

INFORME DE NECESSITAT I IDONEÏTAT DEL CONTRACTE DE SERVEIS DE CONSULTORIA PER A L'ELABORACIÓ D'UN ESTUDI DE MERCAT, PROCEDIMENTS I NORMATIVA PER A LA COL·LOCACIÓ DE LONES PUBLICITÀRIES PEL DEPARTAMENT DE COMUNICACIÓ DE L'INSTITUT MUNICIPAL DE L'HABITATGE I REHABILITACIÓ (IMHAB)

1. Objecte

L'objecte del contracte són els serveis per a la realització d'un estudi de mercat, procediments i normativa per a la col·locació de lones publicitàries pel departament de comunicació de l'Institut Municipal de l'Habitatge i Rehabilitació de Barcelona, d'ara en endavant IMHAB.

L'objectiu és contractar una empresa especialitzada en la consultoria per a la realització d'un informe que permeti l'activació del servei de col·locació de lones publicitàries a les façanes dels habitatges de promocions de l'IMHAB seguint les ordenances pertinents. Aquest informe ha d'incloure tota la informació necessària per poder activar aquest servei i, per tant, ha de contemplar aquest projecte des d'una visió holística per generar tota la documentació, informació, fluxos i diagrames per impulsar de forma viable i eficaç aquest servei.

Aquest informe ha de servir per impulsar el servei i, per tant, ha d'incloure tota la informació possible sobre el tema. Des dels passos a seguir inicials, a identificar tots els agents implicats, descriure tots els procediments, generar la documentació necessària, contemplar un estudi de mercat per saber com valorar les ubicacions, entre d'altres.

Als annexos hi ha un punt de partida de l'esquelet inicial d'aquets informe que l'empresa adjudicatària haurà de complimentar.

2. Necessitat del contracte

L'Ajuntament de Barcelona implementa, promou i difon els diferents serveis i actuacions en matèria d'habitatge mitjançant l'IMHAB.

L'IMHAB és l'ens responsable de la gestió municipal en matèria d'habitatge de la ciutat de Barcelona.

El Departament de Comunicació de l'IMHAB, d'ara en endavant DCHA, treballa seguint un model propi de comunicació que prioritza un apropament de l'ens públic, els seus serveis i programes a la ciutadania barcelonina en general però també als diferents targets específics vinculats a l'habitatge. Aquest model potencia un projecte de comunitat on s'estableixen lligams entre ens públics, ciutadania i agents socials que facilita un intercanvi d'informació contínua i entenedora a partir d'una comunicació multicanal.

Una d'aquestes accions estratègies són la senyalització de totes les promocions de la ciutat, ja sigui amb finalitat publicitària o no, i amb la voluntat d'informar a la ciutadania sobre l'activitat de l'IMHAB així com de les pròpies promocions d'habitatge. Aquesta senyalització es realitza en diferents àmbits i un d'ells, encara sense implementar, és el de les façanes de noves promocions o de grans rehabilitacions.

Per aquest motiu, des del DCHA, es veu la necessitat de contractar els serveis de consultoria per a **l'elaboració d'un estudi de mercat, procediments i normativa per a la col·locació de lones publicitàries pel Departament de Comunicació de l'Institut Municipal de l'Habitatge i Rehabilitació (IMHAB)**

- No disponibilitat de mitjans humans i/o materials propis per realització pròpia de l'objecte contractual.-

El DCHA no pot fer directament la prestació objecte del contracte, donat que no disposa de mitjans humans i materials suficients per a implementar les tasques objecte del contracte, mantenint i optimitzant al mateix temps l'operativa diària dels serveis. Per aquest motiu, resulta convenient la contractació d'aquesta prestació a una empresa externa, amb independència de la forma jurídica que adopti, adequada pel desenvolupament de la mateixa.

Es considera, per tant, que, segons prescriu l'article 116.4.e) LCSP hi ha una clara i proporcional vinculació entre l'objecte i la necessitat satisfeta amb el contracte.

3. Prescripcions tècniques

El servei objecte d'aquest contracte consisteix en la realització d'un estudi de mercat, un informe i la indagació de tots els procediments i tasques per elaborar un flux de treball per activar el servei de col·locació de lones publicitàries a les façanes dels habitatges de promocions de l'IMHAB.

Requisits del personal adscrit al contracte:

- S'afegeix la necessitat d'incorporar un perfil tècnic de consultor/a, amb experiència demostrable en consultoria de mercat, procediments administratius i normativa aplicable a la col·locació de lones publicitàries. Es valorarà especialment l'experiència en projectes similars en l'àmbit públic o privat, així com la capacitat d'elaborar informes tècnics i propostes de millora.
- Aquest perfil actuarà com a cap de projecte i cal que tingui:
 - Formació universitària en enginyeria, arquitectura, informàtica, ciències socials o àmbit relacionat amb la consultoria específica.
 - Experiència demostrable en projectes similars (mínim 3 anys).
 - Coneixements actualitzats en el sector públic i l'àmbit de la publicitat institucional (processos, normativa, etc.).
 - Capacitat d'anàlisi crítica, resolució de problemes i visió holística.
 - Habilitats comunicatives, tant orals com escrites, per transmetre idees i resultats de manera clara.
 - Flexibilitat, adaptabilitat i capacitat de treball en equip.
 - Proactivitat i autonomia en la gestió de tasques i temps.
 - Domini del català (mínim C1).

L'empresa haurà de presentar un compromís indicant el nom, titulacions i perfil juntament amb l'informe de vida laboral de la Seguretat Social de la persona adscrita al contracte.

La manca de presentació d'algun document dels sol·licitats impedirà la valoració de la proposta.

Funcions específiques del perfil tècnic de consultor/a:

- Elaboració de l'estudi de mercat i anàlisi de viabilitat econòmica.
- Definició de procediments administratius i fluxos de treball.
- Interpretació i aplicació de la normativa vigent.
- Coordinació amb els agents implicats i redacció de la documentació necessària.
- Proposta de criteris de valoració de les ubicacions i recomanacions tècniques.

4. Tipus de contracte

Contracte de serveis

5. Nomenclatura CPV

79412000-5: Serveis de consultoria en planificació (consultoria de processos, estudis tècnics).

6. Pressupost

El pressupost net és de VUIT MIL EUROS (8.000 €) més la quantitat de MIL SIS-CENTS VUITANTA EUROS (1.680 €), que correspon al 21 % de l'IVA i un preu final de NOU MIL SIS-CENTS VUITANTA EUROS (9.680 €).

7. Durada del contracte

La durada d'aquest contracte serà d'un any a comptar des de l'endemà de la recepció de la notificació de l'adjudicació del contracte.

8. Criteris d'adjudicació

La puntuació màxima serà de 100 punts. Es procedirà a la selecció de l'oferta més avantatjosa d'acord amb els següents criteris automàtics:

1. **Preu (màxim 85 punts)**

Es valorarà l'oferta econòmica, amb un màxim de 85 punts. S'atorgarà la màxima puntuació a l'empresa que formuli el preu més baix i a la resta d'empreses la distribució de la puntuació es farà aplicant la següent formula:

$$\left(\frac{\text{Pressupost net - oferta}}{\text{Pressupost net - oferta més econòmica}} \right) \times \text{Punts màx.} = \text{Puntuació resultant}$$

2. **Experiència professional en serveis similars de la persona adscrita al contracte (15 punts)**

Es valorarà amb un màxim de 15 punts l'experiència en serveis similars de la persona adscrita al contracte:

Experiència professional en serveis similars de 4 a 5 anys	10 punts
Experiència professional en serveis similars en 6 o més anys	15 punts

L'experiència professional s'acreditarà mitjançant els certificats de bona execució emesos pel client final dels serveis similars realitzats per la persona adscrita al contracte, on hi consti el seu nom i cognoms.

9. Procediment d'adjudicació

Es proposa un contracte d'adjudicació directa amb concurrència, previst a l'article 131.3 de la LCSP com a procediment d'adjudicació dels contractes de les Administracions Públiques.

Als efectes del què preveu l'art. 118 LCSP, en virtut del present es justifica que aquest servei esdevé una unitat funcional que permet el seu aprofitament individual sense la necessitat de prestacions accessòries o complementàries, i per tant, no s'ha fraccionat l'objecte d'aquest contracte per eludir els procediments de contractació.

10. Responsable del contracte

Sr. Jordi Palay i Escardó, cap del Departament de Comunicació de l'IMHAB.

Sr. Jordi Palay i Escardó,
Cap del Departament de Comunicació de l'IMHAB.

Gerard Capó Fuentes
Gerent de l'IMHAB

ANNEX

Informe sobre l'estudi del procediment per a la instal·lació i explotació publicitària de lones en façanes d'edificis d'habitatge públic de l'Institut Municipal de l'Habitatge

1. Introducció:

Cal baixar l'objectiu de l'informe i la missió d'aquest en el marc estratègic de l'Institut Municipal de l'Habitatge i Rehabilitació de Barcelona (IMHAB).

Cal descriure el procediment tècnic, administratiu i econòmic que ha de seguir l'Institut Municipal de l'Habitatge i Rehabilitació de Barcelona (IMHAB) per autoritzar, gestionar i obtenir rendiments derivats de la col·locació de lones publicitàries a les façanes dels edificis d'habitatge públic de la seva titularitat o gestió.

La motivació de l'informe i la seva finalitat és la d'aprofitar de manera eficient els espais publicitaris disponibles arran de rehabilitacions d'edificis o la nova construcció de promocions per tal de generar ingressos complementaris per a l'entitat.

2. Marc legal i normatiu:

El desenvolupament d'aquesta activitat està subjecte al compliment de la normativa vigent en matèria de publicitat exterior, urbanisme i seguretat. Per tant cal esbrinar dins del marc legal existent quines normatives s'han de complir i quins és el procediment:

- Ordenança municipal de publicitat exterior de Barcelona vehiculades mitjançant l'Institut Municipal de Paisatge Urbà de Barcelona.
- Llei 20/2009, de prevenció i control ambiental de les activitats.
- Normativa tècnica d'edificació i Codi Tècnic de l'Edificació (CTE).
- Llei 9/2017, de Contractes del Sector Públic.
- Normes sobre imatge institucional i continguts publicitaris.
- Edificis situats en zones protegides o catalogades, caldrà obtenir els informes favorables de Patrimoni Arquitectònic i de la Comissió de Qualitat Urbana.

3. Procediment per a la instal·lació de lones publicitàries:

Cal identificar com ha de ser el procediment per a la instal·lació. Generar una infografia de procediment per tal d'identificar tots els passos per posteriorment poder activar-ne els protocols pertinents.

3.1. Identificació dels edificis aptes

L'IMHAB elaborarà un catàleg d'edificis potencialment aptes per a la instal·lació de lones publicitàries, però què ha de tenir en compte per fer-ho? Elements com la visibilitat, l'estat estructural, la disponibilitat temporal, tipologia de bastida, etc.

3.2. Estudi tècnic i autoritzacions

Per a cada proposta caldrà elaborar un informe tècnic de viabilitat amb càlculs de càrrega, plànols i informes de seguretat? És necessari tenir pla de prevenció propi? L'IMHAB haurà de tramitar amb IMPU l'autorització? Quins elements són necessaris per poder fer aquestes passes? Qui haurà de tramitar l'assegurança de responsabilitat civil? Quines cobertures ha de tenir?

3.3. Procediment de contractació

La gestió publicitària es durà a terme mitjançant concessió administrativa o contracte de serveis? Com es licita aquest servei i amb quins termes? Com es calcula l'import que i el procediment d'adjudicació? Com es regularà i què haurà de tenir en compte? Elements bàsics a tenir en compte: durada, cànon, responsabilitats i contingut publicitari.

3.4. Instal·lació i seguiment

L'empresa adjudicatària del procediment seria responsable de la gestió dels espais i de la producció i gestió de les lones? Quins elements s'hauria de gestionar del muntatge i manteniment? Quins mecanismes cal preveure?

4. Model econòmic i generació d'ingressos

Els ingressos provenen del cànon que l'empresa publicitària abona per l'ús temporal de la façana. Els criteris econòmics poden basar-se en superfície, durada i localització. Però com es calculen tots aquests factors i quines referències hi ha? Com s'han d'ingressar a l'IMHAB tenint en compte la seva naturalesa jurídica?

5. Beneficis i impacte

Cal avaluar els beneficis i impacte d'aquest projecte.

- Generació d'ingressos addicionals per finançar polítiques públiques.
- Reducció visual d'obres mitjançant dissenys integrats.
- Millora de la imatge urbana i promoció d'iniciatives de ciutat.

6. Conclusions i recomanacions

Cal establir unes conclusions que permetin l'activació d'aquest projecte i aquestes conclusions han d'incloure tota la informació necessària, diagrames de flux i procediments, i tots els models necessaris d'informe i/o manuals.

1. L'IMHAB pot aprofitar les façanes dels edificis públics com a recurs econòmic complementari.
2. Cal establir un protocol intern de selecció, autorització i control.

3. Es recomana formalitzar acords marc o licitacions públiques amb empreses especialitzades.
4. Els ingressos s'han de destinar a programes de millora i polítiques socials.
5. Es proposa elaborar un manual de bones pràctiques publicitàries.

7. Annexos

Cal lliurar tots els models de documentació que s'hagin elaborat i que seran necessaris per a la l'impuls del projecte (informes, digrames, fitxes, etc).