



**Ajuntament
de Barcelona**

Gerència de Serveis Generals
Plaça de Sant Miquel, 4, 5ª planta, Edifici Novíssim
08002 Barcelona

Contracte 24000888L01
LOT1 CAMPANYES MULTIMÈDIA

FORMALITZACIÓ DE L'ACORD MARC

D'una part, el Sr. Agustí ABELAIRA DAPENA, Gerent de l'Àrea de Recursos i Transformació Digital, autoritzat expressament per Decret de l'Alcaldia de data 17 de juny de 2023, assistit per la Sra. Maribel FERNÁNDEZ GALERA, Secretària Delegada de la Gerència de Serveis Generals per delegació del Secretari General de l'Excm. Ajuntament d'aquesta Ciutat de data 8 de setembre de 2023, segons l'apartat i) de l'article 3.2 del Reial Decret 128/2018, de 16 de març, regulador del Règim Jurídic dels Funcionaris d'Administració Local amb habilitació nacional, i en l'exercici de les seves funcions de fedatari i d'assessorament legal de la Corporació, segons l'article 92 bis de la Llei 7/1985, de 2 d'abril, reguladora de les Bases del Règim Local, que certifico.

De l'altra, el Sr. Javier ROYO GONZÁLEZ, amb DNI núm. [REDACTED], com a representant legal de la persona jurídica IKI MEDIA COMMUNICATIONS S.L, amb NIF núm. B66578022, amb poder suficient segons queda acreditat a l'expedient.

Ambdues parts es reconeixen la capacitat legal necessària segons intervenen per formalitzar el present Acord Marc, i

MANIFESTEN

Que la Comissió de Govern, en sessió del dia 24 de desembre de 2024, adoptà el següent acord:

DESIGNAR com a proveïdors de l'Acord Marc de fixació de condicions, amb mesures de contractació pública sostenible, per a la contractació dels serveis d'assessorament estratègic, planificació, negociació, contractació i gestió d'espais publicitaris en tots els mitjans i suports i, secundàriament, els serveis d'ideació, creativitat, disseny, producció i implementació d'accions especials de comunicació vinculades a les campanyes de publicitat i de designació de les empreses per a la utilització comuna i contractació centralitzada per part de l'Ajuntament de Barcelona, els seus organismes autònoms, les seves entitats públiques empresarials, les seves societats privades amb capital íntegrament municipal i les societats amb participació municipal majoritària de l'Ajuntament de Barcelona, amb les quals es podran contractar aquests serveis a mesura que apareguin les necessitats, amb número de contracte 24000888L01: campanyes multimèdia, les empreses INICIATIVAS DE MEDIOS, S.A. amb número de NIF A28954618, IKI MEDIA COMMUNICATIONS S.L amb número de NIF B66578022 i MEDIALOG COMMUNICATIONS SL INFINITY MEDIA COMMUNICATIONS SLU UTE amb número de NIF U75542969, en funció dels preus unitaris oferts, en ser considerades les ofertes d'aquestes, les més avantatjoses econòmicament de les ofertes finalment acceptades, en haver obtingut la millor puntuació, un cop aplicats els criteris d'adjudicació previstos al plec de clàusules administratives, per un import de 17.100.000,00 euros IVA inclòs.

FIXAR l'import de la garantia definitiva en 706.611,57 euros.

DELEGAR en el Gerent responsable de l'àmbit material de l'objecte del contracte la signatura de la formalització del mateix de conformitat amb l'article 9 de la Llei 40/2015, d'1 d'octubre, de règim jurídic del sector públic.

FORMALITZAR el contracte en el termini màxim de 5 dies naturals a comptar del següent al de la recepció per part de l'adjudicatari del requeriment per a la formalització, sempre i quan hagin transcorregut 15 dies hàbils des de la tramesa



**Ajuntament
de Barcelona**

Gerència de Serveis Generals
Plaça de Sant Miquel, 4, 5ª planta, Edifici Novíssim
08002 Barcelona

de la notificació de l'adjudicació i no s'hagi interposat recurs especial de contractació que impliqui la suspensió de la formalització o s'hagués acordat l'aixecament de la suspensió.

NOTIFICAR la present resolució a les licitadores;

PUBLICAR la resolució d'adjudicació del contracte i la seva formalització en el Perfil de Contractant.

DESIGNAR com a responsable del contracte a la Sra. Assumpta Bisbal Adorna, Directora de Serveis Publicitaris.

DONAR COMPTE d'aquesta resolució a la Comissió de Presidència, Seguretat i Règim Interior.

En virtut de l'anterior, les parts procedeixen a formalitzar el present Acord Marc i, a tal efecte,

ACORDEN

PRIMER.- El Sr. Agustí ABELAIRA DAPENA, Gerent de l'Àrea de Recursos i Transformació Digital, en representació de l'Excm. Ajuntament de Barcelona, formalitza a favor de la persona jurídica IKI MEDIA COMMUNICATIONS S.L, amb NIF núm. B66578022, el LOT1 (campanyes multimèdia) de l'Acord Marc de fixació de condicions, amb mesures de contractació pública sostenible, per a la contractació dels serveis d'assessorament estratègic, planificació, negociació, contractació i gestió d'espais publicitaris en tots els mitjans i suports i, secundàriament, els serveis d'ideació, creativitat, disseny, producció i implementació d'accions especials de comunicació vinculades a les campanyes de publicitat i de designació de les empreses per a la utilització comuna i contractació centralitzada per part de l'Ajuntament de Barcelona, els seus organismes autònoms, les seves entitats públiques empresarials, les seves societats privades amb capital íntegrament municipal i les societats amb participació municipal majoritària de l'Ajuntament de Barcelona, per un import de 17.100.000,00 euros, IVA inclòs.

SEGON.- Ambdues parts s'obliguen al compliment exacte d'aquest Acord Marc conforme el plec de clàusules administratives particulars i el plec de prescripcions tècniques que el regeixen, així com als termes de la proposició de l'adjudicatari.

TERCER.- L'Acord Marc s'iniciarà a partir del dia 1 de febrer de 2025 i tindrà una durada inicial de 12 mesos.

Amb caràcter excepcional, d'acord amb l'article 29.4 de la LCSP, un cop hagi vençut el termini de vigència del present Acord Marc i, per circumstàncies imprevisibles per l'òrgan de contractació, no se n'hagués formalitzat un de nou que garantís la continuïtat de la prestació, es podrà prorrogar aquest Acord Marc fins que comenci l'execució d'un de nou, amb un termini màxim de nou mesos, sempre que l'anunci de licitació del nou s'hagi publicat amb una antelació mínima de tres mesos respecte de la data de finalització del contracte originari.

QUART.- Per respondre del compliment del present contracte, l'empresa ha constituït a la Tresoreria d'aquest consistori una garantia definitiva, mitjançant aval, per import de 235.537,19 euros, amb número de dipòsit 119505.



**Ajuntament
de Barcelona**

Gerència de Serveis Generals
Plaça de Sant Miquel, 4, 5ª planta, Edifici Novíssim
08002 Barcelona

CINQUÈ.- El contractista declara sota la seva responsabilitat que no es troba incurs en cap de les causes d'incapacitat i incompatibilitat previstes per les disposicions legals vigents en matèria de contractació administrativa.

SISÈ.- Les despeses i impostos que s'originin com a conseqüència del present Acord Marc seran a càrrec exclusiu de l'adjudicatari.

SETÈ.- Havent llegit aquest document i assabentats del seu contingut, les parts interessades, com a prova de conformitat i acceptació de tota la documentació publicada al perfil del contractant, signen electrònicament la present formalització de l'Acord Marc, així com el plec de clàusules administratives particulars i el plec de prescripcions tècniques que s'uneixen com a annexos a un sol efecte.

Per l'Ajuntament de Barcelona



**Ajuntament
de Barcelona**

Agustín Abelaira Dapena
- DNI [REDACTED] (TCAT)
2025.01.27 16:45:03
+01'00'

Sr. Agustí ABELAIRA DAPENA



**Ajuntament
de Barcelona**

Data:
2025.01.28
20:41:33 +01'00'

Sra. Maribel FERNÁNDEZ GALERA

Pel contractista

Sr. Javier ROYO GONZÁLEZ



JAVIER ROYO
(R: B66578022)

Firmado digitalmente
por [REDACTED] JAVIER
ROYO (R: B66578022)
Fecha: 2025.01.27
14:06:41 +01'00'

PLEC DE CLÀUSULES ADMINISTRATIVES PARTICULARS D'ACORD MARC, MARC, AMB MESURES DE CONTRACTACIÓ PÚBLICA SOSTENIBLE, DE FIXACIÓ DE LES CONDICIONS PER A LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS D'ASSESSORAMENT ESTRATÈGIC, PLANIFICACIÓ, NEGOCIACIÓ, CONTRACTACIÓ I GESTIÓ D'ESPAIS PUBLICITARIS EN TOTS ELS MITJANS I SUPORTS, I SECUNDÀRIAMENT, ELS SERVEIS D'IDEACIÓ, CREATIVITAT, DISSENY, PRODUCCIÓ I IMPLEMENTACIÓ D'ACCIONS ESPECIALS DE COMUNICACIÓ VINCULADES A LES CAMPANYES DE PUBLICITAT, I DE DESIGNACIÓ DE LES EMPRESES PER A LA UTILITZACIÓ COMUNA I CONTRACTACIÓ CENTRALITZADA PER PART DE L'AJUNTAMENT DE BARCELONA, ELS SEUS ORGANISMES AUTÒNOMS, ENTITATS PÚBLIQUES EMPRESARIALS, SOCIETATS PRIVADES MUNICIPALS I SOCIETATS AMB PARTICIPACIÓ MUNICIPAL MAJORITÀRIA

TRAMITACIÓ ORDINÀRIA

PROCEDIMENT D'ADJUDICACIÓ: OBERT

Codi	24000888	Descripció Acord marc	ACORD MARC, MARC, AMB MESURES DE CONTRACTACIÓ PÚBLICA SOSTENIBLE, DE FIXACIÓ DE LES CONDICIONS PER A LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS D'ASSESSORAMENT ESTRATÈGIC, PLANIFICACIÓ, NEGOCIACIÓ, CONTRACTACIÓ I GESTIÓ D'ESPAIS PUBLICITARIS EN TOTS ELS MITJANS I SUPORTS, I SECUNDÀRIAMENT, ELS SERVEIS D'IDEACIÓ, CREATIVITAT, DISSENY, PRODUCCIÓ I IMPLEMENTACIÓ D'ACCIONS ESPECIALS DE COMUNICACIÓ VINCULADES A LES CAMPANYES DE PUBLICITAT, I DE DESIGNACIÓ DE LES EMPRESES PER A LA UTILITZACIÓ COMUNA I CONTRACTACIÓ CENTRALITZADA PER PART DE L'AJUNTAMENT DE BARCELONA, ELS SEUS ORGANISMES AUTÒNOMS, ENTITATS PÚBLIQUES EMPRESARIALS, SOCIETATS PRIVADES MUNICIPALS I SOCIETATS AMB PARTICIPACIÓ MUNICIPAL MAJORITÀRIA.
------	----------	--------------------------	---

VEC	14.876.033,06	Codi CPV	79341000-6 Serveis de publicitat
-----	---------------	----------	----------------------------------

***Òrgan de contractació pressupost**

La Comissió de Govern en ús de les facultats delegades per Decret d'alcaldia de 23.06.2023

***Departament econòmic**

Direcció de Serveis de Gestió Econòmica, de la gerència de Serveis Generals

***Òrgan destinatari**

Direcció de Comunicació, Gerència de Recursos i Transformació Digital.

**Aquestes dades han de constar en cadascuna de les factures presentades per l'adjudicatari.*

Clàusula 1. Objecte, entitats destinatàries i règim jurídic de l'acord marc

És objecte d'aquest Acord marc la fixació de condicions, amb mesures de contractació pública sostenible, per a la contractació dels serveis d'assessorament estratègic, planificació, negociació, contractació i gestió d'espais publicitaris en tots els mitjans i suports, i secundàriament, els serveis d'ideació, creativitat, disseny, producció i implementació d'accions especials de comunicació vinculades a les campanyes de publicitat i de designació de les empreses per a la utilització comuna per part de l'Ajuntament de Barcelona, els seus organismes autònoms, les seves entitats públiques empresarials, les seves societats privades, les societats amb participació municipal majoritària de l'Ajuntament de Barcelona i els consorcis, les fundacions i les associacions amb participació municipal, amb les quals es podran contractar aquests serveis a mesura que apareguin les necessitats.

D'acord a la instrucció per a la gestió de la despesa publicitària publicada a la gaseta municipal del 10 de maig de 2016, la Direcció de Comunicació ha de centralitzar la contractació de les campanyes publicitàries de totes les àrees, departaments i districtes així com de les entitats públiques empresarials, organismes autònoms locals i societats privades municipals de l'Ajuntament de Barcelona, a través de les empreses designades a tal efecte mitjançant el present acord marc. El detall d'aquests ens és el següent:

Organismes autònoms locals:

- ☐ Institut Municipal d'Informàtica
- ☐ Institut Municipal d'Hisenda
- ☐ Institut Municipal de Persones amb Discapacitat
- ☐ Institut Municipal d'Educació
- ☐ Institut Municipal de Paisatge Urbà i Qualitat de Vida
- ☐ Institut Municipal de Mercats de Barcelona
- ☐ Institut Municipal de Serveis Socials
- ☐ Institut Barcelona Esports

Entitats públiques empresarials:

- ☐ Institut Municipal de l'Habitatge i Rehabilitació
- ☐ Institut Municipal de Parcs i Jardins
- ☐ Institut Municipal de Cultura de Barcelona
- ☐ Institut Municipal Fundació Mies Van der Rohe
- ☐ Institut Municipal d'Urbanisme

Societats privades municipals amb capital íntegrament municipal:

- ☐ Barcelona Activa, S.A.
- ☐ Informació i Comunicació de Barcelona, S.A.
- ☐ Barcelona Cicle de l'Aigua, S.A.
- ☐ Barcelona d'Infraestructures Municipals, S.A.
- ☐ Barcelona Mobile Ventures, S.L.
- ☐ Foment de Ciutat, S.A.
- ☐ Barcelona de Serveis Municipals, S.A.
- ☐ Cementiris de Barcelona, S.A.

Societats privades municipals amb participació majoritària:

- ❑ Tractament i Selecció de Residus, S.A.
- ❑ Mercats de Proveïments de Barcelona, S.A.
- ❑ Barcelona Regional Agència de Desenvolupament Urbà, S.A.
- ❑ Selectives Metropolitanes, S.A.
- ❑ Solucions Integrals per als Residus, S.A.U.

Així mateix, han expressat la seva voluntat d'adherir-se els següents ens:

Fundacions:

- ❑ Barcelona Capital Nàutica
- ❑ Museu Picasso

L'abast del present acord marc inclou la totalitat de les Gerències, dels Districtes, dels Instituts Municipals, de les empreses participades per l'Ajuntament i de les Fundacions, indicades al present plec i al plec de prescripcions tècniques, d'acord amb la Instrucció de la Gerència Municipal de data 5 de maig de 2016 i publicada a la Gasetta Municipal del 10 de maig de 2016, de gestió de la despesa publicitària de les àrees i departaments, districtes, entitats públiques empresarials, organismes locals i societats privades municipals de l'Ajuntament de Barcelona, de centralització en la Direcció de Comunicació de la contractació de totes les campanyes publicitàries.

En l'objecte de l'acord marc s'incorporen les mesures de contractació pública sostenible següents:

- Pagament del preu a les empreses subcontractades.
- Acreditació de pagament en termini de pagament a les empreses subcontractades
- Manteniment de les condicions laborals durant la vigència del contracte.

D'acord amb l'article 99.3 LCSP, l'objecte de l'acord marc es divideix en els següents lots de realització independent i que es formalitzaran en contractes específics:

Lot 1: Campanyes multimèdia

El lot 1 inclou els serveis d'assessorament estratègic, planificació, negociació, contractació i gestió d'espais publicitaris de les campanyes de publicitat institucional i actuacions de comunicació que es difonguin en tots o en alguns dels mitjans de comunicació i suports següents: televisió, premsa impresa i revistes, ràdio, exteriors i mitjans digitals (premsa, xarxes socials, etc.), excepte aquelles campanyes o accions de comunicació que es difonguin exclusivament per mitjans digitals, que seran objecte del Lot 2.

També s'inclou, secundàriament, els serveis d'ideació, creativitat, disseny, producció i implementació d'accions especials de comunicació vinculades a les campanyes de publicitat multimèdia.

Lot 2: Campanyes digitals

El lot 2 inclou els serveis d'assessorament estratègic, planificació, negociació, contractació i gestió d'espais publicitaris de les campanyes de publicitat institucional i actuacions de comunicació que es difonguin exclusivament a mitjans, suports i dispositius digitals.

També s'inclou, secundàriament, els serveis d'ideació, creativitat, disseny, producció i implementació d'accions especials de comunicació vinculades a les campanyes digitals.

D'acord amb l'article 99.4.a) de la LCSP, una **mateixa licitadora solament pot licitar com a màxim a un dels dos lots.**

Tal i com estableix l'article 139.3 de la LCSP, una mateixa empresa no podrà subscriure per a un mateix Lot, proposicions en UTE si ho ha fet també de manera individual, ni tampoc per a un mateix Lot figurar en més d'una UTE. La infracció d'aquesta norma donarà lloc a la no admissió de totes les propostes subscrites per l'empresa, sigui de manera individual i/o en UTE.

S'ha considerat oportú **designar a un màxim de tres (3) agències en el cas del Lot 1, i a un màxim de tres (3) agències per al Lot 2,** sempre que presenti oferta el nombre suficient de licitadores, que seran les que hagin obtingut la millor puntuació, ja que es considera que és una xifra adient per afavorir la concurrència pública i garantir alhora una prestació òptima del servei.

En el cas que, per causa imputable a l'adjudicatària, aquesta hagi de finalitzar abans de la data prevista, l'Ajuntament podrà realitzar una nova adjudicació a la següent classificada de la licitació pel que resti de l'acord marc i per l'oferta realitzada durant la licitació. Si la nova adjudicatària proposada no acceptés la proposta d'adjudicació efectuada per l'Ajuntament, la proposta es realitzaria a la següent classificada i així successivament.

Règim jurídic

El règim jurídic de l'adjudicació de l'acord marc es regeix per les prescripcions corresponents al contracte de serveis, perquè es tracta de prestacions de fer o de desenvolupament de les tasques especificades a l'objecte de cadascun dels Lots.

La contractació basada en el present acord marc es tipificarà com a contracte administratiu o privat de serveis, en funció del caràcter de l'entitat del Grup Municipal que l'adjudiqui en el seu cas i es subjectarà a aquest plec de clàusules administratives particulars (PCAP), al plec prescripcions tècniques (PPT), a la documentació complementària i a la LCSP segons el que preveuen els seus articles 25 i 26 i es subjectarà a les regulacions de la LCSP i la normativa de desenvolupament.

Atenent al valor estimat (VEC) d'aquest acord marc es considera sotmès a regulació harmonitzada tot d'acord amb la previsió dels articles 19 i 22 de la LCSP.

La documentació incorporada a l'expedient que té naturalesa contractual és aquest plec (PCAP), el plec de prescripcions tècniques (PPT) i la documentació complementària annexa.

En cas de discrepància entre el PCAP i el PPT, prevaldrà el PCAP en tot allò que segons l'article 122 de la LCSP hagi de regular el PCAP i el PPT en tot allò que d'acord amb els articles 124 i següents de la LCSP hagi de regular aquest.

Aquest acord marc conté mesures de contractació pública sostenible, d'acord amb el [Decret d'alcaldia de 24 d'abril de 2017](#) sobre la contractació pública sostenible i el [Decret d'Alcaldia de 19 de maig de 2016](#), pel qual es reconeix clàusula essencial dels contractes públics municipals que les empreses licitadores, contractistes o subcontractistes, o empreses filials o empreses interposades no tenen relació econòmica ni financera il·legal amb un país considerat paradís fiscal.

Clàusula 2. Despesa anual estimada i valor estimat de l'acord marc

La quantia inicial de l'acord marc no es pot determinar amb exactitud amb caràcter previ ja que dependrà de les necessitats de les entitats destinatàries. Tanmateix per tal que les licitadores puguin efectuar de manera acurada les respectives ofertes, s'ha tingut en compte la despesa que potencialment es generaria durant la vigència de l'acord marc incloent les seves possibles modificacions i pròrrogues.

A més a més cal tenir en compte la impossibilitat de poder concretar anticipadament la despesa global que pot derivar d'aquest acord marc, la qual acabarà essent configurada per la despesa real acumulada per la contractació basada, durant el període de vigència d'aquest acord marc i segons les necessitats de l'Ajuntament i dels ens participants. Les desviacions en el consum o la despesa indicades no podran ser objecte de cap penalització.

Aquesta estimació s'ha d'entendre comprensiva de la totalitat de l'objecte del contracte i els preus consignats porten implícits la totalitat dels costos derivats de l'execució de l'objecte de l'acord marc i anirà amb càrrec al/als pressupost/os següent/s en el moment que es realitzi la corresponent contractació basada.

La despesa estimada de l'acord marc per ens adherits i lots és com segueix, en euros:

Pressupost total:

ANY	IMPORT NET €	IVA 21 %	IMPORT TOTAL €
2025	13.636.363,63	2.863.636,36	16.499.999,99
2026	1.239.669,43	260.330,58	1.500.000,01
TOTAL	14.876.033,06	3.123.966,94	18.000.000,00

LOT 1: Campanyes multimèdia:

ANY	IMPORT NET €	IVA 21 %	IMPORT TOTAL €
2025	12.954.545,45	2.720.454,54	15.674.999,99
2026	1.177.685,96	247.314,05	1.425.000,01
TOTAL	14.132.231,41	2.967.768,59	17.100.000,00

LOT 2: Campanyes digitals:

ANY	IMPORT NET €	IVA 21 %	IMPORT TOTAL €
2025	681.818,18	143.181,82	825.000,00
2026	61.983,47	13.016,53	75.000,00
TOTAL	743.801,65	156.198,35	900.000,00

La despesa estimada per ens adherits i lots és com segueix, en euros:

ANY	ENS ADHERITS	IMPORT TOTAL IVA INCLÒS
2025	Direcció de Comunicació (*)	16.298.699,99
	Fundació Barcelona Capital Nàutica	183.000,00

	Fundació Museu Picasso	18.300,00
TOTAL 2025		16.499.999,99
2026	Direcció de Comunicació (*)	1.481.300,01
	Fundació Barcelona Capital Nàutica	17.000,00
	Fundació Museu Picasso	1.700,00
TOTAL 2026		1.500.000,01
TOTAL 2025 I 2026		18.000.000,00

LOT 1: Campanyes multimèdia:

ANY	ENS ADHERITS	IMPORT TOTAL IVA INCLÒS
2025	Direcció de Comunicació (*)	15.546.699,99
	Fundació Barcelona Capital Nàutica	110.000,00
	Fundació Museu Picasso	18.300,00
TOTAL 2025		15.674.999,99
2026	Direcció de Comunicació (*)	1.413.300,01
	Fundació Barcelona Capital Nàutica	10.000,00
	Fundació Museu Picasso	1.700,00
TOTAL 2026		1.425.000,01
TOTAL 2025 I 2026		17.100.000,00

LOT 2: Campanyes digitals:

ANY	ENS ADHERITS	IMPORT TOTAL IVA INCLÒS
2025	Direcció de Comunicació (*)	752.000,00
	Fundació Barcelona Capital Nàutica	73.000,00
TOTAL 2025		825.000,00
2026	Direcció de Comunicació (*)	68.000,00
	Fundació Barcelona Capital Nàutica	7.000,00
TOTAL 2026		75.000,00
TOTAL 2025 I 2026		900.000,00

(*) Tal i com s'indica en paràgrafs anteriors, d'acord a la Instrucció per a la gestió de la despesa publicitària publicada a la gaseta municipal del 10 de maig de 2016, la Direcció de Comunicació centralitza la contractació de les campanyes publicitàries de totes les àrees, departaments i districtes així com de les entitats públiques empresarials, organismes autònoms locals i societats privades municipals de l'Ajuntament de Barcelona, amb càrrec al seu pressupost.

La distribució establerta en els quadres anteriors no és limitativa. Els imports poden distribuir-se segons les necessitats concretes de cada ens, i es poden utilitzar en qualsevol moment durant l'execució de l'acord marc i la contractació basada, segons les necessitats reals amb les condicions i el procediment establerts als plecs.

La quantia d'aquest acord marc i de la contractació basada es determina en funció de preus unitaris.

La quantia total no es defineix amb exactitud, perquè el nombre total de prestacions incloses en l'objecte del contracte estan subordinades a les necessitats concretes dels ens inclosos.

En tot cas, les quantitats indicades com a valors estimats i pressupostos tenen caràcter orientatiu i no vinculant.

En tractar-se d'un Acord marc on no existeix obligació d'aprovar un pressupost base de licitació segons el que estableix l'article 100.3 de la LCSP, i en tractar-se d'un contracte per preus unitaris, no procedeix el desglossament que estableix l'article 100 de la LCSP. En relació al cost dels salaris de les persones ocupades per a la seva execució atès que el sistema de determinació del preu és per preus unitaris i el cost econòmic principal dels serveis a prestar no són els costos laborals tampoc s'entén necessari, de conformitat amb la resolucions del Tribunal Administratiu Central de Recursos Contractuals, núm. 633/2019 i 1038/2023.

No obstant això, s'informa del conveni col·lectiu de referència per als treballadors que prestin serveis en relació a aquest acord marc, que és el conveni col·lectiu estatal per a les empreses de publicitat, publicat al BOE núm. 35 de 10 de febrer de 2016 i la revisió de taules salarials del 2022 al 2025 publicades al BOE núm. 192, d'11 d'agost de 2022.

D'acord amb la previsió de la disposició addicional 33a LCSP, la quantia del pressupost base de la contractació basada es considera estimativa i tindrà el caràcter de pressupost màxim i limitatiu d'aquest acord marc, condicionat per la quantitat de prestacions que efectivament realitzin les empreses adjudicatàries en funció dels requeriments, aplicant els corresponents preus unitaris.

L'Ajuntament no resta obligat a exhaurir el pressupost de la contractació basada en atenció a què el preu final es determina en funció de les necessitats de l'Administració i aplicant els preus unitaris corresponents.

L'Ajuntament de Barcelona podrà contractar de forma indistinta amb qualsevol dels proveïdors designats, sense que això suposi l'obligació d'un mínim de contractació per a cadascun.

En els supòsits previstos legalment, les anualitats previstes en els apartats anteriors es reajustaran en la contractació basada, com per exemple en cas que l'inici de l'acord marc es produís en data posterior a la inicialment prevista.

Atès que la contractació basada pot comportar despeses de caràcter plurianual, la seva autorització o realització se subordinarà, en el seu cas, al crèdit que per a cada exercici autoritzin els respectius Pressupostos municipals.

Atès que el present Acord marc es tramita en exercici anterior al de l'inici de l'execució, se'n sotmet l'adjudicació a la condició suspensiva d'existència de crèdit adequat i suficient per finançar les obligacions derivades d'aquest contracte a l'exercici corresponent.

Per tal que les empreses puguin calcular adequadament les seves ofertes, s'estimen els següents volums de contractació anuals per cadascun dels mitjans, IVA inclòs:

LOT	MITJÀ	VOLUM €
LOT 1	TV	1.440.000,00
	RÀDIO	2.160.000,00
	PREMSA IMPRESA I REVISTES	5.760.000,00

	EXTERIOR	1.800.000,00
	MITJANS DIGITALS	5.940.000,00
LOT 2	MITJANS DIGITALS	900.000,00
TOTAL		18.000.000,00

VALOR ESTIMAT DE L'ACORD MARC (VE)

El VEC (valor estimat de l'acord marc) desglossat per tal de determinar el procediment, la competència de l'òrgan i la publicitat corresponents, d'acord la previsió de l'article 101 LCSP és el següent:

Any	VE prestació	VE eventuals pròrrogues	VE modificacions previstes	VE altres conceptes	SUMA
TOTAL	14.876.033,06	-	-	-	14.876.033,06

Desglossat per Lots:

VEC LOT 1 - Campanyes multimèdia

VE prestació	VE eventuals pròrrogues	VE modificacions previstes	VE altres conceptes	SUMA
14.132.231,41	-	-	-	14.132.231,41

VEC LOT 2 - Campanyes digitals

VE prestació	VE eventuals pròrrogues	VE modificacions previstes	VE altres conceptes	SUMA
743.801,65	-	-	-	743.801,65

Clàusula 3. Durada de l'acord marc

L'acord marc s'iniciarà a partir del dia 1 de febrer de 2025 o del dia que s'indiqui en la formalització, si aquesta fos posterior al dia esmentat i tindrà una durada inicial de 12 mesos.

Amb caràcter excepcional, d'acord amb l'article 29.4 de la LCSP, un cop hagi vençut el termini de vigència del present acord marc i, per circumstàncies imprevisibles per l'òrgan de contractació, no se n'hagués formalitzat un de nou que garantís la continuïtat de la prestació, es podrà prorrogar aquest acord marc fins que comenci l'execució d'un de nou, amb un termini màxim de nou mesos, sempre que l'anunci de licitació del nou s'hagi publicat amb una antelació mínima de tres mesos respecte de la data de finalització del contracte originari.

Contractació basada:

Les entitats del grup municipal vinculades al present acord marc hauran de licitar la contractació basada, un cop adjudicat i formalitzat l'acord marc. La durada dels contractes basats és

independent de la durada de la del propi acord marc i es regeix pel que preveu l'article 29 de la LCSP, relatiu al termini de durada dels contractes i d'execució de la prestació.

Només es poden adjudicar contractes basats durant la vigència del propi acord marc. La data rellevant per entendre que s'ha complert aquest requisit és la data d'enviament a les adjudicatàries de l'acord marc, de les invitacions per participar en la licitació.

Clàusula 4. Òrgan de contractació. Perfil de contractant. Expedient de contractació i procediment d'adjudicació

1. L'òrgan de contractació és la Comissió de Govern i la persona interlocutora per a aquest Acord marc és, per a temes tècnics, la Sra. Assumpta Bisbal Adorna, directora de Serveis Publicitaris de la Direcció de Comunicació.

Per a la contractació basada s'estarà en cada cas a l'import concret i durada concreta de cadascun dels contractes i les possibles delegacions que s'aprovin durant la vigència de l'acord marc.

2. L'adreça de correu electrònic habilitada per a les consultes tècniques i administratives és exclusivament **contractacio_recursos@bcn.cat**

3. El perfil de contractant es troba allotjat en la Plataforma de Serveis de Contractació Pública de la Generalitat de Catalunya:

https://contractaciopublica.gencat.cat/ecofin_pscp/AppJava/perfil/BCNAjt/customProf

Clàusula 5. Expedient de contractació i procediment d'adjudicació de l'acord marc

L'expedient de contractació serà objecte de tramitació ordinària.

El procediment d'adjudicació del present acord marc és el procediment obert previst a l'article 156 LCSP, amb una pluralitat de criteris d'adjudicació.

Clàusula 6. Publicitat de la licitació

Es remetrà anunci de la licitació a l'Oficina de Publicacions de la Unió Europea als efectes de la publicació en el Diari Oficial de la Unió Europea (DOUE) i es publicarà anunci en el [perfil de contractant](#).

En cas de discrepàncies entre la data i hora límit per presentar ofertes indicat a l'anunci de licitació publicat al DOUE i l'anunci publicat al [perfil de contractant](#), prevaldrà aquest últim.

Clàusula 7. Requisits de capacitat, aptitud i solvència dels licitadors.

Estan capacitades per contractar les persones físiques o jurídiques, espanyoles o estrangeres, que tinguin plena capacitat d'obrar i que no es trobin en cap dels supòsits d'incapacitat o prohibicions de contractar determinats a la legislació vigent, d'acord amb les previsions dels articles 65 i 71 LCSP.

D'acord amb la previsió dels articles 65 i 66 LCSP, l'activitat de les empreses licitadores que siguin persones jurídiques ha de tenir relació amb l'objecte del contracte, segons resulti dels seus respectius estatuts o regles fundacionals.

Les empreses licitadores han de disposar d'una organització amb elements suficients per a la deguda execució de l'acord marc. Així mateix, hauran de comptar amb l'habilitació empresarial o professional que, en el seu cas, sigui exigible per a la realització de l'activitat o la prestació que constitueixi l'objecte de l'acord marc.

En el supòsit que es presentin empreses estrangeres d'un estat membre de la Unió Europea o signatari de l'Espai Econòmic Europeu, l'acreditació de la seva capacitat, solvència i absència de prohibicions es podrà realitzar tal com estableix l'article 84 LCSP.

Mesura social.-

En aplicació del Decret d'Alcaldia de 19 de maig de 2016, les empreses licitadores, contractistes o subcontractistes o empreses filials o empreses interposades que participin en l'execució d'aquest contracte públic, no poden realitzar operacions financeres en paradisos fiscals -segons la llista de països elaborada per les Institucions Europees o avalada per aquestes o, en el seu defecte, per l'Estat espanyol-, o fora d'ells i que siguin considerades delictives, en els termes legalment establerts com ara delictes de blanqueig de capitals, frau fiscal o contra la Hisenda Pública.

Aquest contracte pot ésser adjudicat a una unió d'empreses que es constitueixi temporalment a aquest efecte. Les unions temporals d'empreses (UTE) han d'acreditar la solvència exigida en aquest plec conforme a les prescripcions legals i reglamentàries vigents, tot d'acord amb la previsió de l'article 69 LCSP.

D'acord amb l'article 90.1.a) LCSP, el criteri de correspondència entre els serveis executats per l'empresa licitadora i els que constitueixen l'objecte del contracte és la pertinença al mateix subgrup de classificació, si el contracte està enquadrat en algun dels que estableix el Reglament General de la Llei de Contractes de les Administracions Públiques (RGLCAP), Real Decret 1098/2001, de 12 d'octubre, i en cas contrari, la igualtat entre els tres primers dígits dels respectius codis CPV, o en el seu defecte pel CNAE (Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques) o l'anàlisi de l'objecte de l'experiència aportada.

L'empresa licitadora ha de comptar amb la solvència econòmica i financera i tècnica o professional mínima següents:

LOT 1: Campanyes multimèdia

A) SOLVÈNCIA ECONÒMICA I FINANCERA

D'acord amb la previsió de l'article 87.1.a) de la LCSP, el volum anual de negocis en l'àmbit d'aquest acord marc referit al millor dels tres últims exercicis anteriors a la data de presentació de les proposicions o en funció de les dates de constitució o d'inici d'activitats de l'empresa, ha de tenir un valor igual o superior a 5.000.000,00 euros.

En el cas que la data de constitució de l'empresa o d'inici d'activitat sigui inferior a un any comptat des de la data final de presentació de proposicions, el requeriment s'entendrà proporcional al període.

B) SOLVÈNCIA TÈCNICA I PROFESSIONAL

D'acord amb l'article 90.1.a) de la LCSP, l'import anual, sense incloure els impostos, que l'empresa licitadora ha de declarar com a executat durant l'any de superior execució en el

decurs dels últims tres anys en serveis o treballs de naturalesa igual o similar que els que constitueixen l'objecte d'aquest Acord marc ha de ser com a mínim de 3.500.000,00 euros.

A més, d'acord amb l'article 90.1.a) de la LCSP, es requereix experiència en planificació estratègica de mitjans de comunicació, que s'acreditarà mitjançant la presentació de 4 encàrrecs que s'hagin desenvolupat i executat des de l'inici de 2021 fins a la data de finalització de la presentació d'ofertes d'aquest acord marc, amb una inversió mínima per cadascun dels encàrrecs de 400.000,00 euros, IVA inclòs.

Les empreses designades acreditaran aquesta experiència en planificació de mitjans de comunicació mitjançant la presentació d'un certificat seguint el MODEL DE CERTIFICAT SOLVÈNCIA TÈCNICA I PROFESSIONAL, signat digitalment per un responsable de l'empresa, on es detallaran, per cadascun dels 4 encàrrecs realitzats, el nom de la campanya, les dates d'execució i els imports de la inversió. Juntament amb aquest certificat s'annexarà, per a cada encàrrec detallat, la següent documentació signada electrònicament per un responsable de l'empresa:

- el bríng original proveït pel client detallant dels objectius de comunicació;
- la planificació estratègica de mitjans executada: mitjans i suports, formats, distribució i optimització de la inversió, distribució temporal i geogràfica, afinitat amb el públic objectiu i rendibilitat.

LOT 2: Campanyes digitals

A) SOLVÈNCIA ECONÒMICA I FINANCERA

D'acord amb la previsió de l'article 87.1.a) de la LCSP, el volum anual de negocis en l'àmbit d'aquest Acord marc referit al millor dels tres últims exercicis anteriors a la data de presentació de les proposicions o en funció de les dates de constitució o d'inici d'activitats de l'empresa ha de tenir un valor igual o superior a 250.000,00 euros.

En el cas que la data de constitució de l'empresa o d'inici d'activitat sigui inferior a un any comptat des de la data final de presentació de proposicions, el requeriment s'entendrà proporcional al període.

B) SOLVÈNCIA TÈCNICA I PROFESSIONAL

D'acord amb l'article 90.1.a) de la LCSP, l'import anual, sense incloure els impostos, que l'empresa licitadora ha de declarar com a executat durant l'any de superior execució en el decurs dels últims tres anys en serveis o treballs de naturalesa igual o similar que els que constitueixen l'objecte d'aquest Acord marc ha de ser com a mínim de 175.000,00 euros.

A més, d'acord amb l'article 90.1.a) de la LCSP, es requereix experiència en planificació estratègica de mitjans de comunicació, que s'acreditarà mitjançant la presentació de 4 encàrrecs que s'hagin desenvolupat i executat des de l'inici de 2021 fins a la data de finalització de presentació d'ofertes d'aquest Acord marc, amb una inversió mínima per a cadascun dels encàrrecs de 35.000,00 euros, IVA inclòs.

Les empreses designades acreditaran aquesta experiència en planificació de mitjans de comunicació mitjançant la presentació d'un certificat seguint el MODEL DE CERTIFICAT

SOLVÈNCIA TÈCNICA I PROFESSIONAL, signat digitalment per un responsable de l'empresa, on es detallaran, per cadascun dels 4 encàrrecs realitzats, el nom de la campanya, les dates d'execució i els imports de la inversió. Juntament amb aquest certificat s'annexarà, per a cada encàrrec detallat, la següent documentació signada electrònicament per un responsable de l'empresa:

- el brífig original proveït pel client detallant dels objectius de comunicació;
- la planificació estratègica de mitjans executada: mitjans i suports, formats, distribució i optimització de la inversió, distribució temporal i geogràfica, afinitat amb el públic objectiu i rendibilitat.

Les Unions temporals d'empreses (UTE) han d'acreditar la classificació o la solvència exigida conforme a les prescripcions legals i reglamentàries vigents, d'acord amb la previsió de l'art. 69 de la LCSP.

Clàusula 8. Documentació que han de presentar les licitadores

La documentació es presentarà en dos sobres en format electrònic (A i C) a través del portal de contractació electrònica de l'Ajuntament de Barcelona.

Les empreses licitadores podran indicar en el sobre electrònic que correspongui quina informació de la seva proposició té caràcter confidencial, sense que, en cap cas, puguin declarar com a tal l'oferta econòmica ni els documents que siguin accessibles públicament. L'òrgan de contractació garantirà la confidencialitat de la informació expressament així designada sempre que s'ajusti a les condicions establertes a l'article 133 LCSP.

Si l'òrgan de contractació ho considera necessari podrà requerir a l'empresa afectada que confirmi el caràcter confidencial o no de la documentació presentada tot indicant en el requeriment els aspectes que no corresponguin amb les prescripcions establertes a l'article 133 LCSP.

D'acord amb el Reglament General de Protecció de Dades, us facilitem la **informació bàsica sobre el tractament de les vostres dades personals**. Podeu trobar tota la informació del tractament 0547 que s'aplica a procediments en matèria de Gestió d'adjudicacions a tercers, a l'enllaç:

<https://seuelectronica.ajuntament.barcelona.cat/ca/proteccio-de-dades?tractament=0547>

Responsable del Tractament: Ajuntament de Barcelona, pl. Sant Jaume, 1, 08002 Barcelona.

Delegat de Protecció de Dades: podeu contactar-hi mitjançant l'enllaç:

<https://seuelectronica.ajuntament.barcelona.cat/ca/proteccio-de-dades/contacteu-amb-delegat-proteccio-dades> , o per correu postal dirigint-vos a av. Diagonal, 220, planta 4, 08018 Barcelona.

Finalitat: Coordinar la contractació administrativa així com publicar en el web de transparència les adjudicacions de contractes públics dels districtes, gerències i els ens dependents de l'Ajuntament de Barcelona

Legitimació: Missió d'interès públic

Drets de les persones: podeu exercir els drets d'accés, rectificació, supressió, oposició i limitació sobre les vostres dades, mitjançant l'enllaç:

<https://seuelectronica.ajuntament.barcelona.cat/ca/proteccio-de-dades/quins-drets-tinc-sobre-meves-dades>.

Si no esteu satisfets/etes amb el tractament de les vostres dades, podeu presentar una reclamació davant de l'Autoritat Catalana de Protecció de Dades: c. Rosselló, 214, 08008 Barcelona.

Podeu trobar tota la informació de la nostra política de privacitat i protecció de dades a: <https://seuelectronica.ajuntament.barcelona.cat/ca/proteccio-de-dades>

Cadascun dels sobres electrònics presentats per les licitadores únicament ha d'incloure la documentació per a la qual estan destinats. Quan dins d'un sobre s'inclogui informació que permeti el coneixement anticipat d'una part de l'oferta, infringint així el secret d'aquesta i afectant l'objectivitat de la valoració i el tractament igualitari de les licitadores, s'exclourà de la licitació.

SOBRE ELECTRÒNIC A

El sobre ha de contenir:

1) El Document Europeu Únic de Contractació (DEUC).

Per obtenir el DEUC, la licitadora ha de descarregar el fitxer del perfil de contractant en format xml, guardar-lo a l'ordinador i accedir al servei en línia del Ministerio de Hacienda, indicar que és un operador econòmic i que vol importar un DEUC. En aquest moment, ha d'annexar el document en format xml i seguir les instruccions indicades en aquest servei en línia (es pot trobar una guia "*DEUC: guia d'ús per als licitadors*" en el perfil de contractant).

En la part IV del DEUC "*Criteris de selecció*", s'ha de contestar exclusivament si es compleixen o no tots els criteris de selecció, d'acreditació de la solvència econòmica i tècnica necessaris, emplenant la casella "sí" o "no". **NO S'HAN D'EMPLENAR ELS DIFERENTS APARTATS D'INFORMACIÓ DELS CRITERIS DE SELECCIÓ.**

A més, les licitadores han d'indicar en el DEUC, si s'escau, la informació relativa a la persona o persones habilitades per representar-les en aquesta licitació.

Quan les empreses concorrin a la licitació de manera conjunta, cadascuna de les empreses ha de presentar un DEUC separat en el qual figuri, si s'escau, la informació requerida en les parts II a V del formulari.

Quan les empreses recorren a capacitats d'altres empreses per acreditar la solvència econòmica i/o tècnica, de conformitat amb els articles 75 i 140.1.c) LCSP, han d'indicar aquesta circumstància en el DEUC (en la part II, secció C) i presentar un altre DEUC separat per cadascuna de les empreses a la capacitat de les quals recorren.

2) Declaració responsable complementària al DEUC: Annex 1.

Les licitadores han de presentar les declaracions responsables següents, incloses en l'Annex:

- Declaració responsable de no estar incursa en prohibicions de contractar (art. 71 LCSP).
- Declaració responsable de compliment de la normativa de prevenció de riscos laborals.
- Declaració responsable de compliment de la normativa d'igualtat entre homes i dones.

- Declaració responsable d'estar inscrita en el RELI o en el ROLECE.
- Declaració responsable en relació amb els paradisos fiscals.
- Declaració responsable de compliment amb la Declaració Universal dels Drets Humans.
- Declaració de submissió a la jurisdicció dels jutjats i tribunals espanyols.
- Declaració de la part de la proposició que és confidencial.
- Declaració de garanties de mesures tècniques pel tractament de dades personals i el compromís amb la ubicació dels servidors.

3) Declaració responsable constitució en UTE: Annex 2.

Les licitadores que senyalin al DEUC que, de resultar adjudicatàries, es constituïran en UTE, han d'aportar un document amb el compromís de constituir-se formalment en UTE en cas de resultar adjudicatàries del contracte.

4) Declaració responsable d'empreses pertanyents a un mateix grup empresarial: Annex 1.

La licitadora que concorri a una licitació en la qual també liciti una empresa del mateix grup empresarial ha de presentar aquesta declaració.

5) Autorització per consultar les dades a l'AEAT i a la TGSS: Annex 1.

L'Ajuntament pot demanar a les licitadores que presentin la totalitat o una part de la documentació justificativa del compliment dels requisits previs, quan resulti necessari per al bon desenvolupament del procediment. No obstant això, l'empresa licitadora que estigui inscrita en el RELI de la Generalitat de Catalunya, en el ROLECE, en qualsevol Registre Oficial de licitadors autonòmic o en una llista oficial d'operadors econòmics d'un Estat membre de la Unió Europea d'accés gratuït, no està obligada a presentar els documents justificatius o altra prova documental de les dades inscrites en aquests registres si es troben vigents.

SOBRE ELECTRÒNIC C

El sobre ha de contenir l'oferta econòmica, **signada per l'empresari licitador o persona que representi** l'empresa licitadora, i la documentació per a la ponderació dels criteris avaluable de forma automàtica segons s'indica en la clàusula 10.

S'adjunten els models de l'annex 3 Lot 1, i annex 4 Lot 2 en format Excel, per a les ofertes econòmiques. Per a les ofertes tècniques, els models de l'annex 5 Lot 1 i annex 6 Lot 2.

La documentació es presentarà en dos sobres en format electrònic (A i C) a través del portal de contractació electrònica de l'Ajuntament de Barcelona.

Les empreses licitadores podran indicar en el sobre electrònic que correspongui quina informació de la seva proposició té caràcter confidencial, sense que, en cap cas, puguin declarar com a tal l'oferta econòmica ni els documents que siguin accessibles públicament. L'òrgan de contractació garantirà la confidencialitat de la informació expressament així designada sempre que s'ajusti a les condicions establertes a l'article 133 LCSP.

Si l'òrgan de contractació ho considera necessari, podrà requerir a l'empresa afectada que confirmi el caràcter confidencial o no de la documentació presentada tot indicant en el requeriment els aspectes que no corresponguin amb les prescripcions establertes a l'article 133 LCSP.

D'acord amb el Reglament General de Protecció de Dades, us fem la **informació bàsica sobre el tractament de les vostres dades personals**. Podeu trobar tota la informació del tractament 0547 que s'aplica a procediments en matèria de Gestió d'adjudicacions a tercers, a l'enllaç:

<https://seuelectronica.ajuntament.barcelona.cat/ca/proteccio-de-dades?tractament=0547>

Responsable del Tractament: Ajuntament de Barcelona, pl. Sant Jaume, 1, 08002 Barcelona.

Delegat de Protecció de Dades: podeu contactar-hi mitjançant l'enllaç:

<https://seuelectronica.ajuntament.barcelona.cat/ca/proteccio-de-dades/contacteu-amb-delegat-proteccio-dades> , o per correu postal dirigint-vos a av. Diagonal, 220, planta 4, 08018 Barcelona.

Finalitat: Coordinar la contractació administrativa així com publicar en el web de transparència les adjudicacions de contractes públics dels districtes, gerències i els ens dependents de l'Ajuntament de Barcelona

Legitimació: Missió d'interès públic

Drets de les persones: podeu exercir els drets d'accés, rectificació, supressió, oposició i limitació sobre les vostres dades, mitjançant l' enllaç:

<https://seuelectronica.ajuntament.barcelona.cat/ca/proteccio-de-dades/quins-drets-tinc-sobre-meves-dades>

Si no esteu satisfets/etes amb el tractament de les vostres dades, podeu presentar una reclamació davant de l'Autoritat Catalana de Protecció de Dades: c. Rosselló, 214, 08008 Barcelona.

Podeu trobar tota la informació de la nostra política de privacitat i protecció de dades a: <https://seuelectronica.ajuntament.barcelona.cat/ca/proteccio-de-dades>

Cadascun dels sobres electrònics presentats per les licitadores únicament ha d'incloure la documentació per a la qual estan destinats. Quan dins d'un sobre s'inclogui informació que permeti el coneixement anticipat d'una part de l'oferta, infringint així el secret d'aquesta i afectant l'objectivitat de la valoració i el tractament igualitari de les licitadores, s'exclourà de la licitació.

Clàusula 9. Termini per a la presentació electrònica de la documentació i de les proposicions

1. De conformitat amb el que estableix la disposició addicional quinzena de la LCSP, en aquesta licitació serà obligatori l'ús de mitjans electrònics, informàtics o telemàtics per desenvolupar totes les fases del procediment de contractació, incloses les que corresponen realitzar a les empreses licitadores, entre d'altres la presentació de les ofertes. **Les ofertes que no es presentin per mitjans electrònics, en la forma que determina aquest plec, seran excloses.**

La presentació de les ofertes presumeix l'acceptació incondicionada per l'empresa licitadora del contingut de la totalitat dels plecs, sense excepció.

En cas de discrepància entre la informació indicada al portal de contractació electrònica per l'empresa licitadora i la documentació presentada per aquesta, degudament signada, prevaldrà aquesta última.

En cas de discrepàncies entre la data i hora límit per presentar ofertes indicat a l'anunci de licitació publicat al DOUE i l'anunci publicat al perfil de contractant, prevaldrà aquest últim.

Cada empresa licitadora podrà presentar només una única oferta.

Les proposicions es poden presentar en qualsevol de les llengües cooficials de Catalunya.

2. Les empreses interessades podran requerir informació addicional sobre els plecs en les condicions establertes a l'article 138.3 LCSP. Les respostes emeses respecte aclariments dels plecs i resta de documentació reguladora de la licitació es publicarà de forma agregada sense identificar l'emissor de la consulta en el perfil de contractant. Les respostes tindran caràcter vinculant.

La data límit per sol·licitar documentació complementària, informació addicional sobre els plecs i aclariments a l'establert en aquests, serà exclusivament a través de l'apartat de "Enviar pregunta" habilitat en el perfil de contractant, com a màxim fins a **cinc dies naturals abans de la finalització del termini fixat** per a la presentació d'ofertes. No s'admetran preguntes després d'aquella data.

Es recomana donar-se d'alta a l'apartat "Subscripcions" del perfil de contractant per rebre immediatament al correu qualsevol informació relativa a la licitació que es publiqui.

Tenint en compte l'anunci d'informació prèvia de data 12 de març de 2024, que consta a l'expedient (<https://ted.europa.eu/es/notice/-/detail/151919-2024>) el termini per a la presentació de la documentació exigida serà d'un mínim de 15 dies naturals a comptar des del següent al de la publicació de l'anunci en el [perfil de contractant](#).

L'anunci en el [perfil de contractant](#) indicarà la data i hora final del termini de presentació de proposicions. **Un cop finalitzat aquest termini no s'admetrà cap oferta sota cap concepte.**

4. La presentació de l'oferta es farà exclusivament a través del Portal de contractació electrònica de l'Ajuntament de Barcelona
<https://seuelectronica.ajuntament.barcelona.cat/licitacioelectronica>

La proposició que arribi per qualsevol altre via serà rebutjada.

5. L'empresa interessada en participar en la licitació ha de descarregar-se prèviament l'aplicació gratuïta de presentació d'ofertes electròniques <https://pixelware.com/servicios-soporte-licitadores/>

En aquest mateix enllaç s'informa dels requeriments tècnics necessaris per poder utilitzar l'aplicació i existeix un servei de suport tècnic i ajuda a les empreses licitadores.

IMPORTANT: Els licitadors hauran de verificar amb l'antelació suficient, abans de la signatura i enviament de les proposicions, els requisits tècnics que han de complir per poder operar de manera correcta amb el Portal.

A aquests efectes, es recomana la consulta prèvia dels requisits tècnics a través del següent enllaç: <https://licitacions.bcn.cat/html/requisitos-tecnicos>

En el citat enllaç, les empreses licitadores podran conèixer tots els aspectes tècnics necessaris.

ALGUNS ASPECTES TÈCNICS A TENIR EN COMPTE:

Certificat digital: Els certificats acceptats per aquest sistema són aquells admesos pel Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme, entre els quals es troben els més estesos a nivell nacional com el de la Fàbrica Nacional de Moneda i Timbre, Camerfirma, Firma Professional o el DNI Electrònic, i també altres certificats d'àmbit europeu i internacional. Es poden consultar els certificats admesos revisant el document de certificats admesos.

Java d'Oracle: Aquest és un component fonamental per executar l'aplicació d'elaboració i presentació d'ofertes. L'entorn Java ha d'estar actualitzat a l'última versió.

Per comprovar la versió o descarregar-la, cal accedir a la següent pàgina web:
<http://java.com/es/>

Descarregar l'aplicació de presentació d'ofertes: Per poder licitar electrònicament cal descarregar prèviament l'aplicació de presentació d'ofertes. Aquesta aplicació quedarà instal·lada en l'ordinador i es podrà accedir-hi mitjançant la icona d'accés directe sense necessitat d'estar dins de la Plataforma de Licitació Electrònica.

L'aplicació permet crear ofertes sense necessitat d'estar connectat a Internet, i desar els canvis fins que es decideixi presentar-les electrònicament.

Es pot descarregar l'aplicació de presentació d'ofertes a través del següent enllaç:
<https://licitacions.bcn.cat/html/descarga-app-sobres>

Gestió d'esmenes, aclariments, requeriments de documentació, formalització de Acord marcs, etc.: Per a realitzar totes aquelles tasques pròpies d'un procediment de contractació pública diferents de la presentació de proposicions, els licitadors hauran d'accedir, prèvia alta, a l'accés privat del Portal de Licitació Electrònica de L' Ajuntament de Barcelona, a través del següent enllaç: <https://licitacions.bcn.cat/login>

EL FET D'HAVER PRESENTAT OFERTES NO IMPLICA L'ALTA A L'ACCÉS PRIVAT, SINÓ QUE CAL TRAMITAR PARAL·LELAMENT L'ALTA A AQUEST.

Per a resoldre dubtes tècnics una vegada consultada la informació del web, els usuaris poden trucar al telèfon 91 803 66 27 (dill-div 8:00 a 18:00h, excepte festius nacionals) o escriure un correu electrònic a soporte.licitadores@pixelware.com

Les empreses que participin en la licitació hauran de signar mitjançant signatura electrònica reconeguda, vàlidament emesa per un Prestador de Serveis de Certificació que garanteixi la identitat i integritat del document, l'oferta i tots els documents associats a la mateixa, en els que sigui necessària la firma de l'apoderat, de conformitat amb el que estableix la Llei 59/2003, de 19 de desembre de signatura electrònica, i demés disposicions de contractació pública electrònica.

6. La plataforma no estableix cap límit en el nombre d'arxius que es poden adjuntar a una oferta.

La mida màxima permesa per cadascun dels arxius individuals que s'annexi en la proposta electrònica està establert en 250 MB. El límit màxim global de l'oferta és de 1GB o 1024 MB.

Els formats admesos per als documents que se annexin en la presentació de una proposició són els següents:

Format de text natiu de Microsoft Word: .doc | .docx

Format de full de càlcul natiu de Microsoft Excel: .xls | .xlsx.

Format de presentació natiu de Microsoft PowerPoint: .ppt | .pptx

Format de text estàndard: .rtf .

Format de text natiu Star Office: .sxw

Format de text natiu de Abiword: .abw

Format documental natiu de Adobe Acrobat: .pdf

Format gràfic: .jpg

Format gràfic natiu de Microsoft Windows: .bmp

Format gràfic: .tiff | .tif

Format OpenDocument text: .odt

Format OpenDocument full de càlcul: .ods

Format OpenDocument presentació: .odp

Format OpenDocument imatge: .odi

Format comprimit natiu de Winzip i suportat per Microsoft Windows: .zip

Format de dibuix AutoCAD .dwg

Com a mesura alternativa per adjuntar arxius d'altres formats, es poden enviar en un arxiu comprimit (ZIP).

Es responsabilitat de les licitadores vetllar perquè les ofertes estiguin lliures de virus. Tot i així, la mera presència de virus no determina l'exclusió de la proposició, sempre que es pugui accedir al seu contingut. Segons les circumstàncies que concorrin en cada cas, serà la Mesa de contractació o l'òrgan de contractació qui decideixi al respecte.

La presentació de les proposicions podrà realitzar-se durant 24 hores al dia els 7 dies de la setmana; la data i hora de presentació de la proposició seran les que constin en el resguard acreditatiu emès pel Registre Auxiliar del Portal de Contractació de Electrònica i **coincidirà amb el moment en què finalitza la recepció de la proposició.**

7. En els supòsits que es prevegin dificultats en la transmissió derivades de la mida dels documents i dades presentades o problemes de connectivitat amb la xarxa, que impedeixin rebre l'oferta dintre del termini establert en aquests plecs, s'acceptarà l'enviament en dos fases. En aquests supòsits l'empresa licitadora haurà de remetre, **abans de la finalització del termini de presentació d'ofertes**, la empremta digital (hash), no obstant això disposaran d'un termini de 24 hores per completar l'enviament de l'oferta. Si no es fa aquesta segona remissió en el termini indicat, es considerarà que l'oferta ha estat retirada.

En aquest supòsit l'empremta digital (hash) degudament signada s'haurà de remetre al correu electrònic següent: **contractacio_recursos@bcn.cat** amb la finalitat que es pugui comprovar que aquesta empremta digital coincideix amb la que consta a l'oferta presentada i, per tant, que el contingut de l'oferta no s'ha alterat des del moment de l'enviament per part de l'empresa licitadora.

En aquest correu s'haurà d'indicar el codi de contracte, l'objecte de l'acord marc, i les dades identificatives de l'empresa licitadora.

8. En cas de no poder accedir al contingut d'una oferta perquè l'arxiu està danyat, es pot recórrer a la còpia local generada automàticament en l'equip de l'empresa licitadora, comprovant que l'empremta digital (hash) de l'oferta coincideix amb la que consta en poder de l'òrgan de contractació.

9. Una vegada l'oferta ha estat tancada, si es reobre, la seva petjada (hash) actual quedarà invalidada i en tancar-la novament, es generarà una nova petjada (hash), completament diferent; inclús si no es modifica el contingut de l'oferta. Aquesta nova oferta reoberta es considerarà a tots els efectes, com una oferta diferent d'altres tancades anteriorment. És possible guardar una còpia de l'oferta original, per si fos necessari enviar-la juntament amb la petjada (hash).

Per aquest motiu, només s'ha de reobrir l'oferta, si es desitja modificar el contingut d'aquesta i enviar-la, novament, dins del termini de presentació d'ofertes.

Si ja s'ha notificat el tancament de l'oferta a l'òrgan de contractació, mitjançant la petjada (hash) d'aquesta, el següent pas hauria de ser l'enviament de l'oferta dins del termini establert.

Clàusula 10. Criteris de valoració de les ofertes

La selecció de l'oferta més avantatjosa es determinarà tenint en compte la millor relació qualitat-preu amb l'objectiu d'obtenir ofertes de gran qualitat. S'aplicaran els criteris d'adjudicació següents:

Criteris d'adjudicació avaluables automàticament:

LOT 1 Campanyes multimèdia:

- | | |
|----------------------|--------------------|
| 1. Criteri preu: | 4.000 punts |
| 2. Criteris tècnics: | 1.000 punts |
| Total: | 5.000 punts |

LOT 2 Campanyes digitals:

- | | |
|----------------------|--------------------|
| 1. Criteri preu: | 1.600 punts |
| 2. Criteris tècnics: | 400 punts |
| Total: | 2.000 punts |

Tant al Lot 1 com al Lot 2, la puntuació del criteri preu té un pes superior al 35% ateses les característiques de l'encàrrec, ja que l'objecte principal d'aquest acord marc és la negociació i compra d'espais publicitaris als mitjans de comunicació i els preus d'aquests espais són els mateixos per a totes les empreses intermediàries; per tant, la capacitat de negociació sobre aquests preus de les agències que formaran part del present acord marc, és la part més rellevant i permetrà rendibilitzar la inversió en publicitat.

Alguns conceptes previs:

Cost tecnològic

El servei de cost tecnològic aplega un conjunt de solucions tecnològiques que permeten, entre altres, l'emmagatzematge i allotjament de les peces de publicitat digital, la seva posada a disposició per als suports, el control i certificació de les impressions servides i les mètriques digitals registrades (clics, visionats, interaccions), etc.. El cost tecnològic aplicable pot variar entre les diferents plataformes i suports, així com també en funció del pes de la peça publicitària (media o rich media de fins a 300Kb, fins a 10MB, etc.).

Compra programàtica

La compra programàtica o Real Time Bidding (RTB) és un mètode de compra de publicitat digital en temps real. Es tracta d'una tecnologia pensada per impactar l'usuari en un moment i un context precisos. Es basa en els algorismes de les plataformes DSP (Demand Side Platform), que donen accés simultàniament a inventaris molt amplis d'opcions publicitàries que poden ajustar-se a les característiques dels usuaris que es volen impactar. La compra es realitza automàticament per mitjà de subhastes en temps real, en diferents suports i llocs webs en la cerca d'audiències i usuaris concrets.

SEM

El SEM (Search Engine Marketing) és un conjunt d'eines, tècniques i estratègies que optimitzen la visibilitat de llocs i pàgines web a través dels motors dels cercadors (Google, etc.). El SEM permet aparèixer amb més freqüència i amb millor posicionament entre els resultats de cerca de Google (o altres cercadors) quan un usuari cerca paraules clau relacionades amb una campanya o acció de comunicació.

LOT 1 CAMPANYES MULTIMÈDIA

Criteri preu, fins a 4.000 punts (annex 3 lot 1)

Les empreses licitadores hauran de presentar una oferta optimitzada que, depenent de les característiques específiques i dels paràmetres de negociació/contractació de cada mitjà o suport, pot consistir en: un preu net (cost inserció, cost tecnològic premsa i mitjans digitals, cost GRP, cost per mil (CPM), cost per clic (CPC), cost per visionat (CPV), etc.), un descompte o un percentatge màxim de recàrrec (cost tecnològic i recàrrec per segmentació a xarxes socials, comissió d'agència).

Tant els preus nets com els descomptes es calculen a partir de les tarifes publicades pels diferents suports i mitjans. Aquestes tarifes s'actualitzen amb periodicitat variable per part dels diferents suports, en funció de diferents factors: política comercial interna del suport o grup, funcionament del mercat, sector, mitjà, etc. Si, a més, es té en compte la gran quantitat de formats publicitaris en els diferents suports, i la gran diversitat d'objectius de comunicació que poden establir-se per a una campanya de publicitat, resulta extremadament difícil donar preus o descomptes de sortida en aquesta licitació, doncs la casuística és amplíssima.

Per tant, en les ofertes que es demanen per a la majoria de mitjans i suports, no s'especifiquen preus ni descomptes de sortida, doncs és el sector dels mitjans de comunicació (els suports) qui marcarà la valoració de les seves tarifes. A través dels contractes basats en aquest acord marc, les empreses designades realitzaran la negociació amb cada suport en cada moment al llarg de la vigència del contracte, amb la limitació de les tarifes vigents concretes per al període i formats requerits en cadascun del contractes basats. Així, les ofertes econòmiques de les empreses licitadores en aquest acord marc aportaran un llindar mínim de negociació amb els suports, independentment de la variació de les tarifes.

Tot i això, en el cas del mitjà Xarxes socials, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies, s'ha considerat adequat donar preus màxims de sortida per a certs suports, formats i modalitats de compra, amb l'objectiu d'obtenir una oferta tan avantatjosa com sigui possible en un mitjà d'ús extremadament freqüent. L'actualització del mercat de l'entorn de les xarxes socials, amb innovacions constants, fa que sigui desitjable establir uns preus màxims que puguin quedar fixats per a tota la durada del contracte.

Per al càlcul de les seves ofertes, les empreses licitadores tindran en compte la possible variació de les tarifes dels diferents mitjans, suports i formats al llarg de la vigència del contracte, i que aquestes variacions no afectaran en cap cas als preus màxims, descomptes mínims i/o percentatges de recàrrec oferts en aquest acord marc.

Les empreses licitadores presentaran les seves ofertes exclusivament mitjançant el Model d'Oferta Econòmica facilitat com a annex a aquest contracte, seguint les indicacions que s'hi especifiquen tant al model com a continuació. Per fer-ho, es posa a disposició de les empreses licitadores un arxiu de full de càlcul (Excel) en format obert (sense protecció). És imprescindible i obligatori omplir totes les caselles grogues. Deixar alguna casella groga sense contingut serà motiu d'exclusió. Les caselles grises no s'han d'omplir. Els preus, descomptes i recàrrecs oferts a les caselles grogues tindran el mateix nombre de decimals que els indicats al model d'oferta. Els imports oferts que tinguin més decimals dels requerits s'arrodoniran, i si tenen menys,

s'afegiran tants zeros com calgui per arribar als decimals requerits. En cap cas les caselles podran contenir una fórmula. Les empreses hauran de mantenir el format obert d'Excel per lliurar les seves ofertes.

En el cas que l'oferta sol·licitada sigui un preu net, aquest no podrà ser superior a les tarifes pròpies dels diferents suports o al preu de sortida indicat al Model d'Oferta Econòmica. En conseqüència, les empreses licitadores tindran en compte la possible variació d'aquestes tarifes al llarg de la vigència de l'acord marc, i que aquestes variacions no afectaran en cap cas als preus oferts. Els preus nets oferts hauran d'incloure tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA i de la comissió d'agència, els quals s'especificaran en les caselles corresponents. S'indicarà el preu net ofert abans d'IVA, l'import de l'IVA i el preu total ofert. Els preus oferts seran els preus màxims que s'aplicaran durant la vigència de l'acord marc, sens perjudici de poder millorar-los en els contractes basats. Durant la durada del contracte, en cap cas les empreses adjudicatàries podran presentar ofertes amb preus superiors als oferts en aquest procediment. Les empreses tindran obligació d'aplicar qualsevol descompte estacional o baixada de tarifa publicada vigent, sigui o no puntual, que puguin oferir els mitjans de comunicació. Depenent del mitjà i suport al qual fan referència i, tal com s'especifica al Model d'Oferta Econòmica que s'annexa en aquest contracte, els preus demanats poden ser:

- Cost per gross rating point (C/GRP)
- Cost per inserció a un suport o format determinat
- Cost tecnològic (en el cas de premsa, mitjans digitals i xarxes socials)
- Cost per mil (CPM)
- Cost per clic (CPC)
- Cost per visionat (CPV)

En el cas que l'oferta sol·licitada sigui un percentatge mínim de descompte, aquest s'haurà d'aplicar sobre les tarifes publicades pels suports i es mantindrà al llarg de tota la vigència d'aquest acord marc. En conseqüència, les empreses licitadores tindran en compte la possible variació d'aquestes tarifes al llarg de la vigència de l'acord marc, i que aquestes variacions no afectaran en cap cas als descomptes oferts. Els descomptes oferts inclouran tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència (que s'especificarà a la casella corresponent) i de l'IVA. Els descomptes oferts seran els mínims descomptes sobre la tarifa vigent que les empreses designades aplicaran en els contractes basats d'aquest acord marc al llarg de tota la seva vigència del contracte, sens perjudici de poder millorar el descompte ofert en dits contractes basats. Durant la vigència del contracte, **en cap cas les empreses adjudicatàries podran presentar ofertes amb descomptes inferiors als oferts en aquest procediment.** Les empreses tindran obligació d'aplicar qualsevol descompte estacional o baixada de tarifa publicada vigent, sigui o no puntual, que puguin oferir els mitjans de comunicació. Tanmateix, tindran l'obligació de mantenir els descomptes que l'Ajuntament de Barcelona hagi pactat directament amb els suports.

En el cas que l'oferta sol·licitada sigui un percentatge màxim de recàrrec, aquest s'haurà d'aplicar segons les condicions especificades a l'apartat del mitjà xarxes socials, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies, i a l'apartat de la comissió d'agència. Aquests percentatges màxims s'aplicaran sempre abans d'IVA. Els percentatges de recàrrec oferts seran els màxims percentatges de recàrrec que les empreses designades aplicaran en els contractes basats d'aquest acord marc al llarg de tota la seva vigència, sens perjudici de poder millorar el percentatge de recàrrec ofert en dits contractes basats. Durant la durada del contracte, en cap cas les empreses adjudicatàries podran presentar ofertes amb percentatges de recàrrec superiors als oferts en aquest procediment.

Les empreses que al model d'oferta indiquin un o més preus nets superiors als màxims establerts, un o més recàrrecs superiors als màxims establerts o un o més descomptes inferiors als mínims establerts, quedaran excloses del procediment.

A més, cal tenir en compte les especificacions per a cadascun dels mitjans que es detallen a continuació:

A. Mitjà televisió

- El format base per a tots els preus i descomptes és un spot de 20 segons, adreçat a individus de més de 16 anys, amb una planificació amb un mínim del 40% de prime time (entre les 20.30h i 0.30h) i un 30% de posicions preferents (primera/segona/penúltima/última en proporcions iguals). Els preus i descomptes oferts han de ser extrapolables a la resta de durades i formats segons els factors de conversió de la política comercial vigent de cada suport.
- Per a aquells suports on es demana cost GRP (cost per *Gross Rating Point*), els preus nets oferts contemplaran tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència. Per a cada suport, s'indicarà el preu net ofert abans d'IVA, l'import de l'IVA i el preu total ofert.
- Per a qualsevol altre modalitat de compra diferent del cost GRP, es demana a les empreses que ofereixin un descompte mínim. Aquest descompte inclourà tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA. Aquest descompte serà extensible a altres formats i durades segons els factors de conversió de la política comercial vigent de cada cadena. Aquest descompte és el mínim descompte que s'aplicarà a tota la resta de formats no detallats al llarg de tota la vigència del contracte.
- En el cas del suport TV3, les empreses licitadores tindran en compte que la inversió quedarà repartida al 90% a TV3 i 10% a la resta de cadenes de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.
- En els casos dels suports de les televisions nacionals (Atresmedia, Mediaset i altres), les empreses licitadores tindran en compte que en les negociacions la distribució del share serà del 45% per a cadascun dels grups Atresmedia i Mediaset i 10% per a la resta de televisions.

B. Mitjà ràdio

- Per al càlcul de les seves ofertes, les empreses licitadores tindran en compte la desconexió geogràfica (segmentació) indicada a cada suport.
- Per a tots els suports, s'hauran d'oferir dos descomptes mínims, un per a la franja horària *prime time* (de 7.00 a 10.00 hores) i un altre per a la resta de franges horàries. Tots els descomptes oferts inclouran tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA. Aquests descomptes són el mínim descompte sobre tarifa vigent que s'aplicarà a qualsevol tipologia de format (falques i mencions, entre d'altres), en laborables i festius, que pugui anar sorgint durant la vigència de l'acord marc en funció de les necessitats concretes de cada campanya o acció de publicitat. Per al càlcul de les seves ofertes, les empreses licitadores tindran en compte la possible variació d'aquestes tarifes al llarg de la vigència del contracte, i que aquestes variacions no afectaran en cap cas als preus màxims i/o descomptes mínims oferts en aquest acord marc.

C. Mitjà imprès (premsa impresa i revistes)

- Per a aquells suports i formats on es demana un preu net per inserció, els preus nets oferts contemplaran tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència. Per a

cada suport i format, s'indicarà el preu net ofert abans d'IVA, l'import de l'IVA i el preu total ofert. Els preus oferts seran els preus màxims que s'aplicaran durant tota la vigència de l'acord marc.

- Per a aquells suports i formats on es demana un descompte mínim, aquests descomptes oferts inclouran tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA. Aquests descomptes seran els mínims descomptes sobre les tarifes vigents que s'aplicaran al suport i format especificat, o bé a totes les edicions, seccions, dies, formats (anuncis i redaccionals) i suplementes del suport corresponent per a aquells formats no especificats en aquesta oferta o que puguin anar sorgint al llarg de la vigència d'aquest acord marc.
- Per al càlcul de les seves ofertes, les empreses licitadores tindran en compte la possible variació de les tarifes dels suports al llarg de la vigència del contracte, i que aquestes variacions no afectaran en cap cas als preus màxims i/o descomptes mínims oferts en aquest acord marc.
- En el cas del suport Línia, el descompte ofert serà per una sola capçalera.

D. Mitjà exterior

- Per a tots els suports, s'hauran d'oferir un o més descomptes per a un o més formats (mupis paper, mupis digitals, etc.) i durades (1 setmana, 1 mes, etc.), segons es requereixi per a cada suport.
- Els descomptes oferts inclouran tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA. Aquests descomptes són els mínims descomptes sobre les tarifes vigents que s'aplicaran a tots els suports, formats i exclusivistes. Per a aquells suports en els quals no s'especifica format, el descompte mínim s'aplicarà a qualsevol format ofert per l'exclusivista. Tanmateix, el descompte s'aplicarà a qualsevol format que pugui anar sorgint durant la vigència de l'acord marc en funció de les necessitats concretes de cada campanya.
- A títol informatiu, s'inclouen els exclusivistes gestors de cadascun dels suports al maig de 2024. Les empreses licitadores tindran en compte que si al llarg de la vigència de l'acord marc canviés algun exclusivista, prevaldrà sempre el suport i, per tant, els descomptes mínims oferts s'hauran de mantenir.
- Per al càlcul de les seves ofertes, les empreses licitadores tindran en compte la possible variació de les tarifes dels suports i dels exclusivistes al llarg de la vigència del contracte, i que aquestes variacions no afectaran en cap cas als descomptes mínims oferts en aquest acord marc.
- En el cas del suport Cinema, el descompte mínim ofert sobre cost per mil impressions (CPM) ha de calcular-se sobre les tarifes vigents segons les dades oficials de venda en taquilla.

E. Mitjà premsa i mitjans digitals

- Per a tots els suports de premsa i mitjans digitals, s'hauran d'oferir un o més descomptes per a un o més formats (robapàgines doble, pre-roll, altres formats), segons es requereixi per a cada suport. Els descomptes oferts inclouran tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA. Aquests descomptes són els mínims descomptes sobre les tarifes vigents dels suports que s'aplicaran per als formats especificats. Per al càlcul de les seves ofertes, les empreses licitadores tindran en compte la possible variació d'aquestes tarifes al llarg de la vigència del contracte, i que aquestes variacions no afectaran en cap cas als descomptes mínims oferts.
- El descompte ofert per a la "Resta de formats no especificats per al suport" s'aplicarà a la resta de formats no especificats per al suport en qüestió, així com als nous formats i

modalitats de compra que puguin anar sorgint durant la vigència de l'acord marc en funció de les necessitats concretes de cada campanya.

- En els casos on els descomptes es demanen per al format Pre-roll/inread 20'', es calcularan descomptes per a robavídeo només en aquells casos en què no es comercialitzi el pre-roll.
- En relació al cost tecnològic, les empreses licitadores hauran d'oferir un preu CPM (cost per mil impressions) per a cadascun dels dos formats especificats. Els preus CPM nets oferts inclouran tots els descomptes i càrrecs abans d'IVA. Per a cada format, s'indicarà el preu net ofert abans d'IVA, l'import de l'IVA i el preu total ofert. Les empreses designades tindran en compte que la comissió d'agència no podrà aplicar-se sobre el cost tecnològic. Els preus CPM oferts seran els preus màxims que s'aplicaran durant tota la vigència de l'acord marc.

F. Mitjà xarxes socials, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies

- Per a tots els suports i formats, les empreses licitadores hauran d'oferir un o més preus nets. Els preus nets oferts faran referència al cost per mil impressions (CPM), al cost per clic (CPC) o al cost per visualització (CPV), segons s'indiqui per a cada suport i format. Els preus nets oferts inclouran tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència. Per a cada suport i format, s'indicarà el preu net ofert abans d'IVA, l'import de l'IVA i el preu total ofert. Els preus oferts seran els preus màxims que s'aplicaran durant la vigència de l'acord marc.
- Per a aquells suports on es doni un preu màxim de sortida, les ofertes de les empreses hauran de consistir en un preu igual o inferior a l'especificat en el Model d'Oferta Econòmica.
- Els preus nets oferts s'extrapolaran a possibles nous formats no especificats en el Model d'Oferta Econòmica, sempre i quan les característiques tecnològiques siguin similars a algun dels formats oferts. Quan els nous formats tinguin característiques tecnològiques que no permetin l'extrapolació, se'n negociarà el preu per a cadascun dels contractes basats d'aquest acord marc.
- En aquells suports on s'especifiqui cost tecnològic, s'haurà d'oferir un percentatge màxim que aplicarà sobre tots els formats d'aquell suport. El percentatge màxim ofert serà el màxim percentatge que les empreses designades podran aplicar com a recàrrec en concepte de cost tecnològic per a cada suport i format. Aquest recàrrec s'aplicarà sobre el preu net de la modalitat de compra escollida (abans d'IVA) per a cada suport/dispositiu i format, o sobre qualsevol tipologia de compra que no estigui especificar en aquesta oferta o que pugui anar sorgint durant la vigència de l'acord marc en funció de les necessitats concretes de cada campanya. Les empreses designades tindran en compte que la comissió d'agència no podrà aplicar-se sobre el cost tecnològic. Els percentatges de recàrrec per cost tecnològic oferts seran els màxims percentatges de recàrrec que les empreses designades aplicaran en els contractes basats d'aquest acord marc al llarg de tota la seva vigència.
- Les empreses calcularan les seves ofertes tenint en compte les segmentacions especificades en els suports i formats.
- En alguns suports i formats es demana oferta consistent en un percentatge màxim de recàrrec per a segmentacions no especificades al Model d'Oferta Econòmica. Altres segmentacions diferents de les especificades poden ser necessàries degut a característiques concretes de les campanyes de publicitat i dels públics objectius als quals s'adrecen. Aquest recàrrec màxim serà el percentatge màxim que les empreses designades podran aplicar com a recàrrec per a altres segmentacions no especificades en

el Model d'oferta Econòmica, sempre que siguin segmentacions amb IP Barcelona o IP Àrea Metropolitana de Barcelona. Aquest recàrrec per segmentació s'aplicarà sobre el preu net de la modalitat de compra escollida (abans d'IVA) per a cada suport i format. Els recàrrecs per segmentació oferts seran els màxims percentatges de recàrrec que les empreses designades aplicaran en els contractes basats d'aquest acord marc al llarg de tota la seva vigència.

G. Comissió d'agència

- En el Model d'Oferta Econòmica que s'annexa en aquest contracte, hi ha un apartat específic per detallar quina serà la comissió d'agència de les empreses licitadores per a cada mitjà o modalitat de compra especificada.
- La comissió d'agència s'oferirà per mitjà d'un percentatge màxim de recàrrec sobre els serveis prestats per a cada mitjà, suport, format o modalitat de compra. Aquests percentatges màxims s'aplicaran sempre abans d'IVA. Els percentatges de recàrrec oferts seran els màxims percentatges de recàrrec per comissió d'agència que les empreses designades aplicaran en els contractes basats d'aquest acord marc al llarg de tota la seva vigència, sens perjudici de poder millorar el percentatge de recàrrec ofert en dits contractes basats. Durant la durada del contracte, en cap cas les empreses adjudicatàries podran presentar ofertes amb comissions d'agència superiors a les ofertes en aquest procediment.
- Les empreses no podran aplicar el recàrrec de comissió d'agència sobre el cost tecnològic dels mitjans premsa i mitjans digitals i xarxes Socials, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies.

Si durant el termini per presentar ofertes, es produís un canvi en els mitjans o formats recollits en el model de proposició econòmica, de manera que la casella o caselles afectades no pogués ser emplenada en els termes demanats, es donaran les instruccions concretes a través de l'anunci de licitació del perfil del contractant.

Cadascun dels apartats de l'oferta econòmica (MODEL D'OFERTA ECONÒMICA LOT 1 -Annex 3- es puntuaran tenint en compte la distribució següent sobre els 4.000 punts:

MITJANS I COMISSIÓ D'AGÈNCIA	PUNTUACIÓ MÀXIMA
TV	450
Ràdio	700
Prensa impresa i revistes	700
Exterior	600
Digital - Prensa i mitjans digitals	800
Digital - Xarxes socials, cercadors i resta suports, dispositius digitals i noves tecnologies	500
Comissió d'agència	250
TOTAL	4.000

La distribució d'aquests punts per a cada mitjà i suport es detalla a l'annex 7 PONDERACIÓ PUNTS LOT 1

A continuació s'indiquen les fórmules de valoració que s'aplicaran a cadascun dels apartats de la taula anterior:

Mitjà televisió

Per a cada suport s'atorgarà la màxima puntuació a l'empresa licitadora que formuli el preu net més baix o el percentatge de descompte més elevat i per la resta d'empreses la distribució de la puntuació es farà aplicant les següents fórmules:

Per a aquells suports l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un preu net (cost GRP), la millor oferta (entesa com el preu més baix) tindrà la màxima puntuació indicada a la taula i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 20 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:

- Millor oferta, 85 punts
- Segona millor oferta, 65 punts
- Tercera millor oferta, 45 punts
- Quarta millor oferta, 25 punts
- Cinquena millor oferta i successives, 0 punts

Per a aquells suports l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un descompte (%):

<i>Puntuació resultant=</i>	<i>Punts màxims(*) x</i>	$\frac{\text{Descompte ofert (**)}}{\text{Millor descompte ofert (**)}}$
-----------------------------	--------------------------	--

(*)Els que s'indiquen a l'annex 7 Ponderació punts Lot 1.

(**)Per a cada suport

La puntuació total del mitjà televisió s'obté aplicant la fórmula corresponent a cadascun dels suports. Un cop obtinguda la puntuació parcial per cadascun dels suports, es farà un sumatori i el resultat serà la puntuació obtinguda per l'empresa en l'oferta econòmica del mitjà televisió.

Mitjà ràdio

Les empreses licitadores obtindran un màxim de 700 punts en el mitjà ràdio, segons la ponderació detallada per aquest mitjà a l'annex 7 PONDERACIÓ DE PUNTS LOT 1.

Per a cada suport i franja horària s'atorgarà la màxima puntuació a l'empresa licitadora que formuli el percentatge de descompte més elevat i per la resta d'empreses la distribució de la puntuació es farà aplicant la següent fórmula:

<i>Puntuació resultant =</i>	$\frac{\text{Punts màxims(*)}}{x}$	$\frac{\text{Descompte ofert (**)}}{\text{Millor descompte ofert (**)}}$
------------------------------	------------------------------------	--

(*)Els que s'indiquen a l'annex 7 Ponderació punts Lot.

(**)Per a cada suport i franja horària.

La puntuació total del mitjà ràdio s'obtindrà aplicant la fórmula a cadascun dels suports i franges horàries. Un cop obtinguda la puntuació parcial per cadascun dels suports i franges horàries, es farà un sumatori i el resultant serà la puntuació obtinguda per l'empresa en l'oferta econòmica del mitjà ràdio.

Mitjà premsa impresa i revistes

Per a cada suport s'atorgarà la màxima puntuació a l'empresa licitadora que formuli el preu net més baix o el percentatge de descompte més elevat i per la resta d'empreses la distribució de la puntuació es farà aplicant les següents fórmules:

Per a aquells suports l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un preu net:

- Quan els punts màxims a assolir siguin 45, la millor oferta (entesa com el preu net més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 8 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:
 - Millor oferta, 45 punts
 - Segona millor oferta, 37 punts
 - Tercera millor oferta, 29 punts
 - Quarta millor oferta, 21 punts
 - Cinquena millor oferta i successives, 0 punts
- Quan els punts màxims a assolir siguin 25, la millor oferta (entesa com el preu net més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 5 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:
 - Millor oferta, 25 punts
 - Segona millor oferta, 20 punts
 - Tercera millor oferta, 15 punts
 - Quarta millor oferta, 10 punts
 - Cinquena millor oferta i successives, 0 punts
- Quan els punts màxims a assolir siguin 20, la millor oferta (entesa com el preu net més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 4 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:
 - Millor oferta, 20 punts
 - Segona millor oferta, 16 punts
 - Tercera millor oferta, 12 punts
 - Quarta millor oferta, 8 punts
 - Cinquena millor oferta i successives, 0 punts
- Quan els punts màxims a assolir siguin 15, la millor oferta (entesa com el preu net més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 3 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:

- Millor oferta, 15 punts
 - Segona millor oferta, 12 punts
 - Tercera millor oferta, 9 punts
 - Quarta millor oferta, 6 punts
 - Cinquena millor oferta i successives, 0 punts
- Quan els punts màxims a assolir siguin 5, la millor oferta (entesa com el preu net més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 1 punt. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:
- Millor oferta, 5 punts
 - Segona millor oferta, 4 punts
 - Tercera millor oferta, 3 punts
 - Quarta millor oferta, 2 punts
 - Cinquena millor oferta i successives, 0 punts

Per a aquells suports l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un descompte (%):

<i>Puntuació resultant=</i>	<i>Punts màxims(*) x</i>	$\frac{\text{Descompte ofert (**)}}{\text{Millor descompte ofert (**)}}$
---------------------------------	--------------------------	--

(*)Els que s'indiquen a l'annex 7 Ponderació punts Lot 1.

(**)Per a cada suport.

La puntuació total del mitjà premsa impresa i revistes s'obtindrà aplicant les fórmules a cadascun dels suports i formats. Un cop obtinguda la puntuació parcial per cadascun dels suports i formats, es farà un sumatori i el resultat serà la puntuació obtinguda per l'empresa en l'oferta econòmica del mitjà premsa escrita i revistes.

Mitjà exterior

Per a cada suport i format s'atorgarà la màxima puntuació a l'empresa licitadora que formuli el percentatge de descompte més elevat i per la resta d'empreses la distribució de la puntuació es farà aplicant les següents fórmules:

Per a aquells suports i formats l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un descompte (%):

<i>Puntuació resultant=</i>	<i>Punts màxims(*) x</i>	$\frac{\text{Descompte ofert(**)}}{\text{Millor descompte ofert(**)}}$
---------------------------------	--------------------------	--

(*)Els que s'indiquen a l'annex 7 Ponderació punts Lot 1.

(**)Per a cada suport i format.

La puntuació total del mitjà exterior s'obtindrà aplicant la fórmula a cadascun dels suports i formats. Un cop obtinguda la puntuació parcial per cadascun dels suports i formats, es farà un sumatori i el resultat serà la puntuació obtinguda per l'empresa en l'oferta econòmica del mitjà exterior.

Mitjà premsa i mitjans digitals

Per a cada suport i format s'atorgarà la màxima puntuació a l'empresa licitadora que formuli el preu net més baix o el percentatge de descompte més elevat, i per la resta d'empreses la distribució de la puntuació es farà aplicant les següents fórmules:

Per a aquells suports i formats l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un descompte (%) sense un descompte mínim de sortida establert:

<i>Puntuació resultant =</i>	<i>Punts màxims(*) x</i>	$\frac{\text{Descompte ofert(**)}}{\text{Millor descompte ofert(**)}}$
------------------------------	--------------------------	--

(*)Els que s'indiquen a l'annex 7 Ponderació punts Lot 1.

(**)Per a cada suport.

Per al suport "Cost tecnològic", l'oferta econòmica del qual consisteix en un preu net (CPM), la millor oferta (entesa com el preu més baix) tindrà la màxima puntuació indicada a la taula i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 15 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:

- Millor oferta, 60 punts
- Segona millor oferta, 45 punts
- Tercera millor oferta, 30 punts
- Quarta millor oferta, 15 punts
- Cinquena millor oferta i successives, 0 punts

La puntuació total del mitjà premsa i mitjans digitals s'obté aplicant la fórmula corresponent a cadascun dels suports. Un cop obtinguda la puntuació parcial per cadascun dels suports, es farà un sumatori i el resultant serà la puntuació obtinguda per l'empresa en l'oferta econòmica del mitjà premsa i mitjans.

Mitjà xarxes socials, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies

Per a cada suport i format s'atorgarà la màxima puntuació a l'empresa licitadora que formuli el preu net més baix o el percentatge màxim de recàrrec més baix, i per la resta d'empreses la distribució de la puntuació es farà de la següent manera:

Per a aquells suports i formats l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un preu net (CPM, CPC, CPV) amb un preu màxim de sortida establert:

<i>Puntuació resultant=</i>	<i>Punts màxims(*) x</i>	$\frac{\text{Pressupost net licitació - oferta}}{\text{Pressupost net licitació - oferta més econòmica}}$
-----------------------------	--------------------------	---

(*)Els que s'indiquen a l'annex 7 Ponderació punts Lot 1.

En la fórmula anterior s'entendrà com a pressupost net de licitació el preu unitari màxim (IVA exclòs), i per oferta, el preu ofert pel licitador per a cada suport i format.

Per a aquells suports i formats l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un preu net (CPM, CPC i CPV) sense preu màxim de sortida establert:

- Quan els punts màxims a assolir siguin 15, la millor oferta (entesa com el preu net més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 3 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:
 - Millor oferta, 15 punts
 - Segona millor oferta, 12 punts
 - Tercera millor oferta, 9 punts
 - Quarta millor oferta, 6 punts
 - Cinquena millor oferta i successives, 0 punts

- Quan els punts màxims a assolir siguin 5, la millor oferta (entesa com el preu net més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 2 punts. A partir de la quarta millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:
 - Millor oferta, 5 punts
 - Segona millor oferta, 3 punts
 - Tercera millor oferta, 1 punt
 - Quarta millor oferta i successives, 0 punts

Per aquells suports l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un percentatge de recàrrec amb un percentatge màxim de sortida establert:

$\text{Puntuació resultant} = \text{Punts màxims}^{(*)} \times \frac{\text{Recàrrec de sortida}^{(**)} - \text{Recàrrec ofert}^{(**)}}{\text{Recàrrec de sortida}^{(**)} - \text{Millor recàrrec ofert}^{(**)}}$
--

(*)Els que s'indiquen a l'annex 7 Ponderació punts Lot 1.

(**)Per a cada suport i format.

Per aquells suports l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un percentatge de recàrrec màxim sense percentatge de recàrrec màxim de sortida establert, la millor oferta (entesa com el percentatge de recàrrec més baix) tindrà la màxima puntuació indicada a la taula i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 2 punts. A partir de la quarta millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:

- Millor oferta, 5 punts
- Segona millor oferta, 3 punts
- Tercera millor oferta, 1 punt
- Quarta millor oferta i successives, 0 punts

La puntuació total del mitjà xarxes socials, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies s'obté aplicant la fórmula corresponent a cadascun dels suports. Un cop obtinguda la puntuació parcial per cadascun dels suports, es farà un sumatori i el resultat serà la puntuació obtinguda per l'empresa en l'oferta econòmica del mitjà xarxes socials, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies.

Comissió d'agència

Per a cada mitjà s'atorgarà la màxima puntuació a l'empresa licitadora que formuli el percentatge de recàrrec més baix, i per la resta d'empreses la distribució de la puntuació es farà de la següent manera:

- Quan els punts màxims a assolir siguin 30, la millor oferta (entesa com el percentatge de recàrrec més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 5 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0.
 - Millor oferta, 30 punts
 - Segona millor oferta, 25 punts
 - Tercera millor oferta, 20 punts
 - Quarta millor oferta, 15 punts
 - Cinquena millor oferta i successives, 0 punts

- Quan els punts màxims a assolir siguin 25, la millor oferta (entesa com el percentatge de recàrrec més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 4 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0.
 - Millor oferta, 25 punts
 - Segona millor oferta, 21 punts
 - Tercera millor oferta, 17 punts
 - Quarta millor oferta, 13 punts
 - Cinquena millor oferta i successives, 0 punts

- Quan els punts màxims a assolir siguin 15, la millor oferta (entesa com el percentatge de recàrrec més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi aniran restant 3 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0.
 - Millor oferta, 15 punts
 - Segona millor oferta, 12 punts
 - Tercera millor oferta, 9 punts
 - Quarta millor oferta, 6 punts
 - Cinquena millor oferta i successives, 0 punts

La puntuació total per comissions d'agència s'obtindrà fent un sumatori de les puntuacions obtingudes a cada mitjà i el resultant serà la puntuació obtinguda per l'empresa en l'oferta econòmica per comissions d'agència.

Un cop obtingudes les puntuacions parcials de cada mitjà, la puntuació total de l'oferta econòmica s'obtindrà per mitjà d'un sumatori de totes les puntuacions parcials. El resultant serà la puntuació obtinguda per l'empresa licitadora en el criteri preu.

OFERTES ANORMALS SOBRE LES COMISSIONS D'AGÈNCIA

En relació a la identificació d'ofertes, en principi, amb valors anormals o desproporcionats, tal i com s'indica a l'inici d'aquest apartat 8.1.1, tant els preus nets com els descomptes que es valoren es calculen a partir de les tarifes publicades pels diferents suports i mitjans, les quals s'actualitzen per part dels diferents suports de comunicació. L'únic servei l'oferta del qual ve determinada exclusivament per les agències licitadores és la comissió d'agència. El recàrrec que les agències apliquen per mitjà d'aquest servei no ve determinat per la negociació realitzada amb els canals i suports de comunicació sobre les seves tarifes, sinó que són les agències licitadores les que marquen quin és el recàrrec que apliquen per la prestació dels seus serveis.

Així doncs, per a la consideració d'ofertes, en principi, amb valors anormals o desproporcionats, es defineix un límit d'un diferencial del 10 per cent per sota de la mitjana de les ofertes del servei de la comissió d'agència o, en el cas d'un únic licitador, del 20 per cent respecte cadascun del preus unitaris.

Si el nombre de licitadors és superior a 10, pel càlcul de la mitjana de les ofertes es prescindirà de l'oferta més baixa i de l'oferta més alta del servei de la comissió d'agència si hi ha un diferencial superior al 5 per cent respecte de l'oferta immediatament consecutiva.

Criteris tècnics, fins a 1.000 punts (Annex 5 Lot 1)

Els 1.000 punts es distribueixen de la següent manera:

- Pel compromís de millora de l'equip humà tècnic requerit a la clàusula 4 del Plec de prescripcions tècniques, fins a 350 punts.

Justificació: Es considera que les millores sobre l'equip humà mínim requerit poden resultar útils, especialment degut a l'abast i dimensió de certs encàrrecs que puguin requerir personal amb una major experiència o moments en què hagi un major volum d'encàrrecs. Sota aquestes circumstàncies, un equip humà de característiques superiors al mínim requerit contribueix la consecució dels objectius, facilita la ideació de l'estratègia de mitjans, ajuda en els punts crítics del procés de planificació i en la gestió de la corresponent contractació.

Els 350 punts es distribueixen de la següent manera:

- Pel compromís d'incorporar en l'equip humà 1 planificador de mitjans sènior addicional, amb una experiència professional mínima de 5 anys en les seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans multimèdia, 175 punts.
- Pel compromís d'incorporar en l'equip humà 1 planificador sènior addicional especialitzat en el mitjà internet, noves tecnologies i nous dispositius digitals, amb una experiència professional mínima de 5 anys en les seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans digitals, 175 punts.

- Pel compromís d'aportar fonts d'informació, eines i/o estudis addicionals als requerits en la clàusula 5 del PPT, fins a 150 punts.

Justificació: El sector de la publicitat i els mitjans de comunicació està en constant evolució i, per tant, les eines i fonts d'informació que l'estudien també ho estan. Així, al llarg de la vigència del contracte poden ser útils altres eines i fonts d'informació diferents a les requerides. D'igual manera, tot i que les fonts d'informació i eines requerides són, a dia d'avui, l'estàndard utilitzat al sector, poden haver d'altres que ajudin a copsar nous punts de vista del funcionament de les audiències, la optimització de la inversió, etc. Són les empreses especialitzades en el sector les que tenen un major coneixement d'aquestes fonts i eines, inclús de vegades desenvolupant-ne de pròpies

Per a cadascuna de les fonts d'informació, eines i estudis addicionals, les empreses licitadores hauran de tenir contractat o subcontractat el corresponent software o plataforma que permeti fer l'explotació de les dades. Es consideraran com a vàlides aquelles fonts d'informació, eines i estudis que s'enquadrin dintre dels següents apartats: estudis de consumidor; eines d'optimització d'inversions i mitjans; eines d'optimització de formats i emplaçaments; i estudis eficàcia de mitjans, suports i dispositius digitals.

Els 150 punts es distribueixen de la següent forma:

- 1 font d'informació, eina i/o estudi addicionals, 50 punts
- 2 ó 3 fonts d'informació, eines i/o estudis addicionals, 100 punts
- 4 ó 5 fonts d'informació eines i/o estudis addicionals, 150 punts

Per obtenir puntuació per aquest criteri, caldrà omplir la següent taula del model d'oferta. En cas contrari, no s'obtindrà puntuació per aquest criteri.

NÚM. ORDRE	NOM DE L'EINA, FONT O ESTUDI	TIPUS D'EINA, FONT O ESTUDI(*)	CAMP D'ESTUDI O INVESTIGACIÓ
1			
2			
3.			
4.			
5.			

(*)Indicar una de les següents opcions:

- Estudi de consumidor
- Eina d'optimització d'inversions i mitjans
- Eina d'optimització de formats i emplaçaments
- Estudi d'eficàcia de mitjans, suports i dispositius digitals

- Pel compromís de prestar un servei de formació especialitzada en temes relatius als mitjans de comunicació i el sector de la inversió publicitària a l'equip de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona, fins a 300 punts

Justificació: Les empreses designades concentren el coneixement sobre el funcionament del sector de la publicitat i els mitjans de comunicació. Sense la necessitat d'acudir a cadascun del mitjans de comunicació, les empreses designades poden proporcionar la informació del funcionament de tots ells, els formats més utilitzats, els més rentables, etc. Es tracta d'un sector híper especialitzat i en constant evolució sobre el qual l'Ajuntament de Barcelona ha de tenir informació de primera mà i actualitzada, ja que contracta els serveis objecte d'aquest acord marc. Hi ha certes temàtiques i tecnologies que requereixen una immersió major a través de cursos formatius per tal de poder mantenir l'equip de l'Ajuntament correctament format.

Exemple de temàtiques formatives: noves tecnologies, suports i mitjans digitals, nous formats publicitaris, tècniques de planificació i distribució de la inversió, publicitat a xarxes socials (segmentació, noves plataformes, modalitats de compra, costos i rendiment), estudis de notorietat, eficàcia, nous sistemes de mesura, fonts de dades i eines del mercat, etc.

El servei de formació podrà realitzar-se online o bé en les dependències de l'Ajuntament de Barcelona i haurà de ser impartit per professionals amb reconeguda experiència en la temàtica de cadascun dels cursos.

Els 300 punts es distribueixen de la següent forma:

- 2 cursos al llarg de l'any, de 10 hores cadascun, 100 punts
- 3 cursos al llarg de l'any, de 10 hores cadascun, 200 punts
- 4 cursos al llarg de l'any, de 10 hores cadascun, 300 punts

- Pel compromís d'ampliar l'horari de prestació del servei, per a encàrrecs d'urgència puntuals, fins a les 20 hores de dilluns a divendres, 100 punts.

S'estima que poden haver uns 10 moments comunicatius al llarg de l'any que requereixin d'aquesta ampliació.

Justificació: Al llarg de l'any poden haver moments puntuals amb necessitats comunicatives urgents que requereixin d'una resposta molt ràpida del servei. El servei ha de poder donar resposta en aquests moments comunicatius urgents, sense haver d'esperar al matí següent.

- Pel compromís d'ampliar la prestació del servei, per a encàrrecs d'excepcional urgència, a caps de setmana i festius, 100 punts.

S'estima que poden haver uns 5 moments comunicatius al llarg de l'any que requereixin d'aquesta ampliació. Sempre es tindrà en compte l'excepcionalitat i no se'n farà ús a menys que es consideri estrictament necessari.

Justificació: Al llarg de l'any poden haver moments puntuals amb necessitats comunicatives molt urgents que requereixin d'una resposta pràcticament immediata del servei, sense poder esperar a l'horari laboral de dilluns a divendres. El servei ha de poder donar una resposta consistent i àgil en aquests moments comunicatius d'especial urgència.

La puntuació total dels criteris automàtics s'obtindrà del sumatori de les puntuacions parcials dels criteris tècnics més el sumatori de les puntuacions obtingudes en el criteri preu i serà la puntuació total de l'oferta de l'empresa licitadora.

Si es produeix un empat en la puntuació total entre diverses empreses licitadores, s'aplicarà el criteri de desempat següent tenint en compte com a data del compliment efectiu del fet de desempat el venciment del termini de presentació d'ofertes i havent d'aportar els licitadors les corresponents declaracions o documents acreditatius del seu compliment en el moment en què es produeixi l'empat, de conformitat amb allò establert la LCSP a l'article 147.1 *in fine*:

Proposicions presentades per aquelles empreses que, al venciment del termini de presentació d'ofertes, tinguin a la plantilla un percentatge de persones treballadores amb discapacitat superior al que els imposi la normativa. Aquest percentatge s'ha de calcular referit a el període dels últims 12 mesos anteriors al moment de finalitzar el termini de presentació d'ofertes

En aquest supòsit, si diverses empreses licitadores de les que haguessin empatat quant a la proposició més avantatjosa acrediten tenir relació laboral amb persones amb discapacitat en un percentatge superior al que els imposi la normativa, tindrà preferència en l'adjudicació del contracte l'empresa licitadora que disposi del major percentatge de treballadors fixos amb discapacitat a la seva plantilla en els darrers 12 mesos anteriors al moment que finalitzi la presentació d'ofertes.

En cas que l'aplicació d'aquest criteri no doni lloc a desempat, es dirimirà mitjançant sorteig.

LOT 2 CAMPANYES DIGITALS

Criteri preu, fins a 1.600 punts (annex 4 lot 2)

Les empreses licitadores hauran de presentar una oferta optimitzada que, depenent de les característiques específiques i dels paràmetres de negociació/contractació de cada mitjà o suport, pot consistir en: un preu net (cost tecnològic premsa i mitjans digitals, cost per mil (CPM), cost per clic (CPC), cost per visionat (CPV), etc.), un descompte o un percentatge màxim de recàrrec (cost tecnològic i recàrrec per segmentació a xarxes socials, comissió d'agència).

Tant preus nets com descomptes es calculen a partir de les tarifes publicades pels diferents suports i mitjans. Aquestes tarifes s'actualitzen amb periodicitat variable per part dels diferents suports, en funció de diferents factors: política comercial interna del suport o grup, funcionament del mercat, sector, mitjà, etc. Si, a més, es té en compte la gran quantitat de formats publicitaris en els diferents suports de l'entorn digital, i la gran diversitat d'objectius de comunicació que poden establir-se per a una campanya de publicitat, resulta extremadament difícil donar preus o descomptes de sortida en aquesta licitació, doncs la casuística és amplíssima.

Per tant, en les ofertes que es demanen per a la majoria de mitjans i suports, no s'especifiquen preus ni descomptes de sortida, doncs és el sector dels mitjans de comunicació (els suports) qui marcarà la valoració de les seves tarifes. A través dels contractes basats en aquest Acord marc, les empreses designades realitzaran la negociació amb cada suport en cada moment al llarg de la vigència del contracte, amb les tarifes vigents concretes per al període i formats requerits en cadascun del contractes basats. Així, les ofertes econòmiques de les empreses licitadores en aquest Acord marc aportaran un llinar mínim de negociació amb els suports, independentment de la variació de les tarifes.

Tot i això, en el cas del mitjà xarxes socials, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies, s'ha considerat adequat donar preus màxims de sortida per a certs suports, formats i modalitats de compra, amb l'objectiu d'obtenir una oferta tan avantatjosa com sigui possible en un mitjà i uns formats d'ús extremadament freqüent. L'actualització del mercat de l'entorn de les xarxes socials, amb innovacions constants, fa que sigui desitjable establir uns preus màxims que puguin quedar fixats per a tota la durada del contracte.

Per al càlcul de les seves ofertes, les empreses licitadores tindran en compte la possible variació de les tarifes dels suports i formats al llarg de la vigència del contracte, i que aquestes variacions no afectaran en cap cas als preus màxims, descomptes mínims i/o recàrrecs oferts en aquest acord marc.

Les empreses licitadores presentaran les seves ofertes exclusivament a través del Model d'Oferta Econòmica annexat en aquest contracte (**annex 4 Lot 2**) seguint les indicacions que s'hi especifiquen. Per fer-ho, es posa a disposició de les empreses licitadores un arxiu de full de càlcul (Excel) en format obert (sense protecció).

És imprescindible i obligatori omplir totes les caselles grogues. Deixar alguna casella groga sense contingut serà motiu d'exclusió. Les caselles grises no s'han d'omplir. Els preus, descomptes i recàrrecs oferts a les caselles grogues tindran el mateix nombre de decimals que els indicats al model d'oferta.

Els imports oferts que tinguin més decimals dels requerits s'arrodoniran, i si tenen menys, s'afegiran tants zeros com calgui per arribar als decimals requerits. En cap cas les caselles podran contenir una fórmula.

Les empreses hauran de mantenir el format obert d'Excel per lliurar les seves ofertes.

En el cas que l'oferta sol·licitada sigui un preu net, aquest no podrà ser superior al preu base de contractació que consta a les tarifes publicades pels diferents suports, o bé al preu de sortida indicat al Model d'Oferta Econòmica (annex 4 Lot 2). Els preus nets oferts hauran

d'incloure tots els descomptes i càrrecs abans de l'IVA i de la comissió d'agència, els quals s'especificaran en les caselles corresponents. S'indicarà el preu net ofert abans d'IVA, l'import de l'IVA i el preu total ofert. Els preus oferts seran els preus màxims que s'aplicaran durant la vigència de l'acord marc, sens perjudici de poder millorar-los en els contractes basats. Durant la durada del contracte, en cap cas les empreses adjudicatàries podran presentar ofertes amb preus superiors als oferts en aquest procediment. Les empreses tindran obligació d'aplicar qualsevol descompte estacional o baixada de tarifa publicada vigent, sigui o no puntual, que puguin oferir els mitjans de comunicació. Depenent del mitjà i suport al qual fan referència i, tal com s'especifica al Model d'Oferta Econòmica (annex 4 Lot 2) en aquest contracte, els preus demanats poden ser:

- Cost per mil (CPM)
- Cost per clic (CPC)
- Cost per visionat (CPV)

En el cas que l'oferta sol·licitada sigui un descompte, aquest s'haurà d'aplicar també sobre les tarifes publicades pels suports i es mantindrà al llarg de tota la vigència d'aquest acord marc. En conseqüència, les empreses licitadores tindran en compte la possible variació d'aquestes tarifes al llarg de la vigència de l'acord marc, i que aquestes variacions no afectaran en cap cas als descomptes oferts. Els descomptes oferts inclouran tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència (que s'especificarà a la casella corresponent) i de l'IVA. Els descomptes oferts seran els mínims descomptes sobre la tarifa vigent que les empreses designades aplicaran en els contractes basats d'aquest acord marc al llarg de tota la seva vigència, sens perjudici de poder millorar el descompte ofert en dits contractes basats. Durant la durada del contracte, en cap cas les empreses adjudicatàries podran presentar ofertes amb descomptes inferiors als oferts en aquest procediment. Les empreses tindran obligació d'aplicar qualsevol descompte estacional o baixada de tarifa publicada vigent, sigui o no puntual, que puguin oferir els mitjans de comunicació.

En el cas que l'oferta sol·licitada sigui un percentatge màxim de recàrrec, aquest percentatge de recàrrec s'haurà d'aplicar segons les condicions especificades a l'apartat del mitjà xarxes socials, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies i a l'apartat de la comissió d'agència. Aquests percentatges màxims de recàrrec s'aplicaran sempre abans d'IVA i, en el cas del mitjà xarxes socials, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies, també abans d'aplicar la comissió d'agència. Els percentatges de recàrrec oferts seran els màxims percentatges de recàrrec que les empreses designades aplicaran en els contractes basats d'aquest acord marc al llarg de tota la seva vigència, sens perjudici de poder millorar el percentatge de recàrrec ofert en dits contractes basats. Durant la durada del contracte, en cap cas les empreses adjudicatàries podran presentar ofertes amb percentatges de recàrrec superiors als oferts en aquest procediment.

A més, cal tenir en compte les especificacions per a cadascun dels mitjans que es detallen a continuació:

A. Mitjà premsa i mitjans digitals

- Per a tots els suports de premsa i mitjans digitals, s'hauran d'oferir un o més descomptes per a un o més formats (robapàgines doble, pre-roll, altres formats), segons es requereixi per a cada suport. Els descomptes oferts inclouran tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA. Aquests descomptes són els mínims descomptes sobre les tarifes vigents dels suports que s'aplicaran per als formats especificats. Per al càlcul de les seves ofertes, les empreses licitadores tindran en compte

la possible variació d'aquestes tarifes al llarg de la vigència del contracte i que aquestes variacions no afectaran en cap cas als descomptes mínims oferts.

- El descompte ofert per a la "Resta de formats no especificats per al suport" s'aplicarà a la resta de formats no especificats per al suport en qüestió, així com als nous formats i modalitats de compra que puguin anar sorgint durant la vigència de l'acord marc en funció de les necessitats concretes de cada campanya.
- En els casos on els descomptes es demanen per al format Pre-roll/inread 20", es calcularan descomptes per a robavídeo només en aquells casos en què no es comercialitzi el pre-roll.
- En relació al cost tecnològic, les empreses licitadores hauran d'oferir un preu CPM (cost per mil impressions) per a cadascun dels dos formats especificats. Els preus CPM nets oferts inclouran tots els descomptes i càrrecs abans d'IVA. Per a cada format, s'indicarà el preu net ofert abans d'IVA, l'import de l'IVA i el preu total ofert. Les empreses designades tindran en compte que la comissió d'agència no podrà aplicar-se sobre el cost tecnològic. Els preus CPM oferts seran els preus màxims que s'aplicaran durant tota la vigència de l'acord marc.

B. Mitjà xarxes socials, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies

- Per a tots els suports i formats, les empreses licitadores hauran d'oferir un o més preus nets. Els preus nets oferts faran referència al cost per mil impressions (CPM), al cost per clic (CPC) o al cost per visualització (CPV), segons s'indiqui per a cada suport i format. Els preus nets oferts inclouran tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència. Per a cada suport i format, s'indicarà el preu net ofert abans d'IVA, l'import de l'IVA i el preu total ofert. Els preus oferts seran els preus màxims que s'aplicaran durant la vigència de l'acord marc.
- Per a aquells suports on es doni un preu màxim de sortida, les ofertes de les empreses hauran de consistir en un preu igual o inferior a l'especificat en el Model d'Oferta Econòmica.
- Els preus nets oferts s'extrapolaran a possibles nous formats no especificats en el Model d'Oferta Econòmica, sempre i quan les característiques tecnològiques siguin similars a algun dels formats oferts. Quan els nous formats tinguin característiques tecnològiques que no permetin l'extrapolació, se'n negociarà el preu per a cadascun dels contractes basats d'aquest acord marc.
- En aquells suports on s'especifiqui cost tecnològic, s'haurà d'oferir un percentatge màxim que aplicarà sobre tots els formats d'aquell suport. El percentatge màxim ofert serà el màxim percentatge que les empreses designades podran aplicar com a recàrrec en concepte de cost tecnològic per a cada suport i format. Aquest recàrrec s'aplicarà sobre el preu net de la modalitat de compra escollida (abans d'IVA) per a cada suport/dispositiu i format, o sobre qualsevol tipologia de compra que no estigui especificar en aquesta oferta o que pugui anar sorgint durant la vigència de l'acord marc en funció de les necessitats concretes de cada campanya. Les empreses designades tindran en compte que la comissió d'agència no podrà aplicar-se sobre el cost tecnològic. Els percentatges de recàrrec per cost tecnològic oferts seran els màxims percentatges de

recàrrec que les empreses designades aplicaran en els contractes basats d'aquest acord marc al llarg de tota la seva vigència.

- Les empreses calcularan les seves ofertes tenint en compte les segmentacions especificades en els suports i formats.
- En alguns suports i formats es demana oferta consistent en un percentatge màxim de recàrrec per a segmentacions no especificades al Model d'Oferta Econòmica. Altres segmentacions diferents de les especificades poden ser necessàries degut a característiques concretes de les campanyes de publicitat i dels públics objectius als quals s'adrecen. Aquest recàrrec màxim serà el percentatge màxim que les empreses designades podran aplicar com a recàrrec per a altres segmentacions no especificades en el Model d'oferta Econòmica, sempre que siguin segmentacions amb IP Barcelona o IP Àrea Metropolitana de Barcelona. Aquest recàrrec per segmentació s'aplicarà sobre el preu net de la modalitat de compra escollida (abans d'IVA) per a cada suport i format. Els recàrrecs per segmentació oferts seran els màxims percentatges de recàrrec que les empreses designades aplicaran en els contractes basats d'aquest acord marc al llarg de tota la seva vigència.

C. Comissió d'agència

- En el Model d'Oferta Econòmica que s'annexa en aquest contracte, hi ha un apartat específic per detallar quina serà la comissió d'agència de les empreses licitadores per a cada mitjà o modalitat de compra especificada.
- La comissió d'agència s'oferirà per mitjà d'un percentatge màxim de recàrrec sobre els serveis prestats per a cada mitjà, suport, format o modalitat de compra. Aquests percentatges màxims s'aplicaran sempre abans d'IVA. Els percentatges de recàrrec oferts seran els màxims percentatges de recàrrec per comissió d'agència que les empreses designades aplicaran en els contractes basats d'aquest acord marc al llarg de tota la seva vigència, sens perjudici de poder millorar el percentatge de recàrrec ofert en dits contractes basats. Durant la durada del contracte, en cap cas les empreses adjudicatàries podran presentar ofertes amb comissions d'agència superiors a les ofertes en aquest procediment.
- Les empreses no podran aplicar el recàrrec de comissió d'agència sobre el cost tecnològic dels mitjans premsa i mitjans digitals i xarxes socials, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies.

Si durant el termini per presentar ofertes, es produís un canvi en els mitjans o formats recollits en el model de proposició econòmica, de manera que la casella o caselles afectades no pogués ser emplenada en els termes demanats, es donarà publicitat de les instruccions concretes de com emplenar-ho en cadascuna de les caselles afectades, a través de l'anunci de licitació del perfil del contractant.

Cadascun dels apartats de l'oferta econòmica (Annex 4 model d'oferta econòmica Lot 2) es puntuarà tenint en compte la distribució següent sobre els 1.600 punts:

MITJANS I COMISSIÓ D'AGÈNCIA	PUNTUACIÓ MÀXIMA
Digital - Premsa i mitjans digitals	800

Digital - Xarxes socials, portals, cercadors i resta suports, dispositius digitals i noves tecnologies	600
Comissió d'agència	200
TOTAL	1.600

La distribució d'aquests punts per a cada mitjà i suport es detalla a l'annex 8 PONDERACIÓ PUNTS LOT 2.

A continuació s'indiquen les fórmules de valoració que s'aplicaran a cadascun dels apartats de la taula anterior:

Mitjà premsa i mitjans digitals

Per a cada suport i format s'atorgarà la màxima puntuació a l'empresa licitadora que formuli el preu net més baix o el percentatge de descompte més elevat i per la resta d'empreses la distribució de la puntuació es farà aplicant les següents fórmules:

Per a aquells suports i formats l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un descompte (%) sense un descompte mínim de sortida establert:

<i>Puntuació resultant =</i>	<i>Punts màxims(*) x</i>	$\frac{\text{Descompte ofert(**)}}{\text{Millor descompte ofert(**)}}$
------------------------------	--------------------------	--

(*)Els que s'indiquen a l'annex 8 Ponderació punts lot 2.

(**)Per a cada suport.

Per al suport "Cost tecnològic", l'oferta econòmica del qual consisteix en un preu net (CPM), la millor oferta (entesa com el preu més baix) tindrà la màxima puntuació indicada a la taula i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 15 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:

- Millor oferta, 60 punts
- Segona millor oferta, 45 punts
- Tercera millor oferta, 30 punts
- Quarta millor oferta, 15 punts
- Cinquena millor oferta i successives, 0 punts

La puntuació total del mitjà premsa i mitjans digitals s'obtindrà aplicant la fórmula corresponent a cadascun dels suports. Un cop obtinguda la puntuació parcial per cadascun dels suports, es farà un sumatori i el resultant serà la puntuació obtinguda per l'empresa en l'oferta econòmica del mitjà premsa i mitjans.

Mitjà xarxes socials, portals, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies

Per a cada suport i format s'atorgarà la màxima puntuació a l'empresa licitadora que formuli el preu net o percentatge màxim de recàrrec més baix i per la resta d'empreses la distribució de la puntuació es farà de la següent manera:

Per a aquells suports i formats l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un preu net (CPM, CPC, CPV) amb un preu màxim de sortida establert:

Puntuació resultant =	<i>Punts màxims(*) x</i>	$\frac{\text{Pressupost net licitació(**) - oferta(**)}}{\text{Pressupost net licitació(**) - oferta més econòmica(**)}}$
------------------------------	--------------------------	---

(*)Els que s'indiquen a l'annex 8 Ponderació punts lot 2.

(**)Per a cada suport i format.

Per a aquells suports i formats l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un preu net (CPM, CPC i CPV) sense preu màxim de sortida establert:

- Quan els punts màxims a assolir siguin 20, la millor oferta (entesa com el preu net més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 4 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:
 - Millor oferta, 20 punts
 - Segona millor oferta, 16 punts
 - Tercera millor oferta, 12 punts
 - Quarta millor oferta, 8 punts
 - Cinquena millor oferta i successives, 0 punts
- Quan els punts màxims a assolir siguin 5, la millor oferta (entesa com el preu net més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 2 punts. A partir de la quarta millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:
 - Millor oferta, 5 punts
 - Segona millor oferta, 3 punts
 - Tercera millor oferta, 1 punt
 - Quarta millor oferta i successives, 0 punts

Per aquells suports l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un percentatge de recàrrec, amb un percentatge màxim de sortida establert:

Puntuació resultant =	<i>Punts màxims(*) x</i>	$\frac{\text{Recàrrec de sortida(**) - Recàrrec ofert (**)}}{\text{Recàrrec de sortida(**) - Millor recàrrec ofert(**)}}$
------------------------------	--------------------------	---

(*)Els que s'indiquen a l'annex 8 Ponderació punts Lot 2.

(**)Per cada suport i format.

Per aquells suports l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un percentatge de recàrrec sense percentatge màxim de sortida establert, la millor oferta (entesa com el percentatge de recàrrec més baix) tindrà la màxima puntuació indicada a la taula i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 2 punts. A partir de la quarta millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:

- Millor oferta, 5 punts
- Segona millor oferta, 3 punts
- Tercera millor oferta, 1 punt
- Quarta millor oferta i successives, 0 punts

La puntuació total del mitjà xarxes socials, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies s'obtingrà aplicant la fórmula corresponent a cadascun dels suports. Un cop obtinguda la puntuació parcial per cadascun dels suports, es farà un sumatori i el resultant serà la puntuació obtinguda per l'empresa en l'oferta econòmica del mitjà xarxes socials, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies.

Comissió d'agència

Per a cada mitjà s'atorgarà la màxima puntuació a l'empresa licitadora que formuli el percentatge de recàrrec més baix, i per la resta d'empreses la distribució de la puntuació es farà de la següent manera:

- Quan els punts màxims a assolir siguin 80, la millor oferta (entesa com el percentatge de recàrrec més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 15 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0.
 - Millor oferta, 80 punts
 - Segona millor oferta, 65 punts
 - Tercera millor oferta, 50 punts
 - Quarta millor oferta, 35 punts
 - Cinquena millor oferta i successives, 0 punts
- Quan els punts màxims a assolir siguin 60, la millor oferta (entesa com el percentatge de recàrrec més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 10 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0.
 - Millor oferta, 60 punts
 - Segona millor oferta, 50 punts
 - Tercera millor oferta, 40 punts
 - Quarta millor oferta, 30 punts
 - Cinquena millor oferta i successives, 0 punts
- Quan els punts màxims a assolir siguin 30, la millor oferta (entesa com el percentatge de recàrrec més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi aniran restant 5 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0.
 - Millor oferta, 30 punts
 - Segona millor oferta, 25 punts
 - Tercera millor oferta, 20 punts
 - Quarta millor oferta, 15 punts
 - Cinquena millor oferta i successives, 0 punts

La puntuació total per comissions d'agència s'obtindrà fent un sumatori de les puntuacions obtingudes a cada mitjà i el resultant serà la puntuació obtinguda per l'empresa en l'oferta econòmica per comissions d'agència.

Un cop obtingudes les puntuacions parcials de cada mitjà, la puntuació total de l'oferta econòmica s'obtindrà per mitjà d'un sumatori de totes les puntuacions parcials. El resultant serà la puntuació obtinguda per l'empresa licitadora en el criteri preu.

Ofertes anormals:

En relació a la identificació d'ofertes, en principi, amb valors anormals o desproporcionats, tant els preus nets com els descomptes que es valoren es calculen a partir de les tarifes publicades pels diferents suports i mitjans, les quals s'actualitzen per part dels diferents suports de comunicació. L'únic servei l'oferta del qual ve determinada exclusivament per les agències licitadores és la comissió d'agència. El recàrrec que les agències apliquen per mitjà d'aquest

servei no ve determinat per la negociació realitzada amb els canals i suports de comunicació sobre les seves tarifes, sinó que són les agències licitadores les que marquen quin és el recàrrec que apliquen per la prestació dels seus serveis.

Així doncs, per la consideració d'ofertes, en principi, amb valors anormals o desproporcionats, es defineix un límit d'un diferencial de 10 per cent per sota de la mitjana de les ofertes del servei de la comissió d'agència o, en el cas d'un únic licitador, del 20 per cent respecte cadascun del preus unitaris.

Si el nombre de licitadors és superior a 10, pel càlcul de la mitjana de les ofertes es prescindirà de l'oferta més baixa i de l'oferta més alta del servei de la comissió d'agència si hi ha un diferencial superior al 5 per cent respecte de l'oferta immediatament consecutiva.

8.2.2. Criteris tècnics, fins a 400 punts (Annex 6 Lot 2)

Els 400 punts es distribueixen de la següent manera:

- Pel compromís d'incorporar en l'equip humà requerit a la clàusula 4 del PPT, 1 planificador sènior adicional especialitzat en el mitjà internet, noves tecnologies i nous dispositius digitals, amb una experiència professional mínima de 5 anys en les seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans digitals, 140 punts.

Justificació: Es considera que les millores sobre l'equip humà mínim requerit poden resultar útils, especialment degut a l'abast i dimensió de certs encàrrecs que puguin requerir personal amb una major experiència o moments en què hagi un major volum d'encàrrecs. Sota aquestes circumstàncies, un equip humà de característiques superiors al mínim requerit contribueix la consecució dels objectius, facilita la ideació de l'estratègia de mitjans, ajuda en els punts crítics del procés de planificació i en la gestió de la corresponent contractació.

- Pel compromís d'aportar fonts d'informació, eines i/o estudis addicionals als requerits en la clàusula 5 del PPT, fins a 60 punts.

Justificació: El sector de la publicitat i els mitjans de comunicació està en constant evolució i, per tant, les eines i fonts d'informació que l'estudien també ho estan. Així, al llarg de la vigència del contracte poden ser útils altres eines i fonts d'informació diferents a les requerides. D'igual manera, tot i que les fonts d'informació i eines requerides són, a dia d'avui, l'estàndard utilitzat al sector, poden haver d'altres que ajudin a copsar nous punts de vista del funcionament de les audiències, la optimització de la inversió, etc. Són les empreses especialitzades en el sector les que tenen un major coneixement d'aquestes fonts i eines, inclús de vegades desenvolupant-ne de pròpies.

Per a cadascuna de les fonts d'informació, eines i estudis addicionals, les empreses licitadores hauran de tenir contractat o subcontractat el corresponent software o plataforma que permeti fer l'explotació de les dades. Es consideraran com a vàlides aquelles fonts d'informació, eines i estudis que s'enquadrin dintre dels següents apartats: estudis de consumidor; eines d'optimització d'inversions i mitjans; eines d'optimització de formats i emplaçaments; i estudis eficàcia de mitjans, suports i dispositius digitals.

Els 60 punts es distribueixen de la següent forma:

- 1 font d'informació, eina i/o estudi addicionals, 20 punts
- 2 fonts d'informació, eines i/o estudis addicionals, 40 punts
- 3 fonts d'informació, eines i/o estudis addicionals, 60 punts

Per obtenir puntuació per aquest criteri, caldrà omplir la següent taula del model d'oferta.

En cas contrari, no s'obtindrà puntuació per aquest criteri.

NÚM. ORDRE	NOM DE L'EINA, FONT O ESTUDI	TIPUS D'EINA, FONT O ESTUDI(*)	CAMP D'ESTUDI O INVESTIGACIÓ
1			
2			
3.			

(*)Indicar una de les següents opcions:

- Estudi de consumidor
- Eina d'optimització d'inversions i mitjans
- Eina d'optimització de formats i emplaçaments
- Estudi d'eficàcia de mitjans, suports i dispositius digitals

- Pel compromís de prestar un servei de formació especialitzada en temes relatius als mitjans de comunicació i el sector de la inversió publicitària, i en concret, en noves tecnologies, suports i mitjans digitals, a l'equip de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona, fins a 120 punts

Justificació: Les empreses designades concentren el coneixement sobre el funcionament del sector de la publicitat i els mitjans de comunicació. Sense la necessitat d'acudir a cadascun del mitjans de comunicació, les empreses designades poden proporcionar la informació del funcionament de tots ells, els formats més utilitzats, els més rentables, etc. Es tracta d'un sector híper especialitzat i en constant evolució sobre el qual l'Ajuntament de Barcelona ha de tenir informació de primera mà i actualitzada, ja que contracta els serveis objecte d'aquest Acord marc. Hi ha certes temàtiques i tecnologies que requereixen una immersió major a través de cursos formatius per tal de poder mantenir l'equip de l'Ajuntament correctament format.

Exemple de temàtiques formatives: nous formats publicitaris digitals, tècniques de planificació i distribució de la inversió, publicitat a xarxes socials (segmentació, noves plataformes, modalitats de compra, costos i rendiment), estudis de notorietat, eficàcia, etc.

El servei de formació podrà realitzar-se online o bé en les dependències de l'Ajuntament de Barcelona i haurà de ser impartit per professionals amb reconeguda experiència en la temàtica de cadascun dels cursos.

Els 120 punts es distribuïran de la següent manera:

- 1 curs al llarg de l'any, de 10 hores cadascun, 40 punts
- 2 cursos al llarg de l'any, de 10 hores cadascun, 80 punts
- 3 cursos a llarg de l'any, de 10 hores cadascun, 120 punts

- **Pel compromís d'ampliar l'horari de prestació del servei, per a encàrrecs d'urgència puntuals, fins a les 20 hores de dilluns a divendres, 40 punts.**

S'estima que poden haver uns 10 moments comunicatius al llarg de l'any que requereixin d'aquesta ampliació.

Justificació: Al llarg de l'any poden haver moments puntuals amb necessitats comunicatives urgents que requereixin d'una resposta molt ràpida del servei. El servei ha de poder donar resposta en aquests moments comunicatius urgents, sense haver d'esperar al matí següent.

- **Pel compromís d'ampliar la prestació del servei, per a encàrrecs d'excepcional urgència, a caps de setmana i festius, 40 punts**

S'estima que poden haver uns 5 moments comunicatius al llarg de l'any que requereixin d'aquesta ampliació. Sempre es tindrà en compte l'excepcionalitat i no se'n farà ús a menys que es consideri estrictament necessari.

Justificació: Al llarg de l'any poden haver moments puntuals amb necessitats comunicatives molt urgents que requereixin d'una resposta pràcticament immediata del servei, sense poder esperar a l'horari laboral de dilluns a divendres. El servei ha de poder donar una resposta consistent i àgil en aquests moments comunicatius d'especial urgència.

La puntuació total dels criteris automàtics s'obtindrà del sumatori de les puntuacions parcials dels criteris tècnics més el sumatori de les puntuacions obtingudes en el criteri preu i serà la puntuació total de l'oferta de l'empresa licitadora.

Si es produeix un empat en la puntuació total entre diverses empreses licitadores s'aplicarà el criteri de desempat següent tenint en compte com a data del compliment efectiu del fet de desempat el venciment del termini de presentació d'ofertes i havent d'aportar els licitadors les corresponents declaracions o documents acreditatius del seu compliment en el moment en què es produeixi l'empat, de conformitat amb allò que estableix la LCSP a l'article 147.1 *in fine*:

Proposicions presentades per aquelles empreses que, al venciment del termini de presentació d'ofertes, tinguin a la plantilla un percentatge de persones treballadores amb discapacitat superior al que els imposi la normativa. Aquest percentatge s'ha de calcular referit al període dels últims 12 mesos anteriors al moment de finalitzar el termini de presentació d'ofertes

En aquest supòsit, si diverses empreses licitadores de les que haguessin empatat quant a la proposició més avantatjosa acrediten tenir relació laboral amb persones amb discapacitat en un percentatge superior al que els imposi la normativa, tindrà preferència en l'adjudicació del contracte l'empresa licitadora que disposi del major percentatge de treballadors fixos amb discapacitat a la seva plantilla en els darrers 12 mesos anteriors al moment en què finalitzi la presentació d'ofertes.

En cas que l'aplicació d'aquest criteri no doni lloc a desempat es dirimirà mitjançant sorteig.

La documentació justificativa d'aquests criteris avaluable de forma automàtica s'ha d'incloure necessàriament i únicament al sobre electrònic C.

Clàusula 11. Mesa de contractació

La mesa de contractació estarà constituïda per:

President/a: L'alcalde o persona en qui delegui, d'acord amb l'art. 13 de la Carta de Barcelona.

Vocals:

Titulars	Substituts
L'Interventor general de la Corporació, Sr. Antonio Muñoz Juncosa.	- L'/la Interventor/a adjunt/a o delegat/da.
El Secretari General de la Corporació, Sr. Jordi Cases i Pallarès.	- El/la secretari/ària delegat/ada, Sra. Maribel Fernández Galera, Sr. Antonio Escalante Cruces Sra. Ana Ballano Aleñà, Sra. Francisca López Vilaplana, Sra. Lurdes Padró Mir, Sra. Elisabet Arenas Núñez*, Sr. Alberto Castro Merlos, Sr. Roger Arce Vela*, Sr. Carlos Rodríguez Martín*
Sr. Miquel Benito López, Director de Serveis de Coordinació de Contractació Administrativa.	Sra. Meritxell Cusí Pérez, Coordinadora de Projectes, Anàlisi i Estratègia.
Sra. Anna Giralt Brunet, Directora executiva de Comunicació	Sra. M. Carmen Muzas Cuberes, cap de Secció de la Direcció executiva de Comunicació
Sra. M. Assumpta Bisbal Adorna, Directora de Serveis Publicitaris	Sra. Esther Majadas Morales, tècnica de Gestió de la Direcció de Serveis Publicitaris

Actuarà com a secretari/ària de la Mesa un/a funcionari/ària de la Corporació.

()Personal interí, si el departament no en disposa de cap funcionari.*

Les persones que componen la mesa de contractació regiran el seu comportament per les pautes i criteris continguts en el Codi ètic de conducta de l'Ajuntament de Barcelona, tot d'acord amb la previsió de la disposició addicional d'aquest Codi, publicat a la Gasetta municipal del dia 13 de desembre de 2017 i declararan expressament en la primera reunió que no concorren cap causa de conflicte d'interessos.

Clàusula 12. Obertura de proposicions

D'acord amb l'article 157.3 LCSP, l'obertura de les proposicions s'efectuarà en el termini màxim de 20 dies a partir de la data de finalització del termini de presentació de proposicions.

En tot cas, l'obertura del sobre electrònic C es realitzarà en acte públic. La data i lloc s'informarà en l'anunci de licitació en [el perfil de contractant](#)

Clàusula 13. Adjudicació de l'acord marc

1.D'acord amb la previsió de l'article 158 LCSP, la selecció de les empreses adjudicatàries dels diferents lots de l'acord marc s'acordarà en el termini màxim de 4 mesos comptadors des del dia

següent al de l'obertura de les proposicions rebudes o, si és el cas, d'obertura del primer sobre que contingui la proposició. Aquest termini s'ampliarà en 15 dies si es requereix seguir tramitació per valorar l'anormalitat de les ofertes.

D'acord amb l'article 158.4 LCSP, transcorregut el termini anterior sense que s'hagi produït l'adjudicació, les empreses licitadores tenen dret a retirar la seva proposta.

2. Prèviament a l'adjudicació es requerirà a l'empresa o empreses licitadores que es proposi/n com a adjudicatària/àries perquè presenti/n determinada documentació.

L'empresa licitadora que estigui inscrita en el RELI, en el ROLECE o en una llista oficial d'operadors econòmics d'un Estat membre de la Unió Europea d'accés gratuït, no està obligada a presentar els documents justificatius o altra prova documental si les dades que es requereixen figuren inscrites en aquests registres.

La documentació que, en el seu cas, es requerirà és la següent:

- Document que acrediti la vàlida constitució de la Societat i que de conformitat amb el seu objecte social pot presentar-se a la licitació.
- Document que acrediti la deguda representació per presentar la proposició del signant de la mateixa.
- Document que acrediti la deguda representació per presentar la declaració del signant de la mateixa.
- Certificats del compliment de les obligacions tributàries i amb la Seguretat Social establertes per les disposicions vigents. Es consultarà l'aplicació informàtica municipal de recaptació per comprovar que l'empresa licitadora proposada com a adjudicatària es troba al corrent del compliment de les seves obligacions tributàries amb l'Ajuntament de Barcelona i s'obtindrà una còpia impresa de la consulta i s'incorporarà a l'expedient.

Els documents que, si escau, haurà d'aportar per acreditar el compliment dels requisits d'aptitud i solvència són:

-Els comptes anuals dels tres darrers exercicis aprovats i dipositats al Registre Mercantil o en el Registre oficial que correspongui. Les empreses individuals no inscrites al Registre Mercantil han d'acreditar el seu volum anual de negocis mitjançant els llibres d'inventaris i comptes anuals legalitzats pel Registre Mercantil. En el cas de què la data de creació o d'inici de les activitats de l'empresa licitadora sigui inferior a un any haurà d'aportar la documentació acreditativa corresponent.

-Relació dels principals serveis efectuats en els últims tres anys que inclogui import, dates i el destinatari, públic o privat, d'aquests. Els serveis o treballs efectuats s'acrediten mitjançant certificats expedits o visats per l'òrgan competent, quan el destinatari és una entitat del sector públic o, quan el destinatari és un subjecte privat, mitjançant un certificat expedit per aquest o, a falta d'aquest certificat, mitjançant una declaració de l'empresa acompanyada dels documents que tinguin en poder seu que acreditin la realització de la prestació; si s'escau, aquests certificats han de ser comunicats directament a l'òrgan de contractació per l'autoritat competent. Els certificats de bona execució dels serveis inclosos en la relació, el destinatari dels quals va ser una entitat del sector públic, els pot comunicar directament a l'òrgan de contractació l'entitat contractant.

Els corresponents certificats podran ser expedits per mitjans electrònics, informàtics o telemàtics, que seran acceptats en els termes previstos en el plec de clàusules administratives generals

D'acord amb l'article 150.2 LCSP, la documentació s'haurà de presentar dins del termini dels 10 dies hàbils a comptar del següent al de la recepció del requeriment.

4. D'acord amb l'article 150.3 LCSP, un cop presentada la documentació requerida s'adjudicarà l'acord marc dins dels 5 dies hàbils següents al de la seva recepció.

D'acord amb l'article 150.2 LCSP, si l'empresa licitadora no presenta la documentació requerida dins del termini assenyalat s'entendrà que retira la seva oferta i es procedirà a requerir la mateixa documentació a la següent empresa licitadora segons l'ordre en què hagin quedat classificades les ofertes.

En cas de falsedat en el DEUC o en les declaracions responsables presentades per la/es empresa/es proposada/es com a adjudicatària/es, quedaran automàticament excloses de la licitació i l'òrgan competent incoarà i tramitarà el corresponent expedient de prohibició de contractar. Així mateix la Mesa podrà optar per tornar a valorar les ofertes.

Clàusula 14. Garantia definitiva

Es constituirà una garantia definitiva consistent en el 5 per 100 de l'estimació de despesa, IVA exclòs de cada Lot. El desglossament d'aquest import per als lots que componen l'acord marc és el següent:

LOT	IMPORT NET	IMPORT GARANTIA PER LOT
DESPESA LOT 1	14.132.231,41	706.611,57
DESPESA LOT 2	743.801,65	37.190,08
TOTAL	14.876.033,06	743.801,65

Aquest import es dividirà a parts iguals entre les empreses que resultin adjudicatàries per a cadascun dels lots.

Les garanties s'hauran de constituir a la Tresoreria de la Corporació, plaça de Sant Miquel, núm. 1, planta 1, Edifici Novíssim, en metàl·lic, en valors públics o privats legalment admissibles, mitjançant aval bancari o per Acord marc d'assegurança de caució. L'acreditació de la seva constitució podrà fer-se per mitjans electrònics, informàtics o telemàtics.

Les empreses no es podran acollir a la modalitat de constitució de la garantia definitiva mitjançant retenció del preu.

Clàusula 15. Notificació de l'adjudicació, perfeccionament i publicitat de la formalització de l'acord marc

1. D'acord amb la previsió de l'article 151 i la disposició addicional quinzena de la LCSP, l'acte d'adjudicació serà notificat per mitjans electrònics a les empreses licitadores i en el termini màxim de 15 dies es publicarà en el [perfil de contractant](#).

2. D'acord amb l'article 50.1.d) i 153.3 LCSP, l'acord marc no es podrà formalitzar fins que hagin transcorregut 15 dies hàbils des de la tramesa de la notificació de l'adjudicació a les empreses licitadores. Si un cop finalitzat aquest termini no s'ha interposat recurs especial previst a l'article 44 LCSP que impliqui la suspensió del procediment, o s'hagués acordat

l'aixecament de la suspensió, es requerirà a l'empresa adjudicatària perquè en un termini no superior a 5 dies a partir de la data següent a la de recepció del requeriment es procedeixi a la formalització de l'acord marc.

En cas que s'hagi notificat com a adjudicatària una UTE, aquesta s'ha de constituir formalment en unió temporal abans de la formalització de l'acord marc.

D'acord amb l'article 153.4 LCSP, si per causes imputables a l'empresa adjudicatària no s'hagués formalitzat l'acord marc dins del termini assenyalat, s'entendrà que retira la seva oferta, procedint a exigir-li l'import del 3% del pressupost base de licitació, IVA exclòs, en concepte de penalitat i l'Ajuntament sol·licitarà la documentació a la següent empresa licitadora per l'ordre en què hagin quedat classificades les ofertes.

3. L'acord marc es perfeccionarà amb la seva formalització en document administratiu, que serà títol suficient per accedir a qualsevol registre públic. Això no obstant, podrà elevar-se a escriptura pública si ho sol·licita l'empresa adjudicatària, i les despeses derivades del seu atorgament aniran al seu càrrec.

4. D'acord amb l'article 154 LCSP, la formalització de l'acord marc i el document contractual es publicaran en el [perfil de contractant](#) i en el DOUE. L'anunci en el perfil es realitzarà en un termini no superior a 15 dies des del perfeccionament de l'acord marc i, si procedeix, en el DOUE en un termini no superior a 10 dies.

Clàusula 16. Inici de l'acord marc

L'execució de cada Lot de l'acord marc s'iniciarà en la data que s'indiqui en la formalització i mai abans del dia 1 de febrer de 2025.

Els serveis objecte d'aquest acord marc es duran a terme a les dependències de les empreses adjudicatàries.

Clàusula 17. Procediment d'adjudicació dels contractes basats en l'acord marc

Un cop adjudicat i formalitzat l'acord marc, l'Ajuntament de Barcelona contractarà les empreses designades pels serveis descrits a la clàusula 2 del Plec de Prescripcions Tècniques.

Els serveis es contractaran mitjançant el procediment que preveu l'article 221 de la LCSP.

Per fer els contractes basats en aquest acord marc, l'òrgan gestor sol·licitarà oferta a totes les empreses designades per tal d'establir els termes del contracte, fixar-ne el preu i adjudicar-lo. Les empreses a les quals es sol·licita oferta, tenen l'obligació de presentar-la. L'incompliment d'aquesta obligació podrà comportar l'exclusió del caràcter d'empresa designada per contractar els serveis objecte d'aquest acord marc.

En relació a la presentació d'ofertes per l'adjudicació dels contractes basats, en cap cas les empreses adjudicatàries podran presentar ofertes amb preus o percentatges de recàrrec superiors ni descomptes inferiors als oferts en la licitació de l'acord marc. L'incompliment d'aquesta obligació podrà comportar l'exclusió del caràcter d'empresa designada per contractar els serveis objecte d'aquest acord marc, tal com s'estableix en la clàusula 27.

Podran ser valorats la minoració en preu i recàrrec, la millora de descomptes o altres aspectes tècnics que l'òrgan gestor pugui requerir per a cada procediment.

Per a cada contracte basat, l'òrgan gestor realitzarà una petició d'oferta. Per determinar les condicions de l'oferta, s'enviarà un brífig específic amb les condicions concretes de l'encàrrec, adjudicant-se el contracte a l'empresa designada que aporti globalment la millor oferta econòmica i/o la millor estratègia, valorant-se segons els criteris definits a cada brífig específic.

Per a la valoració de l'oferta econòmica, l'Ajuntament de Barcelona podrà seleccionar mitjans, suports i formats concrets d'especial interès per al compliment d'objectius descrits al brífig. Les empreses hauran d'incloure obligatòriament aquests mitjans, suports i formats en les seves propostes i hauran de presentar la corresponent oferta econòmica, que serà valorada segons les ponderacions que s'estableixin al brífig.

Per a la valoració de la millor estratègia i planificació de mitjans en els contractes basats, se seleccionaran els criteris i paràmetres de valoració i mesura (ponderació) d'entre la llista descrita a continuació, en funció dels objectius de comunicació i de mitjans establerts a cada brífig:

- Selecció de mitjans, suports i formats.
- Distribució de la inversió per mitjans i suports.
- Distribució temporal i geogràfica.
- Audiències: cobertura en % i en absoluts, cobertura +3 (televisió i ràdio), Ots, GRPs i total impactes. En cas de xarxes socials es valorarà els clics drive to web, les visualitzacions, les interaccions i les audiències assolides (d'orgànic i de pagament).
- Qualitatius: % de GRPs per franges (prime time i altres franges horàries), % GRPs per posicions preferents (televisió i ràdio), emplaçaments (pàgina senar, 1er terç de la publicació quan sigui especificat) (premsa i revistes), afinitat.
- Paràmetres de rendibilitat: cost GRP, CPM, i a internet i xarxes socials: CPC, CPL, CPI, CPV, CPE. Cost tecnològic a Internet. Cost d'accions especials (segons es descrigui al brífig).
- Paràmetres específics d'Internet: impressions (CPM), impressions garantides (CPM), clics garantits (CPC), visualitzacions (CPV), visualitzacions garantides (CPV), enviaments/emailings garantits (CPE), CTR, segmentació (també aplica per a Xarxes socials). Grau de viabilitat i implementació de l'acció.
- Coherència estratègica de la proposta d'accions especials (influenciadors, street marketing, etc.).
- Coherència estratègica global de campanya.

Degut a la ràpida i constant evolució i innovació del sector dels mitjans de comunicació, especialment en l'entorn digital i les xarxes socials, al llarg de la vigència de l'Acord marc poden aparèixer altres criteris de valoració no especificats en la llista anterior i que no es poden preveure en la redacció d'aquest plec. En aquesta línia, i amb mires a obtenir les ofertes més avantatjoses possibles segons els objectius de cada campanya, l'Ajuntament de Barcelona podrà incloure altres criteris per a la valoració de les ofertes dels contractes basats, sempre que aquests criteris siguin qualificables des del punt de vista quantitatiu o qualitatiu. En qualsevol cas, els brífings dels contractes basats donaran detall dels criteris que s'empraran en la valoració de les ofertes.

L'empresa que resulti adjudicatària del contracte basat té l'obligació de prestar el servei en els termes resultants d'aquest contracte o de l'oferta presentada en concret per al servei de què es tracti.

Els proveïdors designats inclosos en la consulta faran arribar la seva oferta i els altres termes del contracte requerits, signada pel seu legal representant, per correu electrònic, en un termini no superior a 48 hores, tret dels casos en què s'especifiqui un termini més ampli, a comptar des de la recepció de l'e-mail tramès per l'òrgan gestor, i després, si així ho sol·licita el responsable del contracte designat per l'Ajuntament de Barcelona, es faran presentacions presencials. Cal remetre al responsable del contracte designat per l'Ajuntament de Barcelona els arxius informàtics que continguin les ofertes presentades.

L'Ajuntament de Barcelona podrà determinar que la tramitació dels contractes basats del present Acord Marc, així com tot el procediment d'adjudicació dels mateixos, es realitzi a través del portal de contractació electrònica de l'Ajuntament de Barcelona.

Per formular les peticions d'oferta que realitzin els òrgans municipals i les ofertes que presentin les empreses designades, s'utilitzaran els documents específics que s'annexin com a Model d'Oferta Econòmica, així com els que la Direcció de Serveis Publicitaris consideri oportuns per a la presentació de l'oferta. En tot cas correspondrà al responsable del contracte designat per l'Ajuntament de Barcelona la decisió del model a emprar per a la presentació de les propostes.

Els models de presentació d'oferta dels contractes basats sempre inclouran les tarifes vigents dels mitjans i suports, sobre les quals les empreses designades aplicaran el corresponent descompte ofert o minoració de preu.

Aleatòriament, l'Ajuntament de Barcelona comprovarà directament amb els mitjans i suports la veracitat de les tarifes vigents que les empreses designades hagin presentat en les seves ofertes. Si per mitjà d'aquestes comprovacions l'Ajuntament de Barcelona detectés errors o irregularitats en aquestes tarifes, exigirà la correcció de la tarifa a l'empresa designada sense que això suposi cap mena de modificació en el descompte ofert.

Tal com s'estableix a la clàusula 27, quan es detectin aquests errors o irregularitats en 3 o més contractes basats, es considerarà incompliment greu i, com a tal, l'Ajuntament de Barcelona podrà exigir les corresponents sancions contractuals. A més, tal com s'estableix a la clàusula 28, aquest incompliment podrà comportar l'exclusió del caràcter d'empresa designada per contractar els serveis objecte d'aquest Acord marc.

En el cas que es donés un empat entre les ofertes presentades per les empreses designades, el contracte basat s'adjudicarà a l'empresa que hagi obtingut la puntuació més alta en la valoració total efectuada per la designació de les empreses de l'acord marc.

El període de l'acció de comunicació o campanya expressat en el brífling i en la petició d'oferta es podrà veure modificat per circumstàncies sobrevingudes o imprevistes. Les dates que s'hi ofereixin per a la presentació de l'oferta seran un termini orientatiu modificable per la Direcció de Serveis Publicitaris, en funció de les necessitats de comunicació i de mercat.

De manera excepcional i quan l'interès públic així ho requereixi, l'Ajuntament de Barcelona es reserva el dret de poder perfeccionar, mitjançant el procediment legalment previst, contractes d'inserció de publicitat directament amb els mitjans de comunicació.

Els contractes basats en l'Acord marc es perfeccionaran amb l'adjudicació. L'execució dels serveis s'iniciarà un cop rebuda la notificació per part de l'empresa adjudicatària.

Clàusula 18. Abonaments al contractista

1. D'acord amb l'article 102 LCSP, el preu retribueix la prestació realitzada i inclou l'IVA que s'indicarà com a partida independent.

El preu s'abonarà en euros.

El sistema de determinació del preu del contracte es fixa a partir de la determinació de les prestacions realitzades i l'import unitari de cadascuna d'elles.

L'empresa contractista ha de presentar la factura electrònica corresponent a les prestacions executades en el període mensual. L'empresa contractista de cada Lot presentarà mensualment una única factura per cada operador municipal participant en aquest acord marc, amb el detall de les diferents comandes incloses en la factura, una vegada les comandes hagin estat lliurades completament. No s'admetran factures de comandes lliurades parcialment.

La factura, serà revisada i conformada en el termini màxim de deu dies. En cas de disconformitat, la factura serà retornada a l'empresa contractista, atorgant-li un termini màxim de deu dies a comptar des de l'endemà al de la recepció per efectuar observacions o presentar nova factura amb les rectificacions escaients.

L'empresa contractista ha d'incloure, en la/es factura/es que presenti, les següents dades que es facilitaran en la documentació de cada contractació basada:

- Codi de contracte.
- Òrgan de contractació.
- Direcció/Òrgan econòmic.
- Direcció/Òrgan destinatari.
- Indicació del mes i del servei si s'escau prestat que es factura
- Codi DIR3

Les empreses contractistes hauran de presentar durant els deu primers dies de cada mes, la factura dels serveis prestats el mes anterior, a la Direcció de Comunicació o a l'organisme que hagi contractat els serveis.

Les empreses hauran de facturar els serveis prestats seguint les instruccions i requeriments que es detallen a la clàusula 6 de Plec de Prescripcions Tècniques, amb caràcter obligatori.

L'incompliment d'aquesta obligació contractual es qualifica com a falta molt greu i comportarà l'adopció de les penalitzacions econòmiques que corresponguin segons les previsions que s'estableixen en aquest plec. Alternativament, podran suposar la resolució de contracte.

En cas de disconformitat, es retornarà al contractista la factura presentada, atorgant-li un termini màxim de deu dies hàbils a comptar des del següent al de la recepció, als efectes que pugui presentar nova factura amb les rectificacions corresponents.

Clàusula 19. Revisió de preus

D'acord amb la previsió de l'article 103 LCSP, en aquest Acord marc no es podrà revisar durant la seva durada, incloent-hi les pròrrogues.

Clàusula 20. Direcció i inspecció de l'execució de l'acord marc

Es designa com a responsable del contracte a la Sra. Assumpta Bisbal i Adorna, Directora de Serveis Publicitaris. Així mateix cada ens nomenarà un/a responsable del contracte entre el seu personal tècnic, que haurà de nomenar-se de manera concreta i identificativa a la resolució d'adjudicació de la contractació basada, per assegurar la correcta realització de la prestació pactada d'acord amb la previsió de l'article 62.1 LCSP.

Al/la responsable del contracte li correspon, amb caràcter general, supervisar l'execució d'aquest, adoptar les decisions i dictar les instruccions necessàries amb la finalitat d'assegurar la correcta realització de la prestació del servei públic pactada, així com reforçar el control del compliment del mateix i agilitzar la solució d'incidències que pugin aparèixer durant la seva execució, i en particular:

Promoure i convocar les reunions que resultin necessàries amb l'objecte de solucionar qualsevol incident en l'execució del contracte en el sentit que millor convingui als interessos públics. De totes les reunions aixecarà acta que hauran de ser signades pel contractista.

Resoldre les incidències que pugin sorgir en l'execució del contracte, seguint el procediment establert a l'article 97 del Reglament general de contractes de les Administracions públiques.

Informar els expedients de reclamació de danys i perjudicis i de confiscació de garantia definitiva.

Proposar la imposició de penalitats, assenyalant la seva graduació o proporció.

Informar la devolució o cancel·lació de garanties.

Informar sobre el compliment de les condicions especials i essencials assenyalades per a l'execució del contracte, com també del correcte compliment de les millores que van ser proposades pel contractista i que van ser valorades per a la seva adjudicació.

Establir les directrius oportunes en cada cas, amb la possibilitat de requerir l'adjudicatari en qualsevol moment o situació, la informació que sigui necessària sobre l'estat d'execució del contracte, de les obligacions de l'adjudicatari, i del compliment de terminis i actuacions.

Ordenar, en cas d'urgent necessitat, les mesures precises per tal d'aconseguir o restablir el bon ordre en l'execució del contracte pactat, o quan el contractista, o persones que depenguin d'aquest, incorrin en actes o omissions que comprometin o pertorbin la bona marxa del contracte, sens perjudici de l'obligació de donar compte a l'òrgan de contractació.

Dirigir les instruccions al contractista sempre que no suposin una modificació de l'objecte del contracte ni siguin contràries al que preveuen els plecs i altres documents contractuals.

Inspeccionar la part de la prestació subcontractada informant a l'òrgan de contractació, si s'escau.

Qualsevol altre funció prevista en els plecs o indicada per l'òrgan de contractació.

Clàusula 21. Condicions especials d'execució i obligacions del contractista.

1. Condicions especials d'execució:

D'acord amb l'article 202 LCSP, com a mínim s'ha d'establir una condició especial d'execució de tipus social, ambiental i d'innovació.

Les empreses subcontractistes també hauran de garantir el compliment d'aquestes obligacions.

En el present Acord marc i en la contractació basada s'estableixen les següents condicions especials d'execució i obligacions:

1.1 De caràcter social:

1.1.1. El pagament directe del preu a les empreses subcontractades

Quan una empresa subcontractista al·legui morositat de l'empresa contractista en el pagament del preu que li correspongui per la prestació realitzada, segons les obligacions de pagament del preu establertes a la Llei 3/2004, de 29 de desembre, de lluita contra la morositat en les operacions comercials, s'estableix com a obligació contractual entre les parts, que l'òrgan de contractació pagui directament a l'empresa subcontractista.

Davant el requeriment d'una empresa subcontractista, l'òrgan de contractació donarà audiència a l'empresa contractista perquè en el termini màxim de deu dies al·legui el que cregui convenient. Si no justifica l'impagament del preu, l'òrgan de contractació farà el pagament directament a l'empresa subcontractista amb detracció del preu al contractista principal **i amb efectes alliberadors**.

1.1.2. L'acreditació de pagament en termini a les empreses subcontractades

D'acord amb la previsió de la clàusula 23, l'empresa contractista ha de presentar la documentació que justifiqui el compliment efectiu dels terminis d'abonament a les empreses subcontractistes, quan sigui requerida per la persona responsable del contracte i, en tot cas, una vegada finalitzada la prestació.

No s'admetran pactes entre contractista i subcontractista que superin el termini de pagament establert per l'ajuntament per al contractista.

Aquesta condició es considerarà essencial i el seu incompliment comportarà la imposició d'una penalitat de com a màxim el 10% de l'import d'adjudicació.

1.1.3 Manteniment de les condicions laborals de les persones que executen el contracte durant tot el període contractual

L'empresa contractista ha de mantenir, durant la vigència del contracte, les condicions laborals i socials de les persones treballadores ocupades en l'execució del contracte, fixades en el moment de presentar l'oferta, segons el conveni que sigui d'aplicació.

Aquesta condició té el caràcter d'obligació essencial del contracte i el seu incompliment podrà ser objecte de penalització com a penalitat molt greu o causa d'extinció contractual.

La persona responsable del contracte podrà requerir a l'empresa contractista que declari formalment que ha complert l'obligació. Així mateix, la persona responsable del contracte o

l'òrgan de contractació podran requerir als òrgans de representació de les persones treballadores que informin al respecte.

2. Condicions d'execució generals:

L'empresa contractista quedarà vinculada per l'oferta que hagi presentat.

3. Obligacions de l'empresa contractista:

A més de les obligacions establertes en la LCSP, la contractista està obligada a:

- Especificar les persones concretes que executaran les prestacions i acreditar la seva afiliació i situació d'alta a la Seguretat Social, prèviament a l'inici de l'execució de l'acord marc, si s'escau.
- Durant la vigència de l'acord marc, cal comunicar prèviament a l'Ajuntament qualsevol substitució o modificació d'aquelles persones i acreditar que la seva situació laboral s'ajusta a dret.
- Facilitar la informació que s'estableix a la Llei 19/2014, del 29 de desembre, de transparència, accés a la informació pública i bon govern.
- Designar una persona responsable de la bona marxa dels treballs i el comportament del personal; també ha de fer d'enllaç amb els corresponents serveis municipals i la persona responsable de l'acord marc.
- Fer una correcta gestió ambiental del seu servei, prenent les mesures necessàries per minimitzar els impactes que aquest pugui ocasionar (com ara els impactes acústics, sobre l'entorn, fer una correcta gestió dels residus i els embalatges i altres mesures que siguin adients a l'objecte de l'acord marc) d'acord amb la legislació vigent.
- Guardar reserva respecte de les dades o antecedents que no siguin públics o notoris i que estiguin relacionats amb l'objecte de l'acord marc, dels que hagi tingut coneixement amb ocasió de l'acord marc, complint durant el termini mínim de cinc anys les obligacions de confidencialitat exigides a l'article 133.2 LCSP. L'empresa adjudicatària i el seu personal hauran de respectar, en tot cas, les prescripcions de la Llei Orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de Protecció de Dades Personals i garantia dels drets digitals i normes que la desenvolupin. La contractista tindrà la consideració d'encarregada del tractament i se sotmetrà en cada moment a les instruccions municipals en matèria de mesures de seguretat.

A aquests efectes, a banda de les prescripcions establertes, en el seu cas, en el Plec de prescripcions tècniques particulars, l'empresa adjudicatària **com a encarregada de tractament i tenint en compte l'adequació del nivell de seguretat al risc**, tindrà les obligacions següents:

- Utilitzar les dades personals objecte del tractament, o les que reculli per a la seva inclusió, només per a la finalitat objecte d'aquest encàrrec. En cap cas podrà utilitzar-les per a finalitats pròpies.
- Tractar les dades personals seguint únicament les instruccions documentades del responsable.
- Portar, per escrit, un registre de totes les categories d'activitats de tractament efectuades per compte del responsable que contingui:

- El nom i les dades de contacte de l'encarregat o encarregats i de cada responsable per compte del qual actui l'encarregat.
 - Les categories de tractaments efectuades per compte de cada responsable.
 - Una descripció general de les mesures tècniques i organitzatives de seguretat apropiades que estigui aplicant.
- No comunicar dades a terceres persones, excepte en el cas que compti amb l'autorització expressa del responsable del tractament, o en els supòsits legalment admissibles. Si l'encarregat vol subcontractar, haurà d'informar obligatòriament al responsable i sol·licitar la seva autorització prèvia.
- Mantenir el deure de secret respecte a les dades de caràcter personal a les quals hagi tingut accés en virtut del present encàrrec, inclús després de que finalitzat l'acord marc.
- Garantir que les persones autoritzades al tractament de dades personals s'hagin compromès, de forma expressa i per escrit, a respectar la confidencialitat i a complir les mesures de seguretat corresponents, de les quals se les ha d'informar convenientment.
- Mantenir a disposició del responsable la documentació del responsable la documentació acreditativa del compliment de l'obligació establerta a l'apartat anterior.
- Garantir la formació necessària en matèria de protecció de dades personals de les persones autoritzades per a tractar dades de caràcter personal.
- Quan les persones afectades exerceixin els drets reconeguts per la normativa de protecció de dades davant de l'encarregat del tractament (accés, rectificació, supressió, oposició, limitació del tractament i portabilitat de les dades), aquest haurà de comunicar-ho per correu electrònic a l'adreça que indiqui el responsable. La comunicació haurà de fer-se de forma immediata i en cap cas més enllà del dia laborable següent al de la recepció de la sol·licitud, juntament amb altres informacions que puguin ser rellevants per a resoldre la sol·licitud. (per valorar la pertinença del seu contingut)
- Assistir al responsable en la seva obligació de respondre a les sol·licituds que tinguin per objecte l'exercici dels drets dels interessats així com també als requeriments de les autoritats de control.
- Lliurar tota la documentació necessària pel compliment de l'acord marc en català i fer-ne ús en el servei objecte de l'acord marc.
- Lliurar tota la documentació que en qualsevol moment de la vigència de l'acord marc, i en tot cas anualment, li sigui requerida per la persona responsable de l'acord marc respecte l'efectiu compliment de les obligacions i compromisos assumits per l'empresa pel que fa a la Legislació d'Integració de persones amb diversitat funcional, la contractació de persones amb particulars dificultats d'inserció al mercat laboral, i la

subcontractació de Centres Especials de Treball d'Iniciativa Social i/o Empreses d'Inserció, i els requisits i obligacions contractuals ambientals que s'estableixin als plecs.

- Comunicar per escrit a l'Ajuntament els subcontractes que pretengui celebrar assenyalant la part de la prestació que pretengui subcontractar i la identitat i aptitud del contractista del subcontractista. Un cop signat/s els subcontractes els haurà d'aportar dins dels 15 dies naturals següents a la seva subscripció. L'incompliment d'aquesta obligació pot comportar una penalitat econòmica de fins al 5% del preu de l'acord marc.

També seran obligacions de les empreses designades:

- Complir el que estableix la legislació vigent respecte a instal·lacions, personal i normativa específica de qualitat i seguretat dels serveis objecte d'aquesta contractació.
 - Els contractistes han d'aportar tot el personal necessari i suficient per a la realització de l'objecte de l'acord marc, d'acord amb les condicions tècniques establertes i amb plena responsabilitat per oferir una execució a plena satisfacció de la Corporació.
 - Les peticions dels serveis que adrexi l'Ajuntament de Barcelona als proveïdors adjudicataris dels contractes basats, han de ser prestades obligatòriament.
 - En els pressupostos dels proveïdors estaran inclosos tots els conceptes amb l'IVA legalment establert, el qual serà repercutit com a partida independent, l'import dels materials accessoris o auxiliars, de les imposicions fiscals de tota mena derivades de l'acord marc i de les càrregues de tipus laboral o de seguretat social.
 - Complir els requisits establerts en relació als requeriments específics de la clàusula 6 del Plec de Prescripcions Tècniques del present acord marc.
- a. També resta obligat al compliment de la normativa general sobre prevenció de riscos laborals i, en lliurar tota la documentació necessària pel compliment de l'acord marc en català i fer-ne ús en el servei objecte de l'acord marc.
- b. Lliurar tota la documentació que en qualsevol moment de la vigència de l'acord marc, i en tot cas anualment, li sigui requerida per/la responsable de l'acord marc respecte l'efectiu compliment de les obligacions i compromisos assumits per l'empresa pel que fa a la legislació d'integració de persones amb discapacitat, la contractació amb particulars dificultats d'inserció al mercat laboral, i la subcontractació de Centres Especials de Treball i/o Empreses d'Inserció, i els requisits i obligacions contractuals ambientals que s'estableixin als plecs.
- c. Complir les condicions salarials dels treballadors de conformitat amb el conveni col·lectiu sectorial aplicable.
- d. Vetllar perquè totes les accions del present acord marc garanteixin el respecte als principis de no discriminació i igualtat de tracte relatius a:
- e. La no discriminació per raó de sexe, orientació sexual, identitat de gènere, ideologia, nacionalitat, raça, ètnia, religió, edat, diversitat funcional o de qualsevol altre índole.
- f. La dignitat i llibertat de les persones.
- g. No contravenir, en l'execució d'aquest contracte, les resolucions de l'ONU relatives al compliment de les disposicions de dret internacional mediambiental, social i laboral que vinculin a l'Estat, d'acord amb el que estableix l'art. 201 LCSP.
- h. Remetre en un termini màxim de 10 dies naturals posteriors a la data de formalització del contracte una declaració responsable conforme es compromet a aplicar, en les activitats

derivades de l'execució del contracte, un llenguatge inclusiu en els termes que estableix la condició especial d'execució "Comunicació inclusiva".

- i. Totes aquelles obligacions que s'hagin establert en aquest plec.

Clàusula 22. Modificació de l'acord marc i dels contractes basats

D'acord amb les previsions dels articles 203 i següents i l'article 222 de la LCSP, perfeccionat el contracte basat, l'òrgan de contractació el podrà modificar per les causes que seguidament s'indiquen.

En cap cas l'import total de les modificacions pot incrementar més del 20 % de l'estimació inicial de despesa de la contractació basada, tot d'acord amb les previsions de l'article 204 LCSP. La modificació requerirà informe previ de la persona responsable del contracte.

Causes previstes de modificació:

- Donar cobertura a l'increment o disminució de les necessitats de despesa en l'àmbit de l'objecte del contracte basat previstes inicialment.

Tal i com estableix l'article 204.1 lletra b) de la LCSP la modificació no pot suposar l'establiment de nous preus unitaris no previstos en el contracte.

Es pot modificar l'acord marc per les causes imprevistes establertes en l'article 205.2 i 206 LCSP en les condicions i requisits establerts legalment.

El procediment per a les modificacions requerirà l'audiència a l'empresa contractista i, si escau, del redactor del projecte o de les especificacions tècniques, i la seva formalització en document administratiu.

Clàusula 23. Recepció i termini de garantia

1. La constatació de la correcta execució de les prestacions i la seva posterior recepció s'efectuarà mitjançant acta de conformitat, que s'estendrà dins el termini d'un mes següent al seu lliurament o realització, si es troben en estat de ser rebudes i a satisfacció de l'Ajuntament, tot d'acord amb les previsions de l'article 210 LCSP, o des de què l'Ajuntament rep la factura si aquesta és posterior a la data de recepció.

2. S'acordarà la liquidació de l'acord marc dins del termini de trenta dies a comptar des de la data de l'acta de recepció tot d'acord amb les previsions de l'article 210.4 LCSP.

3. En el present acord marc no es fixa termini de garantia atesa la seva naturalesa i característiques.

Clàusula 24. Subcontractació

L'empresa adjudicatària pot subcontractar amb tercers la realització parcial de la prestació amb el compliment dels requisits i obligacions establerts als articles 215 i 216 LCSP. L'incompliment

d'aquestes estipulacions legals comportarà les conseqüències establertes a l'apartat 3 de l'article 215 LCSP.

L'empresa contractista està obligada a abonar a les empreses subcontractistes el preu pactat en els terminis i condicions que estableix l'article 216 LCSP.

Per tal d'assegurar el compliment d'obligació del pagament en termini a les empreses subcontractades, l'empresa adjudicatària ha de presentar la relació detallada i els justificants de pagament establerts a l'article 217.1 LCSP. Aquesta obligació es considera condició especial d'execució i el seu incompliment es considera molt greu amb imposició de les penalitats que corresponguin.

Els tercers subcontractats no han de realitzar operacions financeres en paradisos fiscals considerades delictives, -segons la llista de països elaborada per les Institucions Europees o avalada per aquestes o, en el seu defecte, per l'Estat espanyol-, o fora d'ells i que siguin considerades delictives, en els termes legalment establerts com ara delictes de blanqueig de capitals, frau fiscal o contra la Hisenda Pública.

En cas que els tercers subcontractats tinguin relacions legals amb paradisos fiscals l'adjudicatari ha d'informar d'aquestes relacions a l'òrgan de contractació i presentar-li la documentació descriptiva dels moviments financers i tota la informació relativa a aquestes actuacions de les empreses subcontractistes.

El contractista està obligat a abonar als subcontractistes el preu pactat en un termini que no pot ser més desfavorable que el previst en la llei 3/2004, de 29 de desembre, que estableix les mesures de lluita contra la morositat.

El responsable de l'acord marc podrà requerir durant l'execució de l'acord marc la verificació del pagament del preu als subcontractistes.

Així mateix, acabat el termini d'execució i abans de la liquidació, ha de presentar un document que justifiqui el compliment efectiu dels terminis d'abonament als subcontractistes.

Clàusula 25. Cessió del contracte

Els drets i obligacions del contractista, derivats de l'acord marc, poden ser cedits a un tercer sempre que les qualitats tècniques o personals del cedent no hagin estat raó determinant de l'adjudicació de l'acord marc i que la cessió no comporti una restricció de la competència en el mercat i es compleixin els requisits establerts a l'apartat 2 de l'article 214 de la LCSP.

Clàusula 26. Demora en les prestacions

1. L'empresa contractista està obligada a complir els contractes dins el termini total i, si és el cas, els parcials, fixats per a la seva realització.

2. La mora del contractista en l'execució del contracte no necessitarà intimació prèvia per part de l'Administració.

3. Quan l'empresa contractista, per causes a ella imputables, hagués incorregut en demora respecte el calendari fixat per a la contractació basada, l'Administració podrà optar per la resolució de l'acord marc per la imposició de les penalitzacions diàries en la proporció de 6 euros per cada 1.000 euros del preu de l'acord marc (IVA exclòs).

Aquest és l'import que es considera necessari per garantir la seva correcta execució donada la magnitud del perjudici que podria suposar la demora ja que l'inici de les campanyes publicitàries i actuacions de comunicació de l'Ajuntament està subjecte a un calendari marcat i moltes vegades coincident amb festes locals o esdeveniments concrets que no són ajornables. L'incompliment d'aquest calendari afecta directament a la imatge Municipal.

4. El contractista podrà procedir a la suspensió del compliment de l'acord marc per manca de pagament, sempre que la demora sigui superior a quatre mesos.

Clàusula 27. Responsabilitat en l'execució de l'acord marc i en la contractació basada

L'empresa contractista resta subjecte a les responsabilitats i penalitats establertes amb caràcter general en la LCSP i, especialment, les prescrites en article 201 quan a les obligacions socials, ambiental i laborals.

A més es tipifiquen els següents incompliments:

L'empresa contractista resta subjecte a les responsabilitats i penalitats establertes amb caràcter general en la LCSP i, especialment, les prescrites en article 201 quan a les obligacions socials, ambiental i laborals.

A més es tipifiquen els següents incompliments:

a) Incompliments molt greus:

- L'incompliment de les obligacions contractuals essencials previstes en aquest plec.
- L'incompliment o compliment defectuós de les obligacions i/o condicions d'execució del contracte establertes en aquest plec i en el PPT quan produeixi un perjudici molt greu i no doni lloc a la resolució del contracte.
 - L'incompliment de les prescripcions sobre senyalització i seguretat de tercers en les prestacions.
- L'incompliment molt greu de les obligacions derivades de la normativa general sobre prevenció de riscos laborals.
- Les actuacions que, per acció o omissió, generen riscos greus sobre el medi ambient d'acord amb la legislació vigent.
- L'establiment de pactes entre contractista i subcontractista que superin el termini de pagament establert per l'ajuntament per al contractista
- L'incompliment de les resolucions de l'ONU relatives al compliment de les disposicions de dret internacional mediambiental, social i laboral que vinculin a l'Estat.
- Totes aquelles que s'hagin qualificat com a tal en aquest plec.

b) Incompliments greus:

- La falsedat de la declaració de l'empresa contractista o subcontractista de no tenir cap relació financera o econòmica en un paradís fiscal o falsedat en què aquesta relació és legal, segons estableix el Decret d'Alcaldia de 19 de maig de 2016.
- L'incompliment o compliment defectuós de les obligacions i/o condicions d'execució del contracte establertes en aquest plec i en el plec de condicions tècniques, quan no constitueixi falta molt greu.
- L'incompliment de les prescripcions municipals sobre comunicació de les prestacions.
- L'incompliment, que no constitueixi falta molt greu, de les obligacions derivades de la normativa general sobre prevenció de riscos laborals.
- L'incompliment de les condicions especials d'execució establertes en aquest plec, quan no se'ls hi hagi atribuït el caràcter d'obligacions contractuals essencials.

- El no compliment del Compliance penal, en els termes descrits en la clàusula 20 d'aquests plecs
- L'aportació per part de la subcontractista o subministrador a l'òrgan de contractació de la resolució judicial o arbitral ferma que acrediti la manca de pagament en termini del contractista principal, sempre que aquesta demora en el pagament no estigui motivada per l'incompliment de les obligacions contractuals assumides per la subcontractista o subministrador en l'execució de la prestació. (La penalitat podrà assolir 5% del preu del contracte i podrà reiterar-se cada mes si persisteix l'impagament, fins un màxim del 50% del preu del contracte). La garantia definitiva respondrà de les penalitats que s'imposin per aquest motiu.
- L'incompliment reiterat (en 3 o més contractes basats) de les tarifes actualitzades dels mitjans i suports sobre les que s'aplica el corresponent descompte o minoració de preu.
- La manipulació incorrecta de la imatge institucional.
- Totes aquelles que s'hagin qualificat com a tal en aquest plec.

c) Incompliments lleus:

- L'incompliment o compliment defectuós de les obligacions i/o condicions d'execució del contracte establertes en aquest plec i en el plec de condicions tècniques, quan no constitueixi falta molt greu o greu.
- L'incompliment de les obligacions de caràcter formal o documental exigides en la normativa de prevenció de riscos laborals i que no estiguin tipificades com a greus o molt greus.
- La inadequada ubicació de la inserció.
- Totes aquelles que s'hagin qualificat com a tal en aquest plec.

Penalitats contractuals

Independentment del rescabament per danys i perjudicis, en cas d'incompliment que no produeixi resolució del contracte, l'Ajuntament pot aplicar les penalitats següents, graduades en atenció al grau de perjudici, perillositat i/o reiteració:

a) Incompliments molt greus: multa de fins a un 10 per 100 del preu del contracte, entès com a import d'adjudicació o del pressupost base de licitació, quan el preu es determini en funció de preus unitaris

b) Incompliments greus: multa de fins a un 6 per 100 del preu del contracte.

c) Incompliments lleus: multa de fins a un 3 per 100 del preu del contracte.

En cas que l'empresa contractista subcontracti part de l'execució del contracte sense donar compliment a l'obligació legal de la seva comunicació a l'Ajuntament s'imposarà al contractista una penalitat de fins a un 50 % de l'import del subcontracte o es podrà resoldre el contracte si comporta incompliment de l'obligació principal del contracte

En cas que s'estableixin pactes entre contractista i subcontractista que superin el termini de pagament establert per l'Ajuntament per al contractista, comportarà la imposició d'una penalitat de com a màxim el 10% de l'import d'adjudicació

El/la responsable del contracte, en el cas que consideri que la contractista ha incorregut en alguna de les causes enumerades anteriorment d'incompliment susceptibles de penalitats, ha d'elaborar un informe indicant els incompliments detectats així com les seves corresponents penalitats, i el comunicarà a la contractista per tal que pugui fer les al·legacions que consideri oportunes en el termini màxim de 15 dies hàbils a comptar des del seu lliurament degudament acreditat. Finalitzat aquest termini el/la responsable del contracte estudiarà les al·legacions si n'hi ha i elevarà la proposta definitiva d'imposició a l'òrgan de contractació per a l'aprovació de la corresponent resolució d'imposició. Aquesta resolució serà immediatament executiva.

De conformitat amb la Sentència del Tribunal suprem de data 21 de maig de 2019, la imposició de penalitats no està subjecte a cap termini de caducitat.

Cobrament de les penalitzacions per demora i per penalitats

L'import de les penalitzacions per demora i de les penalitats pot fer-se efectiu deduint-lo en el/s document/s comptable/s de reconeixement de l'obligació, sense perjudici que la garantia respongui de l'efectivitat d'aquelles en els termes legalment previstos.

L'Ajuntament podrà aplicar l'import de les penalitzacions, total o parcialment, en compensació de deutes del contractista, per raó del contracte i amb independència dels danys i perjudicis que pugui reclamar.

En virtut de les prerrogatives establertes als articles 190 i 196 de la LCSP, l'òrgan de contractació pot –un cop escoltada l'empresa contractista- declarar la responsabilitat causada a tercers o al propi Ajuntament que li sigui imputable arran de l'execució del contracte, determinar l'import a què ha de fer front en concepte d'indemnització de danys i perjudicis i procedir a l'execució total o parcial de la garantia definitiva constituïda a més a més, d'aplicar la penalitat corresponent.

Clàusula 28. Resolució de l'acord marc i de la contractació basada

1. El present acord marc podrà ser resolt per qualsevol de les causes previstes a l'article 211 i 313 LCSP, que comporten l'exclusió del caràcter d'empresa designada per contractar els serveis objecte d'aquest Acord marc

2. A part de les establertes a l'esmentat Plec, constitueixen causes específiques de resolució:

a) La demora en l'inici de les prestacions.

b) L'incompliment de les obligacions derivades de la normativa general sobre prevenció de riscos laborals.

c) L'incompliment de la normativa municipal sobre comunicació de les prestacions quan afecti substancialment l'eficiència del contracte.

d) L'incompliment de qualsevol de les condicions ambientals establertes en aquest plec i en el de prescripcions tècniques.

e) L'incompliment de les clàusules i obligacions essencials del contracte incloent les condicions especials d'execució quan aquest incompliment hagi estat qualificat d'infracció greu i concorregui dol, culpa o negligència de l'empresa i, si es tracta de clàusules essencials, sempre que hagi donat lloc a la imposició de penalitats o a la indemnització de danys i perjudicis.

f) L'incompliment amb dol i mala fe de les previsions del Decret d'Alcaldia de 19 de maig de 2016 de paradisos Fiscals.

g) La situació de l'empresa contractista durant l'execució de l'acord marc en causa legal de prohibició de contractar.

h) Les altres establertes legalment per aquest tipus de contracte.

i) L'incompliment reiterat de qualsevol de les condicions especials d'execució i la contractació basada establertes en aquest plec que no tinguin caràcter d'obligació contractual essencial.

j) No haver guardat la deguda reserva respecte a les dades o antecedents que no siguin públics o notoris i que estiguin relacionats amb l'objecte de l'acord marc, dels que hagi tingut coneixement amb ocasió de l'acord marc,

k) L'incompliment de l'execució parcial de les prestacions definides en l'acord marc quan produeixi un perjudici molt greu.

l) L'esgotament del crèdit pressupostari establert per finançar les obligacions derivades d'aquest acord marc.

m) La resolució acordada per l'Ajuntament, per causes imputables a l'empresa de més de dos contractes successius perfeccionats durant la vigència d'aquest acord marc.

n) En la contractació basada, no presentar oferta en algun dels contractes basats quan aquesta hagi estat sol·licitada i no es puguin justificar impediments de caire informàtic i/o tècnic que hagin impossibilitat la presentació.

o) En la contractació basada, presentar en 3 o més contractes basats ofertes amb preus o percentatges de recàrrec superiors o descomptes inferiors als oferts en l'acord marc.

p) Totes aquelles causes que s'hagin establert en aquest plec.

La resolució produirà l'extinció de la designació del proveïdor, els altres efectes legalment establerts i els assenyalats en el plec de clàusules administratives generals.

En tot cas, l'Ajuntament adoptarà les mesures oportunes per a la liquidació dels contractes basats que estiguin en fase d'execució.

En relació als contractes basats que s'adjudiquin en virtut de l'acord marc, podran ser resolts per qualsevol de les causes establertes al Plec de clàusules administratives generals, amb els efectes assenyalats.

Clàusula 29. Recursos legals dels licitadors contra l'acord marc

1. 1 Són susceptibles de recurs especial en matèria de contractació, les actuacions previstes a l'article 44.1 LCSP.

Aquest recurs té caràcter potestatiu, i s'interposarà davant el Tribunal Català de Contractes del Sector Públic.

Alternativament, es podrà interposar recurs contenciós administratiu, de conformitat amb la Llei 29/1998, de 13 de juliol, reguladora de la jurisdicció contenciosa administrativa.

Contra els actes susceptibles de recurs especial no procedeix la interposició de recursos administratius ordinaris.

Contra els actes que adopti l'òrgan de contractació en relació amb els efectes, compliment i extinció d'aquest contracte que no siguin susceptibles de recurs especial en matèria de contractació, procedirà la interposició del recurs administratiu ordinari que correspongui d'acord amb el que estableix la Llei 26/2010, del 3 d'agost, del règim jurídic i de procediment de les administracions públiques de Catalunya, i la legislació bàsica del procediment administratiu comú ; o de establerta en la llei 39/2015, d'1 d'octubre, del Procediment Administratiu Comú de

les Administracions Públiques i recurs contenciós administratiu, de conformitat amb el que disposa la Llei 29/1998, de 13 de juliol, reguladora de la jurisdicció contenciosa administrativa.

Clàusula 30. Transparència, integritat i conflicte d'interessos

Obligacions en matèria de transparència i accés a la informació pública.

1. Lliurament d'informació per a publicitat activa

L'empresa adjudicatària resta obligada a facilitar la informació referent a les activitats directament relacionades amb l'exercici de funcions públiques, la gestió de serveis públics i la percepció de fons públics establerta en el Títol II de la Llei 19/2014, de 29 de desembre, de transparència, accés a la informació pública i bon govern.

2. Retribucions de les persones directives

Si el volum de negoci de l'empresa vinculat a activitats dutes a terme per compte de les administracions públiques supera el vint-i-cinc per cent del volum general de l'empresa adjudicatària, aquesta resta obligada a informar de les retribucions percebudes pels seus càrrecs directius, o bé, en cas contrari, presentar una declaració responsable informant del percentatge estimat que han suposat en el volum de negoci de l'empresa les activitats directament relacionades amb les administracions públiques durant el darrer exercici tancat.

3. Personal adscrit

L'empresa adjudicatària haurà de lliurar, a l'inici del contracte i, si s'escau, anualment fins a la seva finalització, la relació dels llocs ocupats per personal adscrit al contracte que comportin dur a terme una activitat, un servei o una obra amb caràcter permanent en una dependència o un establiment públic, així com el règim de dedicació i el règim retributiu d'aquest personal i les tasques que duu a terme.

4. Dret d'accés a la informació pública

En compliment de les obligacions de transparència a les quals resta sotmesa, l'empresa contractista es compromet a facilitar, en el termini i en les condicions que s'estableixi en cada requeriment, aquella informació que li sigui requerida per tal de fer efectiu el dret d'accés exercit pels ciutadans, en relació a la prestació contractada.

5. Qualitat dels serveis públics

Els licitadors hauran de lliurar un compromís explicitant les condicions i obligacions que assumeixen en relació a la qualitat, l'accés al servei i els requisits de prestació del servei, els drets i els deures dels usuaris, les facultats.

L'incompliment d'aquestes obligacions es regira d'acord amb el règim sancionador de la Llei 19/2014, de 29 de desembre.

Obligacions en matèria d'integritat i els conflictes d'interès

Principis ètics i codi de conducta

En els processos de contractació pública municipal, les empreses licitadores i contractistes, les empreses subcontractistes i els proveïdors i mitjans externs, regiran la seva activitat d'acord amb els principis ètics i els valors generals d'actuació continguts en el Codi ètic i de conducta de l'Ajuntament de Barcelona, en aplicació de l'article 3.2 d'aquest codi, aprovat per acord del Plenari del Consell Municipal, el 30 de juny de 2017 i publicat a la Gasetta municipal del dia 13 de desembre de 2017.

De conformitat amb allò establert als articles 1.1 i 64 de la LCSP, les empreses licitadores i contractistes assumeixen les obligacions següents.

1. Respectar els principis d'igualtat, lliure concurrència, transparència i integritat.
2. No sol·licitar, directament o indirectament, que un càrrec o empleat públic influeixi en l'adjudicació del contracte.
3. Respectar els principis de lliure mercat i de concurrència competitiva, i abstenir-se
4. Denunciar a l'òrgan de contractació o a la Direcció de Serveis d'Anàlisi, com a Òrgan Gestor de la Bústia Ètica i de Bon Govern de l'Ajuntament de Barcelona, qualsevol acte, conducta o situació irregular dels quals es tingui coneixement i que es puguin presentar en els processos de contractació pública o durant l'execució dels contractes, especialment aquells dirigits a les finalitats esmentades en els apartats anteriors.
5. Comunicar immediatament a l'òrgan de contractació o a la Direcció de Serveis d'Anàlisi, com a Òrgan Gestor de la Bústia Ètica i òrgan de suport tècnic-jurídic del Comitè d'Ètica de l'Ajuntament de Barcelona, les possibles situacions de conflicte d'interès, aparent o real i, en general, qualsevol situació d'incompliment de les pautes de conducta en matèria contractual del Codi ètic i de conducta de l'Ajuntament de Barcelona de la qual tinguessin coneixement en l'àmbit del procés de contractació.
6. No oferir ni facilitar a càrrecs o empleats públics avantatges personals o materials, ni per a ells mateixos ni per a persones vinculades amb el seu entorn familiar o social, incloent els del cònjuge o persona amb qui convisqui en anàloga relació d'afectivitat, els familiars dins del quart grau de consanguinitat o segon grau d'afinitat.
7. Observar els principis, les normes i els cànons ètics propis de les activitats, els oficis i/o les professions corresponents a les prestacions objecte dels contractes.
8. No realitzar accions que posin en risc l'interès públic.
9. Respectar els acords i les normes de confidencialitat.
10. Col·laborar amb l'òrgan de contractació en les actuacions que aquest realitzi per al seguiment i/o l'avaluació del compliment del contracte, particularment facilitant la informació que li sigui sol·licitada per a aquestes finalitats i que la legislació de transparència i els contractes del sector públic imposen als adjudicataris en relació amb l'Administració o administracions de referència, sens perjudici del compliment de les obligacions de transparència que els pertoquin de forma directa per previsió legal.
11. Aplicar la màxima diligència en el coneixement, foment i compliment de la legalitat vigent
12. Garantir el principi d'indemnitat als denunciants d'irregularitats, d'acord amb el que disposen les Normes Reguladores de la Bústia Ètica i de Bon Govern de l'Ajuntament de Barcelona aprovades el 6 d'octubre de 2017 i publicades al Bolletí Oficial de la Província de 16 de gener de 2017 i en sintonia amb la Directiva 2019/1937 del Parlament Europeu i del Consell, de 23 d'octubre de 2019, relativa a la protecció de les persones que informen sobre infraccions del Dret de la Unió (Diari Oficial de la Unió Europea de 26-11-2019).
13. Sotmetre's a l'àmbit d'aplicació objectiu de la Bústia Ètica i de Bon Govern de l'ajuntament de Barcelona en les seves relacions amb l'Ajuntament de Barcelona i amb les persones, en el marc de l'execució del contracte i en especial, en la prestació de serveis públics municipals de conformitat amb el que disposa l'apartat d) de l'article 4 de les seves Normes Reguladores.

Conseqüències de l'incompliment

L'incompliment per les empreses licitadores de les regles de conducta definides en aquesta clàusula pot derivar en causa de prohibició de contractar si concorren els requisits de l'article 71 LCSP.

En relació amb l'empresa contractista i les empreses subcontractistes i proveïdores i mitjans auxiliars, les regles de conducta definides en aquesta clàusula són obligacions contractuals essencials i la seva infracció es qualifica com a molt greu si concorre dolo, culpa o negligència de l'empresa, amb imposició de penaltats, segons la previsió de l'article 192.1 de la LCSP o la resolució del contracte, d'acord amb el que preveu l'article 211.1.f) de la LCSP i eventual determinació de causa de prohibició de contractar segons la previsió de l'article 71.2.c).

ANNEX 1

Model de declaració responsable (per incloure al sobre A mb el DEUC)

Qui sotasigna el/la senyor/a, amb DNI/NIE núm....., en nom propi / en qualitat de representant legal de la persona física/jurídica, amb NIF núm., amb la següent adreça de correu electrònic (@) i als efectes de licitar en el procediment d'adjudicació de l'acord marc que té per objecte Acord marc de fixació de condicions, amb mesures de contractació pública sostenible, per a la contractació dels serveis d'assessorament estratègic, planificació, negociació, contractació i gestió d'espais publicitaris en tots els mitjans i suports, i secundàriament, els serveis d'ideació, creativitat, disseny, producció i implementació d'accions especials de comunicació vinculades a les campanyes de publicitat, Acord marc núm. 23001629

DECLARA SOTA LA SEVA RESPONSABILITAT ¹

Que ostenta la representació de l'empresa licitadora que presenta l'oferta

Què l'empresa licitadora que representa:

Compleix:

- ☐ amb l'adequada solvència econòmica, financera i tècnica
- ☐ amb la classificació empresarial corresponent
- ☐ es basa en les capacitats d'altres entitats per acreditar la solvència necessària per subscriure aquest Acord marc²
- ☐ Està en possessió de les autoritzacions necessàries per a exercir l'activitat.
- ☐ No està incursa en prohibició de contractar amb l'Administració establertes a l'art. 71 LCSP.

Marcar en quin dels dos registres (RELI o ROLECE) està inscrita l'empresa licitadora

- ☐ està inscrita en el Registre electrònic d'empreses licitadores de la Generalitat de Catalunya (RELI) i tota la documentació que hi figura manté la seva vigència i no ha estat modificada
- ☐ està inscrita en el Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas del Estado (ROLECE) i tota la documentació que hi figura manté la seva vigència i no ha estat modificada.
- ☐ Compleix les obligacions legals en matèria de prevenció de riscos laborals.
- ☐ Compleix les obligacions legals en matèria d'igualtat efectiva de dones i homes.
- ☐ La garantia que es pugui exigir a la contractació basada la construirà mitjançant retenció en preu

¹ En cas d'unió temporal d'empreses (UTE) ha d'haver una declaració responsable i un DEUC de cadascuna de les empreses que hi formaran part.

² Caldrà presentar un DEUC i una declaració responsable de cadascuna de les entitats de què es tracti, degudament emplenada i signada per dites entitats.

Que l'entitat que representa, o les seves empreses filials o les empreses interposades i els seus subcontractistes, si escau:

☐ No realitza/en operacions financeres en paradisos fiscals considerades delictives,-segons la llista de països elaborada per les Institucions Europees o avalada per aquestes o, en el seu defecte, per l'Estat espanyol-, o fora d'ells i que siguin considerades delictives, en els termes legalment establerts com ara delictes de blanqueig de capitals, frau fiscal o contra la Hisenda Pública.

☐ Té/tenen relacions legals amb paradisos fiscals (se'n donarà publicitat en el perfil de contractant) i presenta la següent documentació descriptiva dels moviments financers i tota la informació relativa a aquestes actuacions:

☐ No realitza/en operacions que vulnerin el que estipula la Declaració Universal dels Drets Humans, adoptada i proclamada per la 183^a Assemblea General de l'Organització de les Nacions Unides, així com tampoc cap disposició de dret internacional que vinculi l'Estat Espanyol, relativa als drets humans, la dignitat humana o als principis generals que els regeixen: Sistema Universal de Protecció i Garantia dels Drets Humans, Sistemes Regionals de Protecció i Garantia dels Drets Humans i Dret Internacional Humanitari.

☐ No intervé/venen en operacions amb tercers operadors el quals vulnerin el que estipula la Declaració Universal dels Drets Humans, adoptada i proclamada per la 183^a Assemblea General de l'Organització de les Nacions Unides, així com tampoc cap disposició de dret internacional que vinculi l'Estat Espanyol, relativa als drets humans, la dignitat humana o als principis generals que els regeixen: Sistema Universal de Protecció i Garantia dels Drets Humans, Sistemes Regionals de Protecció i Garantia dels Drets Humans i Dret Internacional Humanitari. .

Autoritza a l'Ajuntament de Barcelona respecte a l'acord marc i a la contractació basada

☐ a sol·licitar de l'Agència Estatal d'Administració Tributària (AEAT), directament o a través del Consorci d'Administració Oberta de Catalunya (Consorci AOC), les dades justificatives i/o el certificat d'estar al corrent del compliment de les seves obligacions tributàries imposades per les disposicions vigents, en cas de resultar adjudicatari/ària del procediment de licitació i durant tota la vigència de l'acord marc;

☐ a sol·licitar de la Tresoreria General de la Seguretat Social (TGSS), directament o a través del Consorci d'Administració Oberta de Catalunya (Consorci AOC), les dades justificatives i/o el certificat d'estar al corrent del compliment de les seves obligacions amb la Seguretat Social, imposades per les disposicions vigents, en cas de resultar adjudicatari/ària del procediment de licitació i durant tota la vigència de l'acord marc;

Que designa i accepta que s'utilitzi l'adreça de correu electrònic indicada a la plataforma de contractació electrònica d'aquest Ajuntament com a mitjà per rebre totes les notificacions i comunicacions electròniques.

Indicar en el seu cas,

☐ És una PIME

Per a empreses de més de 50 treballadors:

☐ Què el nombre global de treballadors de plantilla són..... i el nombre particular de treballadors amb discapacitat i el percentatge que representen aquests últims respecte la plantilla global és del

o

☐ Què ha optat pel compliment de les mesures alternatives legalment previstes

Per a empreses que conformen grup empresarial

Que l'empresa forma part del grup empresarial i que l'empresa/les empreses del mateix grup (*nom de les empreses*)..... es presenta/en també a la present licitació.

Per a empreses estrangeres i quan l'acord marc s'executi en territori espanyol

Accepta sotmetre's a la jurisdicció dels jutjats i tribunals espanyols de qualsevol ordre, per a totes les incidències que de manera directa o indirecta puguin sorgir de l'acord marc, amb renúncia, si s'escau, al fur jurisdiccional estranger que pugui correspondre al licitador

Que reconeix que falsejar aquesta declaració comportarà la imposició de penalitats i si escau la resolució del contracte.

Que pel que fa a la **seguretat de la informació**, s'informa que el Real Decret 951/2015 del 23 d'Octubre, de modificació del Real Decret 3/2010 del 8 de gener pel qual es regula el Esquema Nacional de Seguretat (ENS), és d'obligat compliment per a l'Administració pública en l'àmbit de l'Administració Electrònica. L'ENS té per objectiu determinar les mínimes mesures de seguretat TIC per a la protecció dels sistemes d'informació i la informació continguda en ells. En el cas de tractar amb sistemes d'informació, l'adjudicatari resta obligat al compliment dels requeriments establerts per l'ENS.

I com a prova de conformitat signen aquesta declaració,

(localitat i data, nom de l'empresa que es representa; signatura de/ls representant/s de l'empresa i segell de la mateixa)



ANNEX 2

MODEL DE DECLARACIÓ CONSTITUCIÓ UNIÓ TEMPORAL D'EMPRESES (UTE)

El/la senyor/a amb DNI núm.
en representació de l'empresa amb NIF
.....;

El/la senyor/a amb DNI núm.
..... en representació l'empresa
amb NIF;³

DECLAREN

- a) La voluntat de constituir una UTE per a participar en el procés de licitació que té per objecte Acord marc de fixació de condicions, amb mesures de contractació pública sostenible, per a la contractació dels serveis d'assessorament estratègic, planificació, negociació, contractació i gestió d'espais publicitaris en tots els mitjans i suports, i secundàriament, els serveis d'ideació, creativitat, disseny, producció i implementació d'accions especials de comunicació vinculades a les campanyes de publicitat, núm. Acord marc 23001629, amb el següent percentatge de participació del preu en l'execució de l'acord marc:

...,... % l'empresa
...,... % l'empresa

- b) Que en cas de resultar adjudicatàries de l'esmentat procés de licitació es comprometen a constituir-se formalment en una UTE mitjançant escriptura pública.
- c) Que designen com a representant de la UTE en aquest procés de licitació al/la senyor/a amb DNI núm.
- d) Que la denominació de la UTE a constituir és i el domicili per a les notificacions és núm. telèfon; núm. de fax; adreça de correu electrònic per rebre comunicacions (@)

I com a prova de conformitat signen aquesta declaració,
(localitat i data)

(nom de l'empresa que es representa; signatura de cadascun dels representants de les diferents empreses i segell de les empreses)

³ Repetir la informació per cadascuna de les empreses que formaran la UTE



ANNEX 3 i ANNEX 4

OFERTES ECONÒMIQUES LOT 1 I LOT 2

Cal presentar-la en format Excel, segons els models publicats.



ANNEX 5

MODEL OFERTA TÈCNICA LOT 1

- **Pel compromís de millora de l'equip humà tècnic requerit a la clàusula 4 del Plec de prescripcions tècniques**

MILLORA	SI/NO
Pel compromís d'incorporar en l'equip humà 1 planificador de mitjans sènior addicional, amb una experiència professional mínima de 5 anys en les seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans multimèdia	
Pel compromís d'incorporar en l'equip humà 1 planificador sènior addicional especialitzat en el mitjà internet, noves tecnologies i nous dispositius digitals, amb una experiència professional mínima de 5 anys en les seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans digitals	

- **Pel compromís d'aportar fonts d'informació, eines i/o estudis addicionals als requerits en la clàusula 5 del PPT**

Per obtenir puntuació per aquest criteri, caldrà omplir la següent taula del model d'oferta. En cas contrari, no s'obtindrà puntuació per aquest criteri.

NÚM. ORDRE	NOM DE L'EINA, FONT O ESTUDI	TIPUS D'EINA, FONT O ESTUDI(*)	CAMP D'ESTUDI O INVESTIGACIÓ
1			
2			
3.			
4.			
5.			

(*)Indicar una de les següents opcions:

- Estudi de consumidor
- Eina d'optimització d'inversions i mitjans
- Eina d'optimització de formats i emplaçaments
- Estudi d'eficàcia de mitjans, suports i dispositius digitals

- **Pel compromís de prestar un servei de formació especialitzada en temes relatius als mitjans de comunicació i el sector de la inversió publicitària a l'equip de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona**

NOMBRE DE CURSOS	MARCA AMB UNA X UNA DE LES TRES OPCIONES
2 cursos al llarg de l'any, de 10 hores cadascun	
3 cursos al llarg de l'any, de 10 hores cadascun	
4 cursos al llarg de l'any, de 10 hores cadascun	



- **Pel compromís d'ampliar l'horari de prestació del servei, per a encàrrecs d'urgència puntuals, fins a les 20 hores de dilluns a divendres**

MILLORA	MARCA AMB UNA X <u>UNA</u> <u>DE LES DUES OPCIONS</u>
SÍ	
NO	

- **Pel compromís d'ampliar la prestació del servei, per a encàrrecs d'excepcional urgència, a caps de setmana i festius**

MILLORA	MARCA AMB UNA X <u>UNA</u> <u>DE LES DUES OPCIONS</u>
SÍ	
NO	

I com a prova de conformitat signa/en:

(localitat i data, nom de l'empresa que es representa; signatura de/ls representant/s de l'empresa i segell de la mateixa)



ANNEX 6

MODEL OFERTA TÈCNICA LOT 2

- **Pel compromís d'incorporar en l'equip humà requerit a la clàusula 4 del PPT, 1 planificador sènior addicional especialitzat en el mitjà internet, noves tecnologies i nous dispositius digitals, amb una experiència professional mínima de 5 anys en les seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans digitals**

MILLORA	MARCA AMB UNA X <u>UNA</u> <u>DE LES DUES OPCIONS</u>
SÍ	
NO	

- **Pel compromís d'aportar fonts d'informació, eines i/o estudis addicionals als requerits en la clàusula 5 del PPT**

Per obtenir puntuació per aquest criteri, caldrà omplir la següent taula del model d'oferta. En cas contrari, no s'obtindrà puntuació per aquest criteri.

NÚM. ORDRE	NOM DE L'EINA, FONT O ESTUDI	TIPUS D'EINA, FONT O ESTUDI(*)	CAMP D'ESTUDI O INVESTIGACIÓ
1			
2			
3.			

(*)Indicar una de les següents opcions:

- Estudi de consumidor
- Eina d'optimització d'inversions i mitjans
- Eina d'optimització de formats i emplaçaments
- Estudi d'eficàcia de mitjans, suports i dispositius digitals

- **Pel compromís de prestar un servei de formació especialitzada en temes relatius als mitjans de comunicació i el sector de la inversió publicitària, i en concret, en noves tecnologies, suports i mitjans digitals, a l'equip de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona**

NOMBRE DE CURSOS	MARCA AMB UNA X <u>UNA DE LES TRES</u> <u>OPCIONES</u>
1 curs al llarg de l'any, de 10 hores cadascun	
2 cursos al llarg de l'any, de 10 hores cadascun	
3 cursos al llarg de l'any, de 10 hores cadascun	



- **Pel compromís d'ampliar l'horari de prestació del servei, per a encàrrecs d'urgència puntuals, fins a les 20 hores de dilluns a divendres**

MILLORA	MARCA AMB UNA X <u>UNA</u> <u>DE LES DUES</u> OPCIONS
SÍ	
NO	

- **Pel compromís d'ampliar la prestació del servei, per a encàrrecs d'excepcional urgència, a caps de setmana i festius**

MILLORA	MARCA AMB UNA X <u>UNA</u> <u>DE LES DUES</u> OPCIONS
SÍ	
NO	

I com a prova de conformitat signa/en:

(localitat i data, nom de l'empresa que es representa; signatura de/ls representant/s de l'empresa i segell de la mateixa)



ANNEX 7 i ANNEX 8

CÀLCUL PONDERACIÓ DE PUNTUACIÓ

*format Excel és un document de treball
(no annexar al sobre C)*



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE REGULEN L'ACORD MARC, AMB MESURES DE CONTRACTACIÓ PÚBLICA SOSTENIBLE, DE FIXACIÓ DE LES CONDICIONS PER A LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS D'ASSESSORAMENT ESTRATÈGIC, PLANIFICACIÓ, NEGOCIACIÓ, CONTRACTACIÓ I GESTIÓ D'ESPAIS PUBLICITARIS EN TOTS ELS MITJANS I SUPORTS, I SECUNDÀRIAMENT, ELS SERVEIS D'IDEACIÓ, CREATIVITAT, DISSENY, PRODUCCIÓ I IMPLEMENTACIÓ D'ACCIONS ESPECIALS DE COMUNICACIÓ VINCULADES A LES CAMPANYES DE PUBLICITAT, I DE DESIGNACIÓ DE LES EMPRESES PER A LA UTILITZACIÓ COMUNA I CONTRACTACIÓ CENTRALITZADA PER PART DE L'AJUNTAMENT DE BARCELONA, ELS SEUS ORGANISMES AUTÒNOMS, ENTITATS PÚBLIQUES EMPRESARIALS, SOCIETATS PRIVADES MUNICIPALS I SOCIETATS AMB PARTICIPACIÓ MUNICIPAL MAJORITÀRIA

1. OBJECTE DE L'ACORD MARC

L'objecte d'aquest acord marc és la fixació de condicions, amb mesures de contractació pública sostenible, per a la contractació dels serveis d'assessorament estratègic, planificació, negociació, contractació i gestió d'espais publicitaris en tots els mitjans i suports, i secundàriament, els serveis d'ideació, creativitat, disseny, producció i implementació d'accions especials de comunicació vinculades a les campanyes de publicitat, i de designació de les empreses per a la utilització comuna i contractació centralitzada per part de l'Ajuntament de Barcelona, els seus organismes autònoms, les seves entitats públiques empresarials, les seves societats privades i les societats amb participació municipal majoritària de l'Ajuntament de Barcelona.

Les finalitats de l'acord marc són:

- Determinar els serveis d'assessorament estratègic, planificació, negociació, contractació i gestió d'espais publicitaris en el mitjans de comunicació, i secundàriament, els serveis d'ideació, creativitat, disseny, producció i implementació d'accions especials de comunicació vinculades a les campanyes de publicitat
- Seleccionar les empreses que podran realitzar aquests serveis i les corresponents condicions per obtenir el cost econòmic més rendible per a cadascun dels serveis.
- Fixar les condicions generals d'adjudicació i d'execució a les quals hauran d'ajustar-se els contractes derivats d'aquest Acord marc.

En funció de la naturalesa de les campanyes de comunicació i/o publicitat, s'han establert els següents lots:

Lot 1: Campanyes Multimèdia

El lot 1 inclou els serveis d'assessorament estratègic, planificació, negociació, contractació i gestió d'espais publicitaris de les campanyes de publicitat institucional i actuacions de comunicació que es difonguin en tots o en alguns dels mitjans de comunicació i suports següents: televisió, premsa impresa i revistes, ràdio, exteriors i mitjans digitals (premsa, xarxes socials, etc.), excepte aquelles campanyes o accions de comunicació que es difonguin exclusivament per mitjans digitals, que seran objecte del Lot 2.



El lot 1 inclou, secundàriament, els serveis d'ideació, creativitat, disseny, producció i implementació d'accions especials de comunicació vinculades a les campanyes de publicitat multimèdia.

Lot 2: Campanyes Digitals

El lot 2 inclou els serveis d'assessorament estratègic, planificació, negociació, contractació i gestió d'espais publicitaris de les campanyes de publicitat institucional i actuacions de comunicació que es difonguin exclusivament a mitjans, suports i dispositius digitals.

El lot 2 inclou, secundàriament, els serveis d'ideació, creativitat, disseny, producció i implementació d'accions especials de comunicació vinculades a les campanyes digitals.

2. DESCRIPCIÓ DELS SERVEIS

Les empreses designades i que hagin formalitzat l'Acord marc hauran de realitzar els serveis següents:

2.1. Serveis del Lot 1: Campanyes Multimèdia

El lot 1 inclou els serveis d'assessorament estratègic, planificació, negociació, contractació i gestió d'espais publicitaris de les campanyes de publicitat institucional i actuacions de comunicació multimèdia, és a dir, que es difonguin en tots o en alguns dels mitjans de comunicació i suports següents: televisió, premsa impresa i revistes, ràdio, exteriors i mitjans digitals (premsa, xarxes socials, etc.), excepte aquelles campanyes o accions de comunicació que es difonguin exclusivament per mitjans digitals, que seran objecte del Lot 2.

A continuació, es detallen els serveis concrets inclosos en el Lot 1:

A. Servei d'assessorament estratègic i anàlisi previs

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat:

- Anàlisi del públic objectiu, el seu comportament i el seu mode de consum.
- Anàlisi de l'entorn de mitjans: audiències, perfils, evolució, interacció, construcció de cobertures, coeficients d'afinitat, rendibilitat, i tots aquells paràmetres que es considerin adequats per a cadascuna de les campanyes i accions de publicitat. Per determinar els paràmetres a utilitzar per l'anàlisi, es tindran en compte els canvis que es puguin produir en els mitjans de comunicació, les fonts de dades, els paràmetres de mesura i l'evolució constant dels mitjans i suports de comunicació.
- Conclusions de les anàlisis per establir les bases que condueixen a l'elaboració de l'estratègia.

B. Servei de disseny de l'estratègia de mitjans

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat, el disseny i l'elaboració de l'estratègia de mitjans, que partirà de la pre-avaluació realitzada (veure servei descrit al punt



2.1.A), donarà resposta a les conclusions exposades i s'ajustarà als objectius de comunicació especificats al brifing.

Si l'Ajuntament de Barcelona ho considera oportú facilitarà a les empreses designades models propis per a la presentació de propostes d'estratègies de mitjans (quadres, calendaris, òptics, etc.), amb l'objectiu de garantir una millor i més unificada anàlisi de les ofertes presentades per als contractes basats d'aquest acord marc.

C. Servei de planificació de mitjans

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat, l'elaboració del pla de mitjans, que inclourà el detall dels suports, formats i calendaris corresponent a l'estratègia plantejada (veure servei descrit al punt 2.1.B).

La selecció dels suports del pla de mitjans haurà de ser justificada per mitjà de dades quantitatives (afinitat, audiència, rendibilitat, impactes, dades d'abastament, etc.) i qualitatives (qualitat del suport, espais preferents, horari d'emissió, etc.).

A petició de l'Ajuntament de Barcelona, les empreses designades hauran de facilitar la informació requerida sobre difusió, audiències i cobertures dels mitjans de comunicació sobre els públics objectius concrets que es detallin a cada contracte basat.

D. Servei de negociació dels espais publicitaris

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat, la negociació i optimització dels descomptes i preus per a la contractació dels espais publicitaris proposats a la planificació.

En les ofertes que presentin les empreses designades per als contractes basats d'aquest acord marc, serà necessari donar detall de les tarifes i preus vigents dels suports, sobre els quals s'aplicaran els descomptes negociats, resultant els preus negociats. També es detallarà qualsevol altre recàrrec i servei d'agència, així com els preus nets finals.

Les tarifes i preus vigents dels mitjans i suports sempre marcaran els preus màxims a aplicar en els contractes basats. En cap cas les empreses designades podran aplicar tarifes i preus superiors als dels mitjans i suports ni, addicionalment, podran presentar negociacions amb preus o percentatges de recàrrec superiors ni descomptes inferiors als oferts en l'Acord Marc.

Les empreses designades hauran d'igualar o millorar els descomptes i preus oferts per suport/mitjà descrits en l'oferta econòmica presentada en aquest procediment per mitjà del Model d'Oferta Econòmica. Aquests descomptes i preus seran extensibles a suports similars en audiència (+/- 20%) i tipologia (generalistes, oci i entreteniment, cultura, esportius, de proximitat, etcètera) no especificats en l'esmentat Model d'Oferta Econòmica.

Les empreses designades han de negociar els millors descomptes o preus amb els grups mediàtics o suports existents. Aquesta negociació s'haurà de fer per a cada campanya o acció de publicitat tenint en compte:

1. El volum d'inversió de l'Ajuntament de Barcelona, els seus organismes autònoms, les seves entitats públiques empresarials, les seves societats privades i les societats amb participació municipal majoritària de l'Ajuntament de Barcelona.



2. L'anàlisi de rendibilitat segons els següents paràmetres de mesura: punt de ràting brut (Cost per GRP, 'gross rating point' o punts percentuals d'audiència), CPM (Cost per mil impressions), CPC (Cost per clic), CPV (Cost per visualització), CPA (Cost per adquisició), CPL (cost per *lead* o registre), CPI (cost per instal·lació), o altres paràmetres de mesura que puguin sorgir al llarg de la vigència de l'Acord Marc degut a l'evolució del mercat.

En totes les negociacions s'haurà de fer constar sempre la tarifa vigent o tarifa base de qualsevol suport i cadascun dels descomptes o recàrrecs que s'hagin d'aplicar. Per tant, sempre s'hauran d'especificar en el pressupost el preu brut unitari i el preu net unitari abans d'IVA. Si l'Ajuntament de Barcelona ho considera oportú facilitarà a les empreses designades models propis per a la presentació de pressupostos.

En televisió la negociació haurà de ser a cost per punt de ràting brut a 20 segons amb un percentatge mínim del 30% a l'hora punta (*prime time*) i les posicions preferents que s'hagin requerit. La negociació podrà fer-se en descomptes (per passi) quan la modalitat de compra del suport publicitari així ho requereixi.

L'Ajuntament de Barcelona es reserva el dret de negociar directament amb els mitjans i suports els preus i descomptes sobre les seves tarifes. Quan es porti a terme una negociació d'aquest caire, l'Ajuntament de Barcelona informará a les empreses designades dels preus i descomptes negociats, així com la vigència dels mateixos. En aquests casos, les empreses designades hauran de mantenir aquests preus i descomptes al llarg de tot el període negociat per l'Ajuntament de Barcelona. Quan el preu pactat per l'Ajuntament de Barcelona sigui inferior, o quan el descompte pactat sigui superior al que l'empresa designada hagi ofert per mitjà del Model d'Oferta Econòmica, l'empresa tindrà l'obligació d'aplicar aquests preus i descomptes pactats, i l'empresa podrà aplicar la comissió d'agència corresponent al canal (premsa impresa, ràdio, exterior, etc.) en concepte d'intermediació i participació en la gestió de la contractació.

E. Servei d'intermediació i contractació dels espais publicitaris

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat, la contractació dels espais publicitaris proposats en la planificació i amb les condicions, descomptes i preus pactats en la negociació, així com la intermediació amb els suports i mitjans per a l'efectiva contractació dels espais.

Les empreses designades hauran d'ordenar als mitjans les insercions publicitàries previstes i facilitar a l'Ajuntament de Barcelona tota la informació de la contractació de les campanyes seguint la forma que indiqui la Direcció de Serveis Publicitaris.

La contractació dels espais publicitaris també inclou la tramitació de les insercions publicitàries puntuals en diferents suports que no requereixin planificació prèvia, per donar resposta a les necessitats informatives de la ciutadania o de tipus administratiu.

F. Servei de petició i enviament de materials

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat, la petició i enviament de materials als mitjans i suport. Les empreses designades informaran a l'Ajuntament de Barcelona sobre les especificacions tècniques, així com formats i terminis de lliurament dels materials a publicar. Les empreses designades realitzaran l'enviament d'aquests materials a tots els mitjans i suports definits en la planificació, i portaran el control dels lliuraments.



L'enviament de materials als mitjans i suports inclou totes aquelles accions i requeriments tècnics que siguin necessaris, així com la pujada dels materials a les diferents plataformes tècniques i/o als servidors intermediaris que requereixin cadascun dels mitjans i suports. En qualsevol cas, les empreses designades en seran responsables i vetllaran per la correcta arribada dels materials proveïts per l'Ajuntament de Barcelona a cadascun dels mitjans i suports.

G. Servei de contractació d'altres accions de comunicació

Aquest servei pot comprendre, per a cada campanya o acció de publicitat, la contractació d'altres accions de comunicació que ajudin a l'efectiva difusió de la campanya o acció de publicitat. Entre altres, en aquest servei es contempla la contractació de:

1. **Accions de *Branded Content*** que incloguin, si fos necessària, l'estratègia, la gestió de contingut, les produccions audiovisuals, digitals o gràfiques per a qualsevol necessitat de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona, així com el seguiment i l'avaluació d'aquestes accions.
2. **Accions especials**, com l'organització d'esdeveniments, accions de relacions públiques, accions de màrqueting de carrer, entre altres. Aquestes accions poden incloure, si fos necessària, la ideació, planificació, la gestió, el disseny i la creativitat de les peces de comunicació de l'acció, la seva producció i implementació, la contractació de personal (per exemple, informadors, promotors, personal d'assistència al públic, entre altres), seguretat, i tot allò que l'acció requereixi per ser portada a terme de manera efectiva, així com el seguiment i l'avaluació d'aquestes accions.
3. **Accions de màrqueting relacional**, incloent-hi la seva planificació, la gestió, el disseny creatiu, la producció, la contractació, la implementació, el seguiment, l'avaluació, i tot allò que l'acció requereixi per ser portada a terme de manera efectiva, així com el seguiment i l'avaluació d'aquestes accions.
4. **Accions especials de comunicació digital de tota mena**, com per exemple accions especials en mitjans i dispositius digitals, xarxes socials, col·laboració amb influenciadors, entre altres. Aquestes accions poden incloure l'estratègia, la planificació, la gestió, el disseny creatiu, la producció, la contractació, la implementació, el seguiment i l'avaluació, així com l'assessorament sobre innovacions i la formació derivada per a nous formats i canals, i tot allò que l'acció requereixi per ser portada a terme de manera efectiva, així com el seguiment i l'avaluació d'aquestes accions.

En el cas de la contractació **d'accions de col·laboració amb influenciadors**, aquestes inclouran una proposta amb diversos perfils d'influenciadors i la corresponent justificació de la seva adequació als objectius de campanya justificada a través d'indicadors relatius al volum, ubicació i ratis de resposta de les seves audiències. També s'inclourà l'estratègia de difusió dels continguts generats per aquests influenciadors, detallant els suports i formats proposats.

En el cas de la contractació **d'accions de comunicació en xarxes socials**, aquestes podran ser accions de redirecció de trànsit, foment de la interacció (*engagement*) o captació d'usuaris, entre altres, sigui de forma puntual o regular al llarg de l'any. Es requerirà la tipologia d'anunci proposat i el cost de la conversió en funció dels objectius (trànsit, interacció o captació d'usuaris).



En el cas de les **accions de comunicació SEM** (*search engine marketing*), es requerirà:

- Segmentacions per perfils demogràfics segons especificacions en el brífing.
- Llista de paraules clau seleccionades amb dades de volum de trànsit per al nostre segment i CPC per paraula clau.
- Grup d'anuncis proposats.
- Cost de la conversió en funció dels objectius especificats en el brífing.

En el cas de les **accions de compra programàtica** en estratègies orientades a resultats de conversió concrets i per a públics objectiu molt específics, les empreses designades hauran de garantir la qualitat de l'inventari de suports a través de la creació i gestió d'un *whitelist* de suports de campanya, sistemes de verificació o altres sistemes similars que garanteixin un entorn de marca segur. El nivell de servei que es requerirà en aquestes accions inclourà necessàriament criteris de segmentació, com per exemple:

- Segmentació geogràfica a escala de Barcelona ciutat, amb opció a acotar-la per districtes (i per barris, quan sigui possible) segons les necessitats de la campanya.
- Segmentació històrica basada en campanyes anteriors per aplicar a les planificacions de noves accions (per exemple a través del *retargeting* o mecanismes similars).
- Microsegmentació per grups d'interessos (combinables amb variables demogràfiques).

H. Servei d'ideació, creativitat, disseny, producció i implementació de materials publicitaris, de comunicació i/o de marxandatge

Aquest servei comprèn, per a aquelles campanyes i accions de publicitat que així ho requereixin al seu brífing, la ideació, la conceptualització creativa, el disseny gràfic, la producció i la implementació dels materials publicitaris, de comunicació i/o de marxandatge que siguin necessaris per assolir els objectius de comunicació descrits al brífing. Les empreses designades realitzaran la intermediació i gestionaran la contractació de l'estudi, il·lustrador/-a o agència. Tanmateix, gestionaran i contractaran la cessió dels drets d'explotació a favor de l'Ajuntament de Barcelona en el cas d'aquells materials que impliquin drets d'autoria.

Les empreses designades faran arribar a la Direcció de Serveis Publicitaris, per al seu arxiu, una còpia dels materials publicitaris i de comunicació generats a partir d'aquest servei. Els materials es lliuraran en format obert (arxius màster) i en els corresponents formats emprats en els diferents espais publicitaris (jpg, gif, mp4, etc.).

I. Servei de seguiment i control

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat, el seguiment i control del funcionament de la campanya o acció de publicitat que hagi estat contractada, per tal de supervisar l'aparició en els diferents suports i mitjans contractats sota les condicions pactades, verificar l'assoliment dels objectius marcats, detectar possibles desviacions i, si fos necessari, reconduir-les.



Per portar a terme aquest servei, les empreses designades hauran de lliurar dades periòdiques de seguiment i control. Aquestes dades es lliuraran a la Direcció de Serveis Publicitaris, per a cada mitjà/suport, amb la freqüència detallada a sota. Les dades de seguiment i control hauran de reflectir els resultats dels espais publicitaris contractats per mitjà dels estudis d'audiència pertinents. Com a mínim, les dades de seguiment i control inclouran les següents especificacions per als següent mitjans i suports:

- En el cas de **mitjans, suports i dispositius digitals**, es requerirà un seguiment mínim setmanal de les audiències, o de freqüència menor si la campanya ho requereix. L'Ajuntament de Barcelona es reserva el dret, quan ho consideri oportú, de fer un test per fer el seguiment del percentatge de visibilitat compromesa. En els casos en què no s'assoleixin els objectius, no es facturaran les impressions que no arribin al compromís d'aquella campanya.
- En el cas de les **xarxes socials**, el seguiment i control es requerirà segons les necessitats temporals, normalment de manera quinzenal o setmanal, però es podrà indicar la freqüència diària si es considerés necessari. El seguiment i control es realitzarà segons els indicadors globals i específics de cada acció i cada xarxa social. En els informes de seguiment s'haurà d'indicar el nombre de persones sobre les quals s'ha impactat, nombre d'impressions i nombre d'interaccions per publicació (comentaris, *likes*, respostes, retuits compartits, nous seguidors, o qualsevol altra interacció que sigui característica de la xarxa social que s'estigui estudiant).
- En el cas de les campanyes **SEM**, el seguiment es requerirà amb freqüència setmanal i haurà d'especificar, com a mínim, els següents indicadors: inversió, impressions, clics, CTR (*click through rate*), CPC (cost per clic) i el cost per conversió per grups de paraules clau i anuncis, i les dades generals.
- En el cas de la **compra programàtica**, el seguiment es requerirà amb una freqüència mínima setmanal, però es podrà indicar una freqüència menor si fos necessari, i haurà d'especificar el detall per suports dels següents 'KPI' (indicadors): inversió, impressions, visibilitat, clics, CTR (*click through rate*), CPC (cost per clic), CPV (cost per visualització), CPA (cost per adquisició) segons campanya.
- En el cas de **televisió**, el seguiment de les audiències es requerirà amb una freqüència mínima setmanal, però es podrà indicar una freqüència menor si fos necessari.

Les empreses designades hauran de tenir suficient capacitat de resposta per realitzar qualsevol canvi sobre la planificació acordada o sobre desviacions detectades en el seguiment en el termini més breu possible.

Si l'Ajuntament de Barcelona ho considera oportú, podrà facilitar a les empreses designades models propis de presentació (quadres i òptics) per garantir un servei unificat i una anàlisi millor del seguiment.

J. Servei de tancament i postavaluació

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat, el tancament i post-avaluació de la campanya o acció de publicitat que hagi estat contractada.

Per realitzar el tancament, les empreses designades hauran de comprovar les aparicions de la publicitat contractada als diferents mitjans i suports. Tanmateix, hauran de recopilar els



resultats de la publicitat contractada mitjançant els estudis d'audiència pertinents, i realitzar la post-avaluació corresponent comparant l'estratègia i planificació aprovades i el pla de publicitat finalment executat.

El tancament i post-avaluació de les campanyes i accions de publicitat es plasmarà en un document que les empreses designades lliuraran a l'Ajuntament de Barcelona. El document de tancament i post-avaluació de la campanya s'haurà de lliurar a la Direcció de Serveis Publicitaris en el termini màxim de 30 dies a comptar des de la finalització de la campanya o acció de publicitat.

El document de tancament i post-avaluació haurà d'incloure, com a mínim, les següents dades per a tots els mitjans i suports:

- L'estratègia i la planificació de mitjans proposades i aprovades.
- Principals dades del seguiment i funcionament de la campanya, a partir dels informes de seguiment realitzats.
- Comprovants de les aparicions de la publicitat contractada als diferents mitjans i suports.
- Resultats de la publicitat contractada mitjançant els estudis d'audiència pertinents i fonts d'informació específiques (veure clàusula 5 del present Plec de Prescripcions Tècniques).
- Comparació de l'estratègia i planificació de mitjans inicials amb la finalment executada i resultats reals obtinguts.
- Conclusions.

Per a cada mitjà i suport concret, el document de tancament i post-avaluació haurà d'incloure, com a mínim els següents paràmetres d'audiència assolits:

- **Televisió:** cobertura, cobertura efectiva +3, freqüència, punt de ràting brut, pressions setmanals, percentatge per franges horàries/hora punta, percentatge per posicions preferents, punt de ràting brut per format, cost per punts de ràting brut, programes planificats, etc.
- **Prensa impreses i revistes, ràdio i exterior** (quan sigui possible): cobertura, cobertura efectiva +3 (en ràdio), freqüència, punts de ràting brut, cost per punts de ràting brut, distribució de les insercions i/o falques, etc.
- **Mitjans, suports i dispositius digitals:** impressions reals servides (segons la plataforma tecnològica contractada), cobertura, freqüència (OTS), clics reals, CTR (*click through rate*), conversions tractables assolides segons els objectius fixats en el briefing, impressions setmanals, rendibilitat segons la tipologia de suports (CPM (cost per mil impressions), CPC (cost per clic), CPV (cost per visualització), CPA (cost per adquisició), etc.), etc.
- **Xarxes socials:** impressions emeses, nombre de clics assolits segons els objectius fixats al pla de mitjans de la campanya (desagregant la dada de "clics a l'enllaç" de la resta de clics), el detall de les segmentacions específiques aplicades en cada plataforma, nombre d'interaccions (totals i concretes), inversió prevista i final, nous fans o seguidors, paràmetres de rendibilitat per cada suport (CPM (cost per mil impressions), CPC (cost per clic), CPV (cost per visualització), etc.), etc. La Direcció de Serveis Publicitaris podrà sol·licitar a les empreses designades documents de detall del funcionament i resultats de la campanya en els quals pugui comprovar-se el rendiment de la inversió i les dades d'execució. Sempre que sigui possible, les empreses



designades obtindran aquests documents de les plataformes de xarxes socials on s'hagi planificat i executat la campanya i els lliuraran a la Direcció de Serveis Publicitaris.

- **Campanyes de SEM:** inversió, impressions, clics, CTR (*Click Through Rate*), CPC (Cost per clic), cost per conversió per grups de paraules clau i anuncis, i les dades generals.
- **Compra programàtica:** detall per suports dels següents 'KPI' (indicadors): inversió, impressions, visibilitat, clics, CTR (*Click Through Rate*), CPC (Cost Per Clic), CPV (Cost Per Visualització), CPA (Cost Per Adquisició) segons campanya.

Si l'Ajuntament de Barcelona ho considera oportú, podrà facilitar a les empreses designades models propis de presentació (quadres i òptics) per garantir un servei unificat i una anàlisi millor del seguiment.

K. Servei de gestió integral específica per a la Direcció de Serveis Publicitaris

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat, totes aquelles accions que la Direcció de Serveis Publicitaris requereixi a les empreses designades per facilitar la gestió específica dels contractes basats d'aquest acord marc, incloent la seva tramitació, facturació i tancament.

Les empreses designades hauran d'elaborar i complimentar els arxius que la Direcció de Serveis Publicitaris requereixi per a la gestió interna en el format específic necessari que es requereixi per a la seva gestió i tramitació. Aquests arxius s'hauran de presentar en el moment de l'adjudicació i en els períodes de facturació successius, segons les instruccions que proporcionarà la Direcció de Serveis Publicitaris.

La Direcció de Serveis Publicitaris podrà requerir a les empreses designades que la gestió, execució, tramitació i facturació dels contractes basats es realitzi a través d'aplicatius informàtics i programaris concrets. La Direcció de Serveis Publicitaris comunicarà qualsevol canvi en la gestió interna amb suficient antelació i proporcionarà la informació necessària perquè les empreses designades pugin portar a terme la gestió a través de l'aplicatiu o programari requerit.

L. Servei de control de la inversió

Aquest servei comprèn l'elaboració i lliurament mensual, per part de les empreses designades, d'un document de control de la inversió que inclogui el desglossament de tota la informació referent a cadascuna de les campanyes i accions de publicitat cursades durant el mes anterior.

El document serà lliurat a la Direcció de Serveis Publicitaris durant els primers 10 dies de cada mes. Les empreses designades elaboraran aquest document per mitjà d'un model específic (full de càlcul) que serà facilitat per la Direcció de Serveis Publicitaris.

M. Servei de maquetació d'anuncis de tipus administratiu

Aquest servei comprèn, per a aquelles accions publicitàries que així ho requereixin, la maquetació d'anuncis de tipus administratiu (licitacions, edictes, premis, convocatòries, entre



altres) que es publiquen als mitjans impresos. La maquetació haurà de seguir la normativa gràfica establerta o les especificacions concretes que requereixi l'Ajuntament de Barcelona en cada cas.

N. Servei de seguiment de l'activitat publicitària a Barcelona i la d'altres administracions públiques

Aquest servei comprèn, en els moments en què ho requereixi l'Ajuntament de Barcelona, el seguiment de l'activitat publicitària d'altres administracions, empreses i institucions públiques de l'Estat espanyol.

Tanmateix, les empreses designades hauran de realitzar el seguiment, quan ho requereixi l'Ajuntament de Barcelona, de les accions especials publicitàries que tinguin lloc a la ciutat de Barcelona i hauran de mesurar-ne l'impacte publicitari.

O. Comissió d'agència sobre els serveis del Lot 1

Les empreses designades podran aplicar una comissió d'agència sobre els serveis descrits del Lot 1. Aquesta comissió s'aplicarà en els contractes basats segons l'oferta econòmica presentada per cadascuna de les empreses designades. En aquesta oferta es fixarà el percentatge màxim de comissió que les empreses designades podran aplicar en els contractes basats sobre els serveis d'assessorament estratègic, planificació, negociació, contractació i gestió d'espais publicitaris per a cada mitjà.

En el cas dels serveis G (apartats 1, 2, 3 i 4), H, M, N que no s'especifiquin en l'oferta econòmica, les empreses designades podran aplicar una comissió d'agència d'entre l'1% i el 3% com a màxim.

Tal com es descriu al servei D del Lot 1 (veure clàusula 2.1.D), en aquells casos en què l'Ajuntament de Barcelona pacti directament un descompte amb un suport, i aquest descompte sigui superior al que l'empresa designada hagi ofert, l'empresa podrà aplicar la comissió d'agència corresponent en concepte d'intermediació i participació en la gestió de la contractació.

2.2. Serveis del Lot 2: Campanyes Digitals

El Lot 2 inclou els serveis d'assessorament estratègic, planificació, negociació, contractació i gestió d'espais publicitaris de les campanyes de publicitat institucional i actuacions de comunicació que es difonguin exclusivament a través mitjans, suports i dispositius digitals.

A continuació, es detallen els serveis concrets inclosos en el Lot 2:

A. Servei d'assessorament estratègic i anàlisi previs

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat:

- Anàlisi del públic objectiu, el seu comportament i el seu mode de consum.



- Anàlisi de l'entorn de mitjans: perfils, evolució, interacció, i tots aquells paràmetres que es considerin adequats per a cadascuna de les campanyes i accions de publicitat. Per determinar els paràmetres a utilitzar per l'anàlisi, es tindran en compte els canvis que es puguin produir en els mitjans de comunicació digitals, les fonts de dades, els paràmetres de mesura i l'evolució constant dels mitjans i suports de comunicació digitals.
- Conclusions de les anàlisis per establir les bases que conduiran a l'elaboració de l'estratègia.

B. Servei de disseny de l'estratègia de mitjans digitals

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat digitals, el disseny i l'elaboració de l'estratègia de mitjans, que partirà de la pre-avaluació realitzada (veure servei A del Lot 1 A), donarà resposta a les conclusions exposades i s'ajustarà als objectius de comunicació especificats al briefing.

Si l'Ajuntament de Barcelona ho considera oportú facilitarà a les empreses designades models propis per a la presentació de propostes d'estratègies de mitjans (quadres, calendaris, òptics, etc.), amb l'objectiu de garantir una millor i més unificada anàlisi de les ofertes presentades per als contractes basats d'aquest acord marc.

C. Servei de planificació de mitjans

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat digitals, l'elaboració del pla de mitjans, que inclourà el detall dels suports, formats i calendaris corresponent a l'estratègia plantejada (veure servei B del Lot 1).

La selecció dels suports del pla de mitjans haurà de ser justificada per mitjà de dades quantitatives (afinitat, rendibilitat, impactes, dades d'abastament, etc.) i qualitatives (qualitat del suport, etc.).

A petició de l'Ajuntament de Barcelona, les empreses designades hauran de facilitar la informació requerida sobre difusió i cobertures dels mitjans de comunicació sobre els públics objectius concrets que es detallin a cada contracte basat.

D. Servei de negociació dels espais publicitaris

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat digitals, la negociació i optimització dels descomptes i preus per a la contractació dels espais publicitaris proposats a la planificació.

En les ofertes que presentin les empreses designades per als contractes basats d'aquest acord marc, serà necessari donar detall de les tarifes i preus vigents dels suports, sobre els quals s'aplicaran els descomptes negociats, resultant els preus negociats. També es detallarà qualsevol altre recàrrec i servei d'agència, així com els preus nets finals.

Les tarifes i preus vigents dels mitjans i suports sempre marcaran els preus màxims a aplicar en els contractes basats. En cap cas les empreses designades podran aplicar tarifes i preus superiors als dels mitjans i suports ni, addicionalment, podran presentar negociacions amb preus o percentatges de recàrrec superiors ni descomptes inferiors als oferts en l'Acord Marc.



Les empreses designades hauran d'igualar o millorar els descomptes i preus ofertats per suport/mitjà descrits en l'oferta econòmica presentada en aquest procediment per mitjà del Model d'Oferta Econòmica. Aquests descomptes i preus seran extensibles a suports similars en audiència (+/- 20%) i tipologia (generalistes, oci i entreteniment, cultura, esportius, de proximitat, etc.) no especificats en l'esmentat Model d'Oferta Econòmica.

Les empreses designades han de negociar els millors descomptes o preus amb els grups mediàtics o suports existents. Aquesta negociació s'haurà de fer per a cada campanya o acció de publicitat digital tenint en compte:

1. El volum d'inversió de l'Ajuntament de Barcelona, els seus organismes autònoms, les seves entitats públiques empresarials, les seves societats privades i les societats amb participació municipal majoritària de l'Ajuntament de Barcelona.
2. L'anàlisi de rendibilitat segons els següents paràmetres de mesura: CPM (cost per mil impressions), CPC (cost per clic), CPV (Cost per visualització), CPA (cost per adquisició), CPL (cost per *lead* o registre), CPI (cost per instal·lació), o altres paràmetres de mesura que puguin sorgir al llarg de la vigència de l'Acord Marc degut a l'evolució del mercat.

En totes les negociacions s'haurà de fer constar sempre la tarifa bruta o tarifa base de qualsevol suport i cadascun dels descomptes o recàrrecs que s'hagin d'aplicar. Per tant, sempre s'hauran d'especificar en el pressupost el preu brut unitari i el preu net unitari abans d'IVA. Si l'Ajuntament de Barcelona ho considera oportú facilitarà a les empreses designades models propis per a la presentació de pressupostos.

En aquells casos especials en què l'Ajuntament de Barcelona pacti directament el descompte, les empreses designades hauran de mantenir aquest descompte. Quan el preu pactat per l'Ajuntament de Barcelona sigui inferior, o quan el descompte pactat sigui superior al que l'empresa designada hagi ofert per mitjà del Model d'Oferta Econòmica, l'empresa tindrà l'obligació d'aplicar aquests preus i descomptes pactats, i l'empresa podrà aplicar la comissió d'agència corresponent al canal (premsa impresa, ràdio, exterior, etc.) en concepte d'intermediació i participació en la gestió de la contractació.

E. Servei d'intermediació i contractació dels espais publicitaris

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat digitals, la contractació dels espais publicitaris proposats en la planificació i amb les condicions, descomptes i preus pactats en la negociació, així com la intermediació amb els suports i mitjans per a l'efectiva contractació dels espais.

Les empreses designades hauran d'ordenar als mitjans les insercions publicitàries previstes i facilitar a l'Ajuntament de Barcelona tota la informació de la contractació de les campanyes seguint la forma que indiqui la Direcció de Serveis Publicitaris.

La contractació dels espais publicitaris també inclou la tramitació de les insercions publicitàries puntuals en diferents suports que no requereixin planificació prèvia, per donar resposta a les necessitats informatives de la ciutadania o de tipus administratiu.

F. Servei de petició i enviament de materials

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat digitals, la petició i



enviament de materials als mitjans i suport. Les empreses designades informaran a l'Ajuntament de Barcelona sobre les especificacions tècniques, així com formats i terminis de lliurament dels materials a publicar. Tanmateix, les empreses designades realitzaran l'enviament d'aquests materials a tots els mitjans i suports definits en la planificació, i portaran el control dels lliuraments.

L'enviament de materials als mitjans i suports inclou totes aquelles accions i requeriments tècnics que siguin necessaris, així com la pujada dels materials a les diferents plataformes tècniques o als servidors intermediaris que requereixin cadascun dels mitjans i suports. En qualsevol cas, les empreses designades en seran responsables i vetllaran per la correcta arribada dels materials proveïts per l'Ajuntament de Barcelona a cadascun dels mitjans i suports.

G. Servei de contractació d'altres accions de comunicació digitals

Aquest servei pot comprendre, per a cada campanya o acció de publicitat digitals, la contractació d'altres accions de comunicació que ajudin a l'efectiva difusió de la campanya o acció de publicitat. Entre altres, en aquest servei es contempla la contractació de:

1. **Accions de *Branded Content*** que incloguin, si fos necessària, l'estratègia, la gestió de contingut, les produccions audiovisuals, digitals o gràfiques per a qualsevol necessitat de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona, així com el seguiment i l'avaluació d'aquestes accions.
2. **Accions especials de comunicació digital de tota mena**, com per exemple accions especials en mitjans i dispositius digitals, xarxes socials, col·laboració amb influenciadors, entre altres. Aquestes accions poden incloure l'estratègia, la planificació, la gestió, el disseny creatiu, la producció, la contractació, la implementació, el seguiment i l'avaluació, així com l'assessorament sobre innovacions i la formació derivada per a nous formats i canals, i tot allò que l'acció requereixi per ser portada a terme de manera efectiva, així com el seguiment i l'avaluació d'aquestes accions.

En el cas de la contractació **d'accions de col·laboració amb influenciadors**, aquestes inclouran una proposta amb diversos perfils d'influenciadors i la corresponent justificació de la seva adequació als objectius de campanya justificada a través d'indicadors relatius al volum, ubicació i ratis de resposta de les seves audiències. També s'inclourà l'estratègia de difusió dels continguts generats per aquests influenciadors, detallant els suports i formats proposats.

En el cas de la contractació **d'accions de comunicació en xarxes socials**, aquestes podran ser accions de redirecció de trànsit, foment de la interacció (*engagement*) o captació d'usuaris, entre altres, sigui de forma puntual o regular al llarg de l'any. Es requerirà la tipologia d'anunci proposat i el cost de la conversió en funció dels objectius (trànsit, interacció o captació d'usuaris).

En el cas de les **accions de comunicació SEM** (*search engine marketing*), es requerirà:

- Segmentacions per perfils demogràfics segons especificacions en el brífing.
- Llista de paraules clau seleccionades amb dades de volum de trànsit per al nostre segment i CPC per paraula clau.
- Grup d'anuncis proposats.



- Cost de la conversió en funció dels objectius especificats en el brífing.

En el cas de les **accions de compra programàtica** en estratègies orientades a resultats de conversió concrets i per a públics objectiu molt específics, les empreses designades hauran de garantir la qualitat de l'inventari de suports a través de la creació i gestió d'un *whitelist* de suports de campanya, sistemes de verificació o altres sistemes similars que garanteixin un entorn de marca segur. El nivell de servei que es requerirà en aquestes accions inclourà necessàriament criteris de segmentació, com per exemple:

- Segmentació geogràfica a escala de Barcelona ciutat, amb opció a acotar-la per districtes (i per barris, quan sigui possible) segons les necessitats de la campanya.
- Segmentació històrica basada en campanyes anteriors per aplicar a les planificacions de noves accions (per exemple a través del *retargeting* o mecanismes similars).
- Microsegmentació per grups d'interessos (combinables amb variables demogràfiques).

H. Servei d'ideació, creativitat, disseny, producció i implementació de materials publicitaris i de comunicació

Aquest servei comprèn, per a aquelles campanyes i accions de publicitat que així ho requereixin al seu brífing, la ideació, la conceptualització creativa, el disseny gràfic, la producció i la implementació dels materials publicitaris i de comunicació que siguin necessaris per assolir els objectius de comunicació descrits al brífing. Les empreses designades realitzaran la intermediació i gestionaran la contractació de l'estudi, il·lustrador/-a o agència. Tanmateix, gestionaran i contractaran la cessió dels drets d'explotació a favor de l'Ajuntament de Barcelona en el cas d'aquells materials que impliquin drets d'autoria.

Les empreses designades faran arribar a la Direcció de Serveis Publicitaris, per al seu arxiu, una còpia dels materials publicitaris i de comunicació generats a partir d'aquest servei. Els materials es lliuraran en format obert (arxius màster) i en els corresponents formats emprats en els diferents espais publicitaris (jpg, gif, mp4, etc.).

I. Servei de seguiment i control

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat digitals, el seguiment i control del funcionament de la campanya o acció de publicitat que hagi estat contractada, per tal de supervisar l'aparició en els diferents suports i mitjans contractats sota les condicions pactades, verificar l'assoliment dels objectius marcats, detectar possibles desviacions i, si fos necessari, reconduir-les.

Per portar a terme aquest servei, les empreses designades hauran de lliurar dades periòdiques de seguiment i control. Aquestes dades es lliuraran a la Direcció de Serveis Publicitaris, per a cada mitjà/suport, amb la freqüència detallada a sota. Les dades de seguiment i control hauran de reflectir els resultats dels espais publicitaris contractats per mitjà dels estudis d'audiència pertinents. Com a mínim, les dades de seguiment i control inclouran les següents especificacions per als següent mitjans i suports:



- En el cas de **mitjans, suports i dispositius digitals**, es requerirà un seguiment mínim setmanal de les audiències, o de freqüència menor si la campanya ho requereix. L'Ajuntament de Barcelona es reserva el dret, quan ho consideri oportú, de fer un test per fer el seguiment del percentatge de visibilitat compromesa. En els casos en què no s'acompleixin els objectius, no es facturaran les impressions que no arribin al compromís d'aquella campanya.
- En el cas de les **xarxes socials**, el seguiment i control es requerirà segons les necessitats temporals, normalment de manera quinzenal o setmanal, però es podrà indicar la freqüència diària si es considerés necessari. El seguiment i control es realitzarà segons els indicadors globals i específics de cada acció i cada xarxa social. En els informes de seguiment s'haurà d'indicar el nombre de persones sobre les quals s'ha impactat, nombre d'impressions i nombre d'interaccions per publicació (comentaris, *likes*, respostes, retuits compartits, nous seguidors, o qualsevol altra interacció que sigui característica de la xarxa social que s'estigui estudiant).
- En el cas de les campanyes **SEM**, el seguiment es requerirà amb freqüència setmanal i haurà d'especificar, com a mínim, els següents indicadors: inversió, impressions, clics, CTR (*Click Through Rate*), CPC (Cost per clic) i el cost per conversió per grups de paraules clau i anuncis, i les dades generals.
- En el cas de la **compra programàtica**, el seguiment es requerirà amb una freqüència mínima setmanal, però es podrà indicar una freqüència menor si fos necessari, i haurà d'especificar el detall per suports dels següents 'KPI' (indicadors): inversió, impressions, visibilitat, clics, CTR (*Click Through Rate*), CPC (Cost Per Clic), CPV (Cost Per Visualització), CPA (Cost Per Adquisició) segons campanya.

Les empreses designades hauran de tenir suficient capacitat de resposta per realitzar qualsevol canvi sobre la planificació acordada o sobre desviacions detectades en el seguiment en el termini més breu possible.

Si l'Ajuntament de Barcelona ho considera oportú, podrà facilitar a les empreses designades models propis de presentació (quadres i òptics) per garantir un servei unificat i una anàlisi millor del seguiment.

J. Servei de tancament i postavaluació

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat digitals, el tancament i post-avaluació de la campanya o acció de publicitat que hagi estat contractada.

Per realitzar el tancament, les empreses designades hauran de comprovar les aparicions de la publicitat contractada als diferents mitjans i suports. Tanmateix, hauran de recopilar els resultats de la publicitat contractada mitjançant les fonts d'informació i estudis pertinents (veure clàusula 5 del present Plec de Prescripcions Tècniques), i realitzar la post-avaluació corresponent comparant l'estratègia i planificació aprovades i el pla de publicitat finalment executat.

El tancament i post-avaluació de les campanyes i accions de publicitat es plasmarà en un document que les empreses designades lliuraran a l'Ajuntament de Barcelona. El document de tancament i post-avaluació de la campanya s'haurà de lliurar en el termini màxim de 30 dies a comptar des de la finalització de la campanya o acció de publicitat.



El document de tancament i post-avaluació haurà d'incloure, com a mínim, les següents dades per a tots els mitjans i suports:

- L'estratègia i la planificació de mitjans proposades i aprovades.
- Principals dades del seguiment i funcionament de la campanya, a partir dels informes de seguiment realitzats.
- Comprovants de les aparicions de la publicitat contractada als diferents mitjans i suports.
- Resultats de la publicitat contractada mitjançant les fonts d'informació i estudis pertinents (veure clàusula 5 del present Plec de Prescripcions Tècniques).
- Comparació de l'estratègia i planificació de mitjans inicials amb la finalment executada i resultats reals obtinguts.
- Conclusions.

Per a cada mitjà i suport concret, el document de tancament i post-avaluació haurà d'incloure, com a mínim els següents paràmetres d'audiència assolits:

- **Mitjans, suports i dispositius digitals:** impressions reals servides (segons la plataforma tecnològica contractada), cobertura, freqüència (OTS), clics reals, CTR (*Click Through Rate*), conversions tractables assolides segons els objectius fixats en el briefing, impressions setmanals, rendibilitat segons la tipologia de suports (CPM (Cost per mil impressions), CPC (Cost per clic), CPV (Cost per visualització), CPA (Cost per adquisició), etc.), etc.
- **Xarxes socials:** impressions emeses, nombre de clics assolits segons els objectius fixats al pla de mitjans de la campanya (desagregant la dada de "clics a l'enllaç" de la resta de clics), el detall de les segmentacions específiques aplicades en cada plataforma, nombre d'interaccions (totals i concretes), inversió prevista i final, nous fans o seguidors, paràmetres de rendibilitat per cada suport (CPM (Cost per mil impressions), CPC (Cost per clic), CPV (Cost per visualització), etc.), etc. La Direcció de Serveis Publicitaris podrà sol·licitar a les empreses designades documents de detall del funcionament i resultats de la campanya en els quals pugui comprovar-se el rendiment de la inversió i les dades d'execució. Sempre que sigui possible, les empreses designades obtindran aquests documents de les plataformes de xarxes socials on s'hagi planificat i executat la campanya i els lliuraran a la Direcció de Serveis Publicitaris.
- **Campanyes de SEM:** inversió, impressions, clics, CTR (*Click Through Rate*), CPC (Cost per clic), cost per conversió per grups de paraules clau i anuncis, i les dades generals.
- **Compra programàtica:** detall per suports dels següents 'KPI' (indicadors): inversió, impressions, visibilitat, clics, CTR (*Click Through Rate*), CPC (Cost Per Clic), CPV (Cost Per Visualització), CPA (Cost Per Adquisició) segons campanya. Addicionalment, les empreses lliuraran el justificant d'una font externa (per exemple, dades de la plataforma tecnològica contractada a tal efecte) que inclogui el llistat de tots els suports i les impressions assolides per cadascun d'ells.

Si l'Ajuntament de Barcelona ho considera oportú, podrà facilitar a les empreses designades models propis de presentació (quadres i òptics) per garantir un servei unificat i una anàlisi millor del seguiment.



K. Servei de gestió integral específica per a la Direcció de Serveis Publicitaris

Aquest servei comprèn, per a cada campanya o acció de publicitat digitals, totes aquelles accions que la Direcció de Serveis Publicitaris requereixi a les empreses designades per facilitar la gestió específica dels contractes basats d'aquest acord marc, incloent la seva tramitació, facturació i tancament.

Les empreses designades hauran d'elaborar i complimentar els arxius que la Direcció de Serveis Publicitaris requereixi per a la gestió interna en el format específic necessari per a la seva pujada. Aquests arxius s'hauran de presentar en el moment de l'adjudicació i en els períodes de facturació successius, segons les instruccions que proporcionarà la Direcció de Serveis Publicitaris.

La Direcció de Serveis Publicitaris podrà requerir a les empreses designades que la gestió, execució, tramitació i facturació dels contractes basats es realitzi a través d'aplicatius informàtics i programaris concrets. La Direcció de Serveis Publicitaris comunicarà qualsevol canvi en la gestió interna amb suficient antelació i proporcionarà la informació necessària perquè les empreses designades pugin portar a terme la gestió a través de l'aplicatiu o programari requerit.

L. Servei de control de la inversió

Aquest servei comprèn l'elaboració i lliurament mensual, per part de les empreses designades, d'un document de control de la inversió que inclogui el desglossament de tota la informació referent a cadascuna de les campanyes i accions de publicitat digitals cursades durant el mes anterior.

El document serà lliurat a la Direcció de Serveis Publicitaris durant els primers 10 dies de cada mes. Les empreses designades elaboraran aquest document per mitjà d'un model específic (full de càlcul) que serà facilitat per la Direcció de Serveis Publicitaris.

M. Comissió d'agència sobre els serveis del Lot 2

Les empreses designades podran aplicar una comissió d'agència sobre els serveis descrits del Lot 2. Aquesta comissió s'aplicarà en els contractes basats segons l'oferta econòmica presentada per cadascuna de les empreses designades. En aquesta oferta es fixarà el percentatge màxim de comissió que les empreses designades podran aplicar en els contractes basats sobre els serveis d'assessorament estratègic, planificació, negociació, contractació i gestió d'espais publicitaris per a cada mitjà.

En el cas dels serveis que no s'especifiquin en l'oferta econòmica, les empreses designades podran aplicar una comissió d'agència d'entre l'1% i el 3% com a màxim.

Tal com es descriu al servei D del Lot 2 (veure clàusula 2.2.D), en aquells casos en què l'Ajuntament de Barcelona pacti directament un descompte amb un suport, i aquest descompte sigui superior al que l'empresa designada hagi ofert, l'empresa podrà aplicar la comissió d'agència corresponent en concepte d'intermediació i participació en la gestió de la contractació.



3. GESTIÓ CENTRALITZADA DELS CONTRACTES BASATS

La competència per contractar els serveis d'aquest Acord marc radica de forma exclusiva en la Direcció de Serveis Publicitaris de la Direcció de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona, o la dependència que la Direcció de Serveis Publicitaris designi a aquest efecte.

Els contractes basats i les concrecions de condicions dels serveis que se'n derivin d'aquest Acord marc seran licitats i adjudicats per la Direcció de Serveis Publicitaris amb subjecció al Plec de Clàusules Administratives i al present Plec de Prescripcions Tècniques, i de conformitat amb els plecs dels contractes basats o de les concrecions de condicions de serveis que corresponguin.

Tots els contractes basats de serveis derivats d'aquest Acord Marc es gestionen de forma centralitzada des de la Direcció de Serveis Publicitaris.

En el cas que les empreses designades rebin encàrrecs directament d'algun òrgan municipal, organisme autònom, empresa o societat municipal, hauran d'informar prèviament a l'acceptació de l'encàrrec, a la Direcció de Serveis Publicitaris, la qual coordinarà la formalització de l'encàrrec.

4. EQUIP HUMÀ TÈCNIC REQUERIT

Les empreses designades assignaran l'equip humà tècnic necessari per realitzar la prestació dels serveis encarregats. Per a cadascun dels lots, l'equip humà tècnic inclourà, com a mínim:

Lot 1: Campanyes Multimèdia

- 1 director o cap de planificació, amb una experiència professional mínima de 5 anys en les seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans multimèdia.
- 1 planificador de mitjans sènior, amb una experiència professional mínima de 5 anys en les seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans multimèdia.
- 1 planificador de mitjans júnior, amb una experiència professional mínima de 3 anys en les seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans multimèdia.
- 1 planificador sènior especialitzat en el mitjà internet, noves tecnologies i nous dispositius digitals, amb una experiència professional mínima de 5 anys en les seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans digitals (les diferents modalitats de compra programàtica, les diferents estratègies de posicionament en cercadors, l'optimització per augmentar la conversió en xarxes socials, email màrqueting, màrqueting de resultats, gestió d'influencers, entre altres camps dintre de la publicitat digital).
- 1 planificador júnior especialitzat en el mitjà internet, noves tecnologies i nous dispositius digitals, amb una experiència professional mínima de 3 anys en les seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans digitals (les diferents modalitats de compra programàtica, les diferents estratègies de posicionament en cercadors, l'optimització per augmentar la conversió en xarxes socials, email màrqueting, màrqueting de resultats, gestió d'influencers, entre altres camps dintre de la publicitat digital).



Lot 2: Campanyes Digitals

- 1 director o cap de planificació, amb una experiència professional mínima de 5 anys en les seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans digitals.
- 1 planificador sènior especialitzat en el mitjà internet, noves tecnologies i nous dispositius digitals, amb una experiència professional mínima de 5 anys en les seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans digitals (les diferents modalitats de compra programàtica, les diferents estratègies de posicionament en cercadors, l'optimització per augmentar la conversió en xarxes socials, email màrqueting, màrqueting de resultats, gestió d'influencers, entre altres camps dintre de la publicitat digital).
- 1 planificador júnior especialitzat en el mitjà internet, noves tecnologies i nous dispositius digitals, amb una experiència professional mínima de 3 anys en les seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans digitals (les diferents modalitats de compra programàtica, les diferents estratègies de posicionament en cercadors, l'optimització per augmentar la conversió en xarxes socials, email màrqueting, màrqueting de resultats, gestió d'influencers, entre altres camps dintre de la publicitat digital).

Les empreses designades assignaran l'equip humà necessari dels departaments corresponents de compres, innovació, sistemes, administració, etc., i tots aquells altres agents necessaris i suficients per a la correcta prestació dels serveis descrits en la clàusula 2 del present Plec de Prescripcions Tècniques, en totes les seves fases.

La interlocució amb la Direcció de Serveis Publicitaris es portarà a terme a través del director o cap de planificació i dels planificadors assignats, o qui es determini en cada encàrrec.

Les empreses designades hauran d'aportar la infraestructura necessària i els perfils professionals adequats per prestar els serveis i portar a terme els encàrrecs que es facin de forma simultània.

Les empreses designades hauran de mantenir durant la vigència de l'Acord marc la composició (quant a quantitat i qualitat del personal) de l'equip de treball acreditat com a solvència mínima i de l'equip presentat com a millora en l'oferta tècnica. Qualsevol canvi en la composició d'aquest equip s'haurà de comunicar amb suficient antelació a la Direcció de Serveis Publicitaris.

5. FONTS D'INFORMACIÓ, EINES I ESTUDIS REQUERITS

Les empreses designades hauran de tenir contractades o subcontractades les fonts d'informació, eines, estudis i el software corresponent per tal de desenvolupar la planificació, avaluació i control de les campanyes i accions de publicitat.

Per a cadascun dels lots, les fonts d'informació, eines i estudis requerits son:

Lot 1: Campanyes Multimèdia

- Oficina de Justificació de la Difusió (OJD) i Publicacions Gratuïtes Exemplars Distribuïbles (PGD) : auditoria de tirades i difusions del mitjà imprès.
- Infoadex i/o Arce Media: control de les inversions publicitàries.
- Tracking IOPE (TNS) i Tracking Top of mind (IMOP): notorietat publicitària.



- Estudio General de Medios EGM i AIMC-Marcas: anàlisi d'audiències, perfils dels mitjans i estudis dels públics.
- Kantar Media: audiències de televisió (o la font oficial utilitzada pels principals operadors de televisió i per les principals agències de mitjans per mesurar les audiències de televisió en cas de canvi durant la vigència d'aquest Acord marc).
- Geomex: audiències del mitjà exterior.
- Arce Media i/o Auditsa: control de campanyes de ràdio.
- GfK: audiències dels mitjans digitals (o la font designada per la comissió formada per la IAB Spain (Interactive Advertising Bureau) i l'AIMC (Associació per a la Investigació de Mitjans de Comunicació) com a font oficial online durant la durada de l'Acord marc).

Lot 2: Campanyes Digitals

- GfK: audiències dels mitjans digitals (o la font designada per la comissió formada per la IAB Spain (Interactive Advertising Bureau) i l'AIMC (Associació per a la Investigació de Mitjans de Comunicació) com a font oficial online durant la durada de l'Acord marc).

Per a les fonts d'informació, eines i estudis bàsics requerits a qualsevol dels dos lots, les empreses designades disposaran del software o plataforma corresponent que permeti fer l'explotació de les dades que siguin necessàries per desenvolupar la planificació, avaluació i control de les campanyes i accions de publicitat.

Si durant la vigència d'aquest Acord marc alguna de les fonts de qualsevol dels lots desapareix o deixa de ser font acreditada pel sector, caldrà que sigui substituïda per la font equivalent acceptada pel sector.

La Direcció de Serveis Publicitaris podrà sol·licitar nous instruments de planificació i d'avaluació en funció de l'evolució del mercat i de les tecnologies.

6. REQUERIMENTS ESPECÍFICS SOBRE FACTURACIÓ DELS SERVEIS PRESTATS I SOBRE PAGAMENT A TERCERS

6.1. Facturació dels serveis prestats

Les empreses designades hauran de facturar els serveis prestats d'acord amb les instruccions i requeriments que es detallen tot seguit.

L'Ajuntament de Barcelona podrà penalitzar a les empreses designades que incompleixin aquests requeriments, segons es detalla al Plec de Condicions Administratives Particulars.

6.1.1 Contingut de les factures

Les factures adreçades a l'Ajuntament de Barcelona han de contenir obligatòriament la informació següent:

- Número de factura i data d'emissió.
- Dades fiscals de l'emissor, incloent raó social, número d'identificació fiscal i adreça.



- Dades fiscals de l'Ajuntament de Barcelona o de l'ens depenent a qui s'adreça la factura; per a aquelles factures adreçades a l'Ajuntament de Barcelona, les dades fiscals seran:
 - Ajuntament de Barcelona
 - NIF P0801900B
 - Gerència de Recursos i Transformació Digital
 - Direcció de Serveis Publicitaris
 - C. Paradís 14, 3a planta. 08002 Barcelona
- Referència (número de contracte).
- Període de facturació: cal especificar el període en què s'han realitzat els serveis que es facturem. La data d'inici del període de facturació ha de ser posterior a la data d'inici d'execució del contracte. La data de final del període de facturació ha de ser anterior o igual a la data d'emissió de la factura i a la data de finalització de l'execució del contracte.
- Descripció detallada del concepte de facturació:
 - Per als serveis d'insercions publicitàries, s'especificaran les següents dades de cadascuna de les insercions publicitàries: data d'aparició, campanya, mitjà, suport, imports desglossats (segons el detall descrits al final d'aquest apartat) i referència de l'ordre de publicitat.
 - Per a qualsevol altre servei contemplat en la clàusula 2 del present Plec de Prescripcions Tècniques, es donarà detall de totes aquelles dades necessàries per a la correcta descripció del servei, seguint les indicacions que especifiqui la Direcció de Serveis Publicitaris en cada cas.
- Imports (en euros):
 - Base imposable.
 - Descomptes que s'apliquen, segons l'oferta acceptada i el contracte basat adjudicat.
 - Comissió d'agència, segons l'oferta acceptada i el contracte basat adjudicat.
 - IVA i percentatge del tipus d'IVA aplicable.
 - Import total.

Qualsevol factura que no contingui la informació detallada en aquest apartat es retornarà a l'emissor.

6.1.2. Comprovants dels serveis realitzats

Cal adjuntar a la factura els comprovants dels serveis prestats. Aquests comprovants es presentaran en format PDF, hauran d'estar signats per un responsable de l'empresa adjudicatària (identificant quin càrrec té) i inclouran el logotip i/o segell de l'empresa adjudicatària, així com les seves dades fiscals.

Per a les factures dels serveis relatius a insercions publicitàries, els comprovants inclouran els justificants de l'aparició de la publicitat contractada en els diferents suports i mitjans. Els comprovants sempre hauran de reflectir la data de publicació o inserció. Com a comprovants, les empreses designades aportaran per a cadascun dels mitjans descrits a continuació:

- Televisió: comprovants d'emissió dels suports de televisió, detallant el número de



passis, les dates d'emissió i les campanyes.

- Ràdio: justificants de radiació de les emissores de ràdio, detallant el número d'emissions, les dates i les campanyes.
- Premsa impresa, revistes i qualsevol altre mitjà imprès: comprovant visual de la publicació de les insercions en PDF, amb la data clarament visible.
- Mitjans, suports i dispositius digitals (premsa digital, xarxes socials, SEM, compra programàtica, etc.):
 - Premsa i mitjans digitals: captures de pantalla de les insercions, amb la data clarament visible.
 - Compra programàtica: captures de pantalla de les insercions amb la data clarament visible, o bé justificant d'una font externa (per exemple, dades de la plataforma tecnològica contractada a tal efecte) que inclogui el llistat de tots el suports i les impressions assolides per cadascun d'ells.
 - Xarxes socials: captures de pantalla de les insercions amb la data clarament visible i documents de detall de les impressions, clics i/o visualitzacions assolides. Aquests documents de detall podran consistir en captures de pantalla de les plataformes de les xarxes socials, o bé ser emesos per un tercer, font, estudi o eina, en els quals s'identifiquin clarament les impressions, clics i/o visualitzacions assolides.
- Exterior: comprovants fotogràfics de les peces de comunicació de la campanya, amb un certificat del número d'unitats de cada peça i la seva ubicació.

Per a les factures d'altres serveis, el comprovant consistirà en un document amb la descripció dels serveis portats a terme, dates, imatges i gràfics, indicadors, o qualsevol altre element que permeti l'efectiva comprovació dels serveis que es facturin.

No s'admetran les factures que incloguin insercions publicitàries o qualsevol altre dels serveis descrits a la clàusula 2 del present Plec de Prescripcions Tècniques dels quals no s'aporti el corresponent comprovant.

6.1.3. Periodicitat d'emissió de les factures

Les empreses designades hauran de facturar mensualment els serveis prestats. Les factures s'emetràn i s'enviaran a l'Ajuntament de Barcelona entre el dia 1 i el dia 10 del mes següent al de l'aparició de la publicitat ordenada en cada suport i mitjà, o del mes de la prestació de qualsevol altre servei descrit en la clàusula 2 del present Plec de Prescripcions Tècniques, sempre que es pugui aportar el corresponent comprovant (veure 6.1.2). Si no es pogués aportar el comprovant, la facturació dels serveis es realitzarà el mes següent.

Per fomentar l'eficiència i l'agilitat en la gestió, es requerirà a les empreses adjudicatàries que les factures dels contractes basats segueixin les següents instruccions:

- Per a aquells contractes basats que incloguin només una campanya de publicitat, les empreses adjudicatàries emetràn una sola factura cada mes. Aquesta factura inclourà totes les insercions publicitàries aparegudes en tots els mitjans durant el mes anterior al de la data d'emissió de la factura, així com qualsevol altre servei prestat en el mateix període.
- Per a aquells contractes basats que incloguin més d'una campanya de publicitat, les empreses adjudicatàries emetràn una sola factura al mes per a cada mitjà de comunicació. Cadascuna d'aquestes factures inclourà totes les insercions publicitàries aparegudes en un mitjà concret durant el mes anterior al de la data d'emissió de la factura, així com qualsevol altre servei prestat en el mateix període.



6.1.4. Requeriments previs a la presentació de factures

Previ a la presentació de les factures, les empreses designades hauran de fer arribar a la Direcció de Serveis Publicitaris (a l'atenció del responsable que s'indiqui per a cada contracte basat) un full de càlcul amb el detall de la facturació. Aquest document s'elaborarà segons la plantilla que la Direcció de Serveis Publicitaris facilitarà.

Un cop aquest document sigui validat per la Direcció de Serveis Publicitaris, les empreses designades podran presentar les factures que s'hi detallaran. Totes i cadascuna de les dades que constaran en aquest document hauran de ser idèntiques a la factura que es presenti. En cap cas es podran modificar dades ja validades per la Direcció de Serveis Publicitaris.

6.1.5. Presentació de factures

A partir de l'1 de gener de 2018, l'Ajuntament de Barcelona i els seus ens instrumentals únicament accepten factures electròniques, en el cas de tots aquells proveïdors que compleixen els requisits marcats per 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, i d'acord amb la instrucció d'impuls de la factura electrònica.

Les factures s'envien des de l'emissor fins al receptor per mitjans telemàtics i la signatura és digital amb certificats reconeguts.

Les empreses designades podran trobar tota la informació relativa a l'elaboració de factures electròniques i la seva presentació als següents enllaços:

<https://seuelectronica.ajuntament.barcelona.cat/ca/perfil-de-contractant>

<https://seuelectronica.ajuntament.barcelona.cat/ca/facturacio>

6.1.6. Resum trimestral de facturació

La Direcció de Serveis Publicitaris pot demanar a les agències una llista de tota la facturació del trimestre anterior en la qual es detalli la inversió total, per mitjans i suports, i l'acumulat del començament de l'any vigent, tant de les ordres emeses per la Direcció de Serveis Publicitaris com de qualsevol altra empresa o organisme dependent de l'Ajuntament de Barcelona.

6.2. Acta de recepció del servei

Per a cada contracte basat, un cop finalitzada campanya o acció de publicitat, emesa la totalitat de la facturació, se signarà per part de la l'Ajuntament de Barcelona i l'empresa designada adjudicatària del contracte basat l'Acta de recepció del servei, per mitjà de la qual es donarà per complit el contracte basat.

Les empreses designades no podran emetre cap altra factura o fer cap tipus de canvi en la facturació del contracte basat un cop s'hagi signat l'Acta de recepció del servei.



6.3. Pagament a tercers

Les empreses designades hauran de pagar als suports, mitjans i resta de subcontractistes d'acord amb el que estableix l'article 4 de la Llei 3/2004, de 29 de desembre, de lluita contra la morositat en les operacions comercials, i allò que es disposa a la clàusula 25 del Plec de Condicions Administratives Particulars.

7. ALTRES REQUERIMENTS

7.1. Horari de servei

L'empresa adjudicatària haurà de tenir disponibilitat de dilluns a divendres de 9h a 18:00h. Es demana flexibilitat en aquest horari per tal d'assolir les diferents fites comunicatives. També haurà de disposar, quan així es requereixi, d'un servei per encàrrecs urgents fora de l'horari establert i en festius.

7.2. Col·laboració amb altres proveïdors

Les empreses designades estaran disposades en tot moment a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors de serveis que pugui tenir l'Ajuntament de Barcelona, ja es tracti d'agències creatives, productores audiovisuals, estudis de disseny, agències d'esdeveniments, auditories d'accessibilitat, etc.

7.3. Reunions

A demanda de la Direcció de Serveis Publicitaris, hi haurà reunions a les dependències municipals de l'Ajuntament de Barcelona, en les quals es podrà fer un repàs exhaustiu dels serveis encarregats, volum de facturació, evolució de la inversió publicitària, etc.

Totes les despeses que pugui suposar el desplaçament del personal de les empreses designades per assistir a aquestes reunions, seran a càrrec de les empreses designades.

8. COMPENSACIONS

L'Ajuntament de Barcelona es reserva el dret de sol·licitar a les empreses designades compensacions si les aparicions als espais publicitaris acordades als contractes basats no es portessin a terme amb les condicions pactades.

Entre altres, l'Ajuntament de Barcelona podrà demanar les següents compensacions per a aquests mitjans i circumstàncies concretes:

- Ràdio: a partir de la tercera falca que no s'hagi emès dins de la franja horària vinculada al descompte proposat, l'empresa designada compensarà l'Ajuntament de Barcelona amb l'emissió del mateix nombre de falques en la franja horària *prime time*.



- **Prensa:** les insercions no publicades en els emplaçaments acordats seran compensades per l'empresa designada amb la publicació de les insercions a l'emplaçament sol·licitat en una nova a data amb la conformitat de l'Ajuntament de Barcelona. Si això no fos possible per la temporalitat del anunci, s'haurà de compensar amb una altra inserció a designar per la Direcció de Serveis Publicitaris.
- **Digital:** en el cas de les impressions contractades amb un cost fix, s'hauran de compensar les impressions no obtingudes.

Assumpta Bisbal
Directora de Serveis Publicitaris
Direcció de Comunicació