21.102,11 €	1	2.110,211 €
			8.603,808 €

12.3.1.2 Seguretat Social

Els costos de Seguretat Social, a càrrec de l'empresa, s'estimen en un 30,00 % dels costos salarials (23,70% per contingències comunes + 5,5 % atur + 0,6 % formació professional +0,2 % fons garantia salarial): **2.581,142 €**

12.3.1.3 Altres despeses associades directament a la prestació objecte del contracte.

Es consideren en aquest apartat els drets d'imatge de fotografies i drets d'actors i locutors, d'una banda, i el cost del servei de revisió i correcció lingüística i estilística, d'una altra.

Per al càlcul del preu dels serveis de revisió i correcció lingüística i estilística i drets d'imatge de fotografies i de propietat intel·lectuals d'actors i locutors, s'ha pres com a referència els preus de mercat i l'experiència acumulada observant els preus mitjans dels

19 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 19 de 24

pressupostos presentats a concursos de campanyes publicitàries amb unes característiques similars a les requerides per a la campanya objecte d'aquest contracte.

S'ha calculat d'acord amb el següent quadre:

Concepte	Import €
Drets d'imatge de fotografies i drets actors/locutors (10% del VEC) ^(*)	7.890,000 €
Servei de revisió i correcció lingüística i estilística (1% del VEC)	789,000 €
	8.679,000 €

^(*) Als efectes, si s'escau, que es pogués emetre la campanya durant els anys 2024, 2025, i 2026, data en què es preveu la finalització del projecte. La propietat d'aquest material, un cop entregat, serà de la Generalitat de Catalunya i en podrà fer ús quan vulgui fins al final de 2026.

12.3.1.4 Producció de les peces audiovisuals

Per al càlcul del preu dels serveis de producció de les peces audiovisuals de la campanya, espots i falques, s'ha pres com a referència els preus de mercat i l'experiència acumulada observant els preus mitjans dels pressupostos presentats a concursos de campanyes publicitàries amb unes característiques similars a les requerides per a la campanya objecte d'aquest contracte. Inclou els salaris associats a actors i actrius protagonistes (d'acord amb el Conveni estatal Productors d'obres audiovisuals i els actors que presten serveis en les mateixes codi 99009735011996).

Atès que en el punt 6.4 Descripció dels mitjans tècnics del PPT es defineix que la proposta d'un espot i dues falques, tindria com a import estimat el següent:

Servei	Total
Producció dels espots (exclou la conceptualització i creativitat)	39.889,050 €
Producció de falques (exclou la conceptualització i creativitat)	1.000,000 €
	40.889,050 €

20 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 20 de 24

12.3.2 Costos indirectes

Estimem unes despeses generals d'estructura de 13.413,00 €, és a dir, un 17 % respecte als VEC del contracte. Aquests costos indirectes no es poden mesurar de manera precisa i per aquest motiu fem una deducció en base a una anàlisi d'un sector amb estructures empresarials majoritàriament mitjanes i petites, especialment pel que fa a les empreses locals.

En aquestes despeses generals d'estructura s'inclouen les despeses no vinculades directament al servei objecte del contracte però que són necessàries per al funcionament de l'empresa (les despeses de lloguers, administració, serveis centralitzats, formació, etc...). Exclou les despeses financeres.

Pel que fa al benefici empresarial s'estima un import del 6% respecte als VEC del contracte: 6.312,00 €

Concepte de costos indirectes	Import €
Despeses generals d'estructura (17% respecte al VEC del contracte)	13.413,000 €
Benefici industrial (6% respecte al VEC del contracte)	4.734,000 €
	18.147,000 €

12.4 Revisió de preus:

No

13 Responsable del contracte

Ricard Faura i Homedes, cap del Servei d'Inclusió i Capacitació Digital de la Direcció General de Societat Digital.

14 Termini de durada del contracte / d'execució de la prestació

14.1 Termini del contracte

L'execució del contracte serà des del dia següent de la signatura del contracte fins com a màxim el 31 de desembre de 2024.

L'empresa contractista lliurarà el material que la DGSD consideri necessari per a l'inici de la difusió de la campanya en un termini màxim de 45 dies naturals des de la formalització del contracte.

Un cop iniciada la difusió de la campanya, la DGSD pot requerir noves peces i adaptacions del material en funció de les necessitats i la planificació de la difusió, fins esgotar el nombre total de peces creatives i adaptacions que s'establiran a l'oferta finalment adjudicada.

El termini màxim de lliurament de materials addicionals de campanya serà de 5 dies naturals des de la petició.

El termini màxim de lliurament de les adaptacions serà de 18 hores des de la petició.

21 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 21 de 24

14.2 Pròrroga del contracte

No es preveu.

15 Justificació de la insuficiència de mitjans tècnics i de personal per satisfer la necessitat del contracte

Atès que la DGSD no disposa de mitjans personals ni materials per a la creació i producció d'una campanya, es proposa la contractació d'una empresa especialitzada en l'àmbit de la publicitat i creativitat.

16 Protecció de dades de caràcter personal

No es requereix cessió de dades de caràcter personal al contractista.

17 Penalitats per compliment defectuós de l'execució del contracte

Quan el contractista, per causes imputables a ell mateix, incorri en demora en el termini de pagament al subcontractista, l'Administració podrà imposar, ateses las circumstancies del cas, la imposició de les penalitats diàries en la proporció de 0,60 euros per cada 1.000 euros del preu del contracte, IVA exclòs.

18 Mecanismes per al control de les fites i objectius dels fons MRR

L'assoliment de fites i objectius és la clau dels fons MRR. En el cas del component 19 de Pla Nacional de competències digitals, l'objectiu a assolir és la capacitat de, com a mínim, 90.295 ciutadans abans del quart trimestre de l'any 2025.

L'objecte d'aquest contracte es vincula amb aquesta fita de forma indirecta, ja que consisteix a la prestació dels serveis de creativitat, conceptualització, disseny i producció d'una campanya de publicitat institucional dirigida a la ciutadania per a la promoció de les accions de capacitat. L'incompliment de les condicions contractuals, especialment pel que fa als terminis de lliurament dels diferents que formen part del contracte, pot perjudicar l'assoliment de la fita MRR.

S'estableixen les següents penalitats en cas d'incompliment:

A) Incompliments lleus. Es consideren incompliments lleus:

- Incomplir els terminis màxims de lliurament del material en més de 24 h.
- Incomplir els terminis màxims de lliurament de les adaptacions en 9 hores des de la petició.
- No executar el contracte amb estricta subjecció al Plec de prescripcions tècniques, els seus annexos i els altres documents del contracte, quan la infracció no pugui ser conceptualitzada com a greu o molt greu.

22 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 22 de 24

- d) Incomplir la condició essencial del contracte pel que fa a la l'adscripció de mitjans personals exigits en l'apartat de solvència tècnica professional, no substituint als professionals per d'altres amb el mateix perfil en un termini inferior a 2 dies laborables.

B) Incompliments greus. Es consideren incompliments greus:

- a) Reiterar per tercera vegada algun dels comportaments constitutius d'infracció lleu.
b) No complir les determinacions del contracte o no disposar, per a la seva execució, dels mitjans materials i personals previstos.
c) Incomplir la condició especial del contracte d'incorporar la perspectiva de gènere i evitar els elements de discriminació sexista de l'ús del llenguatge i de la imatge en els serveis prestats.
d) Incomplir la condició especial del contracte de minimitzar l'impacte ambiental
e) Incomplir la condició essencial del contracte pel que fa a la l'adscripció de mitjans personals exigits en l'apartat de solvència tècnica professional, no substituint als professionals per d'altres amb el mateix perfil en un termini inferior a 5 dies laborables.
f) No complir els compromisos adquirits en la proposta presentada.

Quantia de les penalitzacions

Aquests incompliments es penalitzaran de la manera següent:

- a) Els incompliments lleus, amb una penalització del 2% del VEC
b) Els incompliments greus, amb una penalització de 5% del VEC
c) L'incompliment de les condicions per a la subcontractació es considera una infracció greu i donarà lloc a una penalització d'un 6% de l'import pel qual s'ha adjudicat el contracte, IVA exclòs.

19 Obligacions en matèria mediambiental, etiquetatge verd i etiquetatge digital, i el principi de no causar dany

L'empresa contractista ha de complir les obligacions en matèria mediambiental, etiquetatge verd i etiquetatge digital, i el principi de no causar dany. L'Annex 13 conté la declaració responsable sobre el compliment de no causar perjudici significatiu als sis objectius mediambientals en el sentit de l'article 17 del Reglament (UE) 2020/852, i estableix que l'incompliment d'algun dels requisits que estableix aquesta declaració donarà lloc a l'obligació de retornar les quantitats percebudes i els interessos de demora corresponents.

Els mecanismes de control i compliment de les obligacions esmentades per tal de controlar i fer complir les obligacions en matèria mediambiental, etiquetatge verd i etiquetatge digital, d'acord amb l'Ordre HFP/1030/2021. Concretament, es requereix dues declaracions responsables:

- Presentació de la Declaració responsable sobre el compliment del principi de no causar perjudici significatiu als 6 objectius mediambientals en el sentit de l'article 17 del reglament (UE) 2020/852, a l'inici del contracte.
- Declaració responsable, a la finalització del contracte, que manifesti que s'han dut a terme les següents actuacions:

23 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 23 de 24

Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Treball
Secretaria de Polítiques Digitals

- Una gestió adequada dels residus: mesures de prevenció, minimització, separació, reutilització i reciclat, amb caràcter general.
- L'ús de mesures adequades per tal de garantir la transició cap a una economia circular, incloses la prevenció i el reciclat dels residus derivats de l'execució del contracte. Inclou els materials fungibles –paper, cartró, plàstic, etc.–, i també els equips informàtics i tecnològics (càmeres, enregistradores, elements per a la il·luminació, etc.)
- Elecció de productes, components i materials reciclats o reutilitzats, o substitució dels materials contaminants per alternatives més segures, per a la construcció dels escenaris i les escenografies dels productes publicitaris. Facilitació del desmuntatge i la deconstrucció, i promoció de la possibilitat de reutilització en futures oportunitats, de tots elements utilitzats.
- Foment de la reducció al mínim de les ineficiències, realitzant accions destinades a incrementar la durabilitat, la reparació, l'actualització, la reutilització de productes que puguin provocar danys al medi ambient.
- Gestió adequada del final de la vida dels components elèctrics i electrònics i de les bateries (reutilització o reciclatge de les matèries crítiques que contenen) la vida de les quals s'hagi exhaurit durant la realització del contracte.
- Implementació de mesures preventives de la contaminació de l'atmosfera, l'aigua o el terra, si s'escau.
- Protecció de la biodiversitat i els ecosistemes, amb especial atenció a la selecció dels escenaris per a les produccions audiovisuals.
- En situació de mobilitat del personal adscrit al contracte, foment de l'ús del transport públic o, en el seu defecte, de l'ús de mitjans de transport que evitin l'augment de les emissions de gasos amb efecte hivernacle.

Liliana Arroyo Moliner
Directora general de Societat Digital

Signat electrònicament

24 de 24

Finançat per



Doc. original signat per:
LILIANA ARROYO MOLINER
28/06/2024

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 10/07/2027

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



07HSIE6VW9B2ZERSN69K1Q0Y2O7ZIDFY

Data creació còpia:
10/07/2024 10:04:06

Pàgina 24 de 24