



INFORME JUSTIFICATIU PER A LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE PRODUCCIÓ D'UNA CAMPANYA MARC DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL EXP. PR-2026-21

1. Dades que identifiquen l'expedient i CPV:

L'objecte d'aquesta contractació són els serveis de preproducció, realització, producció, postproducció i edició d'una campanya de publicitat institucional que inclou productes audiovisuals (siguin espots, falques o altres formats audiovisuals), fotografies i productes gràfics (siguin anuncis o altres formats gràfics, estàtics o animats).

Codi Expedient: PR-2026-21

Codi CPV: 79341400-0. Serveis de campanya de publicitat.

Codi CPV complementari: 92111200-4 Producció de pel·lícules i cintes de vídeo de publicitat, propaganda i informació

La descripció completa dels serveis a prestar està descrita al punt 2 del plec de prescripcions tècniques d'aquesta contractació.

2. Necessitat de la contractació i justificació de la insuficiència de mitjans:

El punt 1.3 de l'acord de Govern de 5 de novembre de 2024 estableix que la contractació i el finançament corresponent a conceptualització creativa, estratègia de comunicació, disseny i producció de les campanyes i accions publicitàries institucionals i de la gestió i inserció en els mitjans de comunicació correspon a l'òrgan competent en matèria de publicitat institucional, és a dir, a la Direcció General de Difusió.

Actualment, la Direcció General de Difusió es troba adscrita al Departament de la Presidència d'acord amb el DECRET 105/2025, de 27 de maig, de reestructuració del Departament de la Presidència, i ostenta les competències relatives a la coordinació de la publicitat institucional i la definició dels criteris per al desenvolupament de les campanyes de publicitat institucional de l'Administració de la Generalitat i de les entitats que en depenen.

Els serveis de producció audiovisual i gràfica formen part del ventall de serveis necessari per a l'activitat publicitària i de difusió de la Generalitat de Catalunya però sovint són serveis que no requereixen de la conceptualització i creativitat prèvia que suposa una campanya de publicitat institucional sinó que es tracta de l'execució d'una idea i un guió ja determinat per l'equip de comunicació del departament o ens corresponent.

L'empresa adjudicatària haurà de produir tots aquells materials necessaris per a l'emissió/publicació de les diferents peces de comunicació d'acord amb la idea creativa de la campanya. Per tant, haurà de treballar en col·laboració amb l'equip creatiu que desenvoluparà el conjunt de la campanya.

Durant l'any 2026 el Govern vol difondre una campanya de publicitat institucional, que constarà de diferents potes o fases, per comunicar a la societat catalana en el seu conjunt un missatge paraigües que explicarà les àrees estratègiques essencials per garantir un desenvolupament equilibrat i inclusiu i com aquestes han estat i estaran assolides i desenvolupades i com el ciutadà podrà accedir a tots els serveis i tramis associats.

Es preveu que es produirà i difondrà una primera fase de la campanya durant el primer semestre de 2026 i una segona fase durant el segon semestre de 2026. Tanmateix, no es

descarta que aquesta campanya es pugui perllongar més enllà de l'any 2026 si calgués emfatitzar alguna de les potes.

La primera fase de la campanya inclourà els següents missatges:

1. Habitatge: mesures per a facilitar l'accés a l'habitatge, ajuts al lloguer o la compra de l'habitatge habitual i protecció dels llogaters.
2. Seguretat i millors serveis públics: transformació digital, modernització de les infraestructures i un augment en la dotació de recursos humans.
3. Economia i ocupació: transformació del Servei d'Ocupació de Catalunya, promoure l'autoocupació, polítiques actives d'ocupació.

La segona fase de la campanya inclourà els següents missatges:

4. Sanitat: reducció llistes d'espera, atenció integrada social i sanitària per a les necessitats de la gent gran i les persones amb dependència, cronicitat i discapacitat.
5. Igualtat, feminisme i benestar: adaptar els serveis públics a les noves necessitats de la població derivades dels canvis socials i demogràfics. Abordatge integral de la violència masclista
6. Sector agrari: actuacions per donar suport al sector agrari, pesquer i forestal en l'adaptació al canvi climàtic i mitigar-ne els efectes, i també per millorar-ne la competitivitat.

Aquests missatges es declinaran des d'un missatge troncal o paraigües que ajudarà a fixar un relat comú que aglutinarà i explicarà de manera clara que la ciutadania és la destinatària i part d'aquestes actuacions.

Durant el 2027 es podrà continuar la campanya marc, mantenint el mateix concepte o ideari, per tal d'emfatitzar o destacar alguna de les potes.

Els mitjans personals i materials de la Direcció General de Difusió són insuficients per poder assumir internament la realització dels serveis objecte de la contractació en els termes i condicions que es detallen en el plec de prescripcions tècniques, la Direcció General de Difusió considera necessari licitar una nova contractació dels serveis descrits en l'objecte del contracte.

3. Característiques principals de la contractació:

Divisió en lots

Aquesta contractació no es divideix en lots atès que la prestació dels serveis objecte d'aquest procediment de licitació s'ha de realitzar de manera conjunta i global per una única empresa per tal d'aconseguir una major eficiència i coordinació dels treballs.

La divisió en lots de la prestació del servei podria posar en risc la correcta execució del contracte, ja que si la producció d'una mateixa campanya s'atribueix a diversos contractistes fallaria la coordinació adequada entre aquests i, per tant, la qualitat del servei a prestar.

Termini d'execució

La prestació dels serveis objecte d'aquesta contractació s'haurà de realitzar des de l'1 de gener de 2026, o des de la data de signatura del contracte si aquesta és posterior, i fins que s'exhaureixi el pressupost o, com a màxim fins el 31 de desembre de 2026.

Pròrroga

Es preveu la possibilitat de pròrroga. La durada de la pròrroga serà, com a màxim, anual, i el període total amb pròrroga inclosa serà fins el 31 de desembre de 2027, amb subjecció a les disponibilitats pressupostàries.

En el cas que la campanya marci continuï durant el 2027, amb el mateix concepte o ideari, serà necessari que l'empresa adjudicatària d'aquesta contractació continuï prestant el seu servei.

La producció de la campanya està prevista per al 2026 però es possible que durant el 2027 sigui necessari la producció de noves peces incloses en la definició dels serveis objecte del contracte per explicar amb més profunditat els missatges inclosos a les fases descrites.

Modificacions contractuals

Es preveu la possibilitat de modificar el contracte en un percentatge no superior al 20% del preu inicial, en algun dels casos següents:

- Quan les necessitats reals del servei fossin superiors a les estimades inicialment. En aquest supòsit, es tractaria d'una necessitat superior d'unitats previstes inicialment, d'acord amb el que determina la disposició addicional 33a. de la LCSP.

El càlcul de l'import de la modificació es farà partir dels preus unitaris presentats per l'empresa adjudicatària a la seva oferta.

Així mateix, la modificació no pot suposar l'establiment de nous preus unitaris no previstos en el contracte.

Cessió i subcontractació

No es podrà cedir el contracte perquè les qualitats tècniques de l'empresa adjudicatària són determinants a l'hora d'adjudicar el contracte,

D'acord amb la normativa vigent es permet la subcontractació excepte d'aquelles tasques que es consideren crítiques.

Les tasques crítiques que no es poden subcontractar són aquelles on la qualitat tècnica de l'empresa adjudicatària es considera indispensable per aconseguir un material de qualitat i que compleixi amb els objectius estratègics plantejats.

D'acord amb la clàusula tercera del PPT, els serveis que no es podran subcontractar ja que es consideren tasques crítiques són els següents:

Els serveis de coordinació i supervisió de la plasmació dels continguts dels guions en imatges audiovisuals i en sonoritzacions (tant dels vídeos com de falques) així com la supervisió de la correcta producció de les fotografies i productes gràfics (estàtics o animats).

La resta d'actuacions tenen la consideració de no crítiques i poden ser subcontractades.

4. Valor estimat del contracte i pressupost base de licitació: justificació del seu càlcul

El Valor estimat del contracte (VEC) s'ha obtingut a partir del pressupost base de licitació sense l'IVA incrementat amb l'import de la pròrroga màxima prevista de dos anys i la modificació màxima permesa del 20%.

El VEC total resultant és 1.542.240,00 €, IVA exclòs, d'acord amb el següent desglossament:

		VEC total, IVA exclòs:
Import previst 2026:	Import pròrroga prevista 2027:	1.542.240,00 €
642.600,00 €	642.600,00 €	
20% modif. 2026	20% modif. 2027	
128.520,00 €	128.520,00 €	

Per a la determinació del VEC s'han tingut en compte els costos derivats de l'aplicació de les normatives laborals vigents, altres costos que es deriven de l'execució material dels serveis, despeses generals d'estructura i el benefici industrial.

Pressupost base de licitació

El pressupost base de licitació és el següent:

Import IVA exclòs	Import IVA (21%)	Import total, (21%) IVA inclòs
642.600,00 €	134.946,00 €	777.546,00 €

Aquest serà l'import màxim d'adjudicació i s'exhaurirà, o no, en funció dels treballs que es duuguin a terme. En qualsevol cas no es garanteix cap volum mínim de despesa.

Aquesta contractació anirà a càrrec de la partida pressupostària:

Centre gestor	Partida pressupostària
DD04	D/226000300/1210/0000

Els costos inclosos en aquest informe es basen en estimacions de preus de mercat (art. 100.2 LCSP).

En annex es troba el desglossament dels costos directes i indirectes que configuren el pressupost base de licitació.

El cost del personal no és preu del contracte i no forma part de l'oferta econòmica.

D'acord amb la resolució 739/2019 del TACRC, la desagregació dels costos de personal per gènere i categoria professional prescrita per l'article 100.2 LCSP només afecta als contractes

de serveis en què els costos del personal que executa el servei, a banda de ser el cost principal, formen part del preu total del contracte.

En aquest cas, els costos salarials de les persones que executaran el contracte no contribueixen a fixar el preu ni en formen part, i no s'integren en el preu total del contracte.

En tot cas l'empresa contractista haurà de complir el conveni col·lectiu aplicable, o bé, haurà de respectar el salari mínim interprofessional i, en el seu cas, les condicions laborals que s'hagin pogut fixar en el marc d'un acord interprofessional, de conformitat amb els articles 3 i 83 del Reial Decret Legislatiu 2/2015, de 23 d'octubre, pel que s'aprova el Text Refós de la Llei de l'Estatut dels Treballadors.

Determinació del preu. Preus unitaris:

El sistema de determinació del preu és per preus unitaris. Els preus unitaris estimats s'han obtingut a partir de preus de mercat i de l'experiència acumulada observant pressupostos presentats a concursos de campanyes publicitàries amb unes característiques similars a les requerides per a les campanyes objecte d'aquest contracte, com per exemple, els expedients 02/2024-SE-PORH (serveis de creativitat, conceptualització, disseny i producció de campanyes de comunicació institucional i de productes, per part del grup ICF), SA-2023-443 (el servei de conceptualització, creativitat, disseny, realització i producció de campanyes de publicitat), o el PTOP-2022-109 (Servei de creativitat de campanyes de difusió i les seves corresponents adaptacions i la creació i producció de vídeos). En prendre de referència els pressupostos dels expedients anteriors, s'han tingut en compte les variacions de l'índex de preus de consum que corresponien en cada cas.

El pressupost base de licitació, formulat en termes dels preus unitaris aproximats de mercat, s'ha calculat d'acord amb les següents estimacions de les prestacions a realitzar, definides en la clàusula segona del Plec de Prescripcions Tècniques (PPT):

Concepte/servei a prestar	Preu unitari màxim estimat (21% IVA exclòs)
Preu per a la producció d'un espot de nivell de complexitat alt amb rodatge i models i/o actors/actrius a diverses localitzacions.	80.000 €
Preu per a la producció d'un espot de nivell de complexitat mitjà amb rodatge i models i/o actors/actrius a diverses localitzacions o bé amb il·lustracions o imatges animades.	55.000 €
Preu per la subtitulació a altra llengua que no està per defecte al vídeo	200 €
Preu per a la interpretació d'un vídeo a llengua de signes catalana (LSC)	400 €
Preu per l'adaptació del vídeo original a formats més reduïts	400 €
Preu per a la producció d'una falca amb 1 veu	2.500 €
Preu per a 1 veu/idioma addicional (aranès o altre) en la locució de les falques	900 €
Preu per a la producció d'un original d'anunci gràfic per al mitjà premsa i exterior	1.500 €
Preu per l'adaptació de la gràfica original a nous missatges (canvi de claim o body copy)	150 €
Preu per a la producció d'un anunci per al mitjà digital: banner, capçalera web, capçalera de mailing, etc.	1.500 €
Preu per a la producció de peça optimitzada per a les Xarxes Socials (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.).	1.800 €
Preu per l'adaptació de la creativitat digital a nous missatges (canvi de claim o body copy)	150 €
Preu/hora sessió fotogràfica (fotògraf amb experiència intermèdia)	300 €
Preu/hora sessió fotogràfica (fotògraf alt nivell)	800 €

La definició dels perfils professionals es troba a la clàusula segona del PPT.

Justificació del càlcul del pressupost de licitació:

Basant-nos en l'experiència estimem una distribució aproximada del pressupost de licitació basada en les necessitats de la DGD durant el període d'execució del contracte que respon als següents càlculs:

Concepte/servei a prestar	Preu unitari estimat	Unitats	Import màxim
Preu per a la producció d'un espot de nivell de complexitat alt, amb rodatge i models i actors/actrius a diverses localitzacions	80.000 €	4	320.000 €
Preu per a la producció d'un espot de nivell de complexitat mitjà, amb rodatge i models i actors/actrius a diverses localitzacions o bé amb il·lustracions o imatges animades	55.000 €	4	220.000 €
Preu per la subtitulació a altra llengua que no està per defecte al vídeo	200 €	8	1.600 €
Preu per a la interpretació d'un vídeo a llengua de signes catalana (LSC)	400 €	8	3.200 €
Preu per l'adaptació del vídeo original a formats més reduïts	400 €	16	6.400 €
Preu per a la producció d'una falca amb 1 veu	2.500 €	8	20.000 €
Preu per a 1 veu/idioma addicional (aranès o altre) en la locució de les falques	900 €	8	7.200 €
Preu per a la producció d'un original d'anunci gràfic per al mitjà premsa i exterior	1.500 €	10	15.000 €
Preu per l'adaptació de la gràfica original a nous missatges (canvi de claim o body copy)	150 €	10	1.500 €
Preu per a la producció d'un anunci display estàtic per al mitjà digital: banner, capçalera web, capçalera de mailing, etc.	1.500 €	10	15.000 €
Preu per a la producció de peça optimitzada per a les Xarxes Socials (Facebook, Instagram, X, LinkedIn, etc.)	1.800 €	10	18.000 €
Preu per l'adaptació de la creativitat digital a nous missatges (canvi de claim o body copy)	150 €	10	1.500 €
Preu/hora sessió fotogràfica (fotògraf amb experiència intermèdia)	300 €	12	3.600 €
Preu/hora sessió fotogràfica (fotògraf alt nivell)	800 €	12	9.600 €
Total (abans d'IVA)			642.600 €

Aquesta estimació es basa en una estandardització de les peces necessàries, per tal d'arribar a un pressupost de licitació però la distribució concreta es farà en funció de les necessitats de comunicació i particularitats de la campanya (combinació de mitjans a on es difondrà, nombre de versions de cada anunci, etc.).

5. Criteris de solvència i classificació

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

Els criteris de solvència es consideren suficients, estan vinculats a l'objecte del contracte, i estan formulats de forma que faciliten una alta concurrència de licitadors, en especial de les petites i mitjanes empreses i permeten seleccionar empreses capacitades per realitzar correctament l'objecte contractual.

5.1 - Solvència requerida per a licitar:

a) Solvència econòmica i financera

Xifra anual de negocis en l'àmbit d'activitats corresponent a l'objecte del contracte, en relació al millor exercici dins dels tres darrers anys disponibles en funció de la data de creació o d'inici de les activitats empresarials, per un import igual o superior a 650.000,00 euros.

La quantia de la solvència s'estableix de forma proporcional a l'objecte del contracte, per garantir que l'empresa disposa d'un volum econòmic suficient per afrontar l'execució del contracte amb garanties. Aquesta quantia es considera adequada i proporcionada tenint en compte la naturalesa, durada i complexitat del servei a prestar.

b) Solvència tècnica

Serveis o treballs d'igual o similar naturalesa a l'objecte del contracte realitzats en els darrers tres anys. L'import anual dels serveis o treballs d'igual o similar naturalesa realitzats durant l'any de major execució del període de tres anys esmentat serà de, com a mínim, de 642.600,00 euros, IVA exclòs, és a dir, el pressupost de licitació d'aquesta contractació.

Aquest requisit de solvència permet verificar l'experiència específica en tasques comparables a les que són objecte del contracte, d'acord amb l'article 90.1 de la LCSP, i s'estableix de manera proporcionada a la naturalesa i a la complexitat del servei a prestar.

Solvència tècnica complementària: adscripció de mitjans personals

El personal adscrit a l'execució del contracte serà com a mínim:

- Director/a tècnic/a /coordinador/a. Persona encarregada de dirigir els equips de treball, planificar i assignar les tasques i vetllar per la seva correcta execució.
- Productor/a. Persona encarregada dels aspectes organitzatius i tècnics de l'elaboració de les peces.
- Guionista/redactor/a. Persona encarregada d'escriure un text que determini el context, la configuració i les accions de les peces, a més dels diàlegs.
- Director/a d'art. Persona encarregada de supervisar el disseny dels materials tant gràfics com audiovisuals.

D'acord amb la clàusula cinquena del PPT s'haurà acreditar una experiència mínima de 3 anys en projectes similars a l'objecte de contracte per a cadascun d'aquest personal adscrit.

c) Classificació empresarial optativa

Els licitadors també poden declarar que disposen d'aquesta solvència mitjançant la classificació empresarial especificada a continuació:

<i>Classificació segons RD 773/2015</i>
Grup: T
Subgrup: 1
Categoria: 5

6. Justificació del procediment:

Aquesta licitació es tramita mitjançant procediment obert, amb tramitació harmonitzada, i anticipada, regulat als articles 156 a 158 i 117.2 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de

Contractes del Sector Públic (en endavant LCSP). Aquest és el procediment adequat per raó de la quantia i per garantir la màxima concurrència de licitadors.

7. Criteris d'adjudicació:

Els criteris d'adjudicació es valoren d'acord amb la Directriu 1/2020 d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica de la Direcció General de Contractació Pública.

Per a dur a terme la valoració de les ofertes que es presentin, i de conformitat amb el que estableixen els articles 145 i 146 LCSP, s'utilitzaran els següents criteris amb les corresponents puntuacions màximes:

D'acord amb l'article 145 de la LCSP la selecció i valoració de les propostes es farà mitjançant l'aplicació d'una pluralitat de criteris d'adjudicació, tots ells de valoració automàtica. Aquests criteris d'adjudicació són els següents:

A) Criteris que requereixen judici de valor (màxim 49 punts):

Els criteris que requereixen judici de valor es divideixen en:

Pla estratègic de treball.....	fins a 33 punts
Treballs realitzats.....	fins a 16 punts

Pla estratègic de treball.....fins a 33 punts

Es demana la realització d'un pla estratègic de treball perquè una planificació de la feina és fonamental ja que la producció d'una campanya engloba molts processos que cal estructurar.

El pla estratègic de treball inclourà totes les fases (des de l'adaptació de la idea creativa fins a la seva entrega final) per a la realització de les següents peces: espot i falca de 30 segons de durada, anunci gràfic per als mitjans impresos i el mitjà exterior i un anunci per al mitjà internet i/o les xarxes socials.

Aquest pla detallarà els següents aspectes:

- Tipologia de realització tècnica que es proposa i altres aspectes tècnics
- Pla de preproducció: revisió del guió, selecció de localitzacions, càsting models/actors o actrius i de veus, equip humà a disposició de la producció de la campanya, art i escenografia i cronograma general.
- Pla de producció: dies i horaris de rodatge i sessió fotogràfica, llistat equip tècnic i artístic, gravació, disseny gràfic i animació de les peces gràfiques i d'internet.
- Pla de postproducció: edició de vídeo i àudio, correccions, efectes, subtítols, llengua signes, etc.

Els criteris específics de valoració del pla estratègic de treball són els següents:

1. Adequació del pla: es valorarà si el pla de treball és integral i coherent i si respon a una planificació professional i ben estructuradafins a un màxim de 30 punts.

Aquest criteri es basa en els requisits/subcriteris següents:

- el pla estratègic de treball conté tota la informació requerida en aquests plecs i la detalla de manera clara.
- es descriuen les fases de preproducció, producció i post producció
- el cronograma és assumible/realista, la producció està ben calendaritzada, amb previsió de temps, recursos i logística.
- els recursos assignats: equip humà (tècnic i artístic), recursos tècnics i localitzacions, són adequats i queden reflectits al pla de treball.

La puntuació esglaonada per aquest paràmetre es basa en la ponderació següent:

	Ponderació	Puntuació
Pla òptim: compleix els 4 requisits	100%	30 punts
Pla notable: compleix 3 dels 4 requisits	75%	22,5 punts
Pla correcte: compleix 2 dels 4 requisits	50%	15 punts
Pla amb algunes mancances: compleix 1 dels 4 requisits	25%	7,5 punts
Pla amb moltes mancances: no compleix aquests requisits	0%	0 punts

2. Avaluació de riscos i pla de contingència:fins a un màxim de 3 punts.

Aquest criteri es basa en els requisits/subcriteris següents:

- el pla recull una identificació de riscos: clima, permisos, problemes tècnics, etc.
- detalla un pla de contingència (proposa alternatives i solucions)

La puntuació esglaonada per aquest paràmetre es basa en la ponderació següent:

	Ponderació	Puntuació
Pla òptim: compleix els 2 requisits	100%	3 punts
Pla correcte: compleix 1 dels 2 requisits	50%	1,5 punts
Pla amb moltes mancances: no compleix aquests requisits	0%	0 punts

La puntuació total dels criteris sotmesos a judici de valor serà la suma de la puntuació dels criteris: Pc1+Pc2.

Treballs realitzatsfins a 16 punts

Aquest criteri està enfocat a valorar la capacitat de l'empresa en l'aplicació i producció de la idea creativa de la campanya i que inclou la realització, la preproducció, el càsting, la recerca de localitzacions, estilisme, il·luminació, sonorització, muntatge, edició i adaptació de les peces audiovisuals.

L'empresa licitadora haurà d'entregar un dossier amb un recull de treballs realitzats que contingui dues peces audiovisuals, preferiblement un espot publicitari i un vídeo corporatiu.

3. Adequació dels treballs realitzats..... fins a un màxim de 16 punts.

Aquest criteri es basa en els requisits/subcriteris següents:

1. El concepte creatiu és fàcil d'identificar al vídeo
2. Transmet el missatge publicitari/corporatiu de manera clara: s'entén fàcilment el que es vol comunicar
3. L'estructura narrativa és coherent
4. Qualitat d'imatge: resolució alta, nitidesa, enfoc i il·luminació adequada i bona composició visual
5. Qualitat de so: àudio nítid, sense interferències ni eco.
6. Edició professional: transicions netes, bona sincronització entre imatge i so i sense errors de muntatge
7. Estètica coherent amb la marca que s'està anunciant: colors, tipografies i estil visual alineats amb la identitat corporativa
8. Música i/o efectes sonors adequats, ben alineats amb les veus

Per cada requisit/subcriteri que compleixi l'espot publicitari se sumará 1 punt.....màxim 8 punts
Per cada requisit/subcriteri que compleixi el vídeo corporatiu se sumará 1 punt.....màxim 8 punts

En el cas que la suma de les valoracions dels criteris ($P_c = P_{c1} + P_{c2} + P_{c3}$) no arribi al lílindar del 50 % de la valoració total per aquests criteris (24,5) en cap de les proposicions, no s'aplicará la fórmula següent i la puntuació serà el valor obtingut en la fase de valoració de les propostes tècniques, prèvia a l'aplicació de la fórmula següent.

En el cas que se superi l'esmentat lílindar s'ordenaran les diferents propostes valorades per ordre decreixent, i s'aplicará la fórmula següent, per obtenir la puntuació.

La fórmula s'ha d'aplicar a cada criteri per després obtenir la puntuació total.

$$P_{cp} = P_c \times \frac{VT_{op}}{VT_{mv}}$$

P_{cp}= Puntuació criteri de l'oferta a puntuar P_c= Puntuació màxima del criteri. VT_{op}= Valoració tècnica del criteri de l'oferta que es puntuar VT_{mv}= Valoració tècnica del criteri de l'oferta millor valorada.

La puntuació mínima a assolir ha de ser de 30 punts. Les empreses que no assoleixin aquest lílindar mínim, seran excloses d'aquesta licitació.

B) Criteris automàtics (màxim 51 punts):

Només es valoraran els criteris automàtics si la proposta ha obtingut la puntuació mínima establerta en els criteris subjectius.

1 . Oferta econòmica: Fins a 36 punts.

Es valorarà la proposta econòmica en relació als criteris automàtics, d'acord amb l'aplicació de la següent fórmula:

$$Pv = \frac{Om \times Pc}{Ov}$$

P_v= Puntuació de l'oferta a valorar P_c= Punts criteri econòmic O_m= Oferta millor O_v= Oferta a valorar
--

Aquesta fórmula s'aplicarà a la suma dels preus unitaris. La xifra que es tindrà en compte com a oferta a valorar serà el sumatori de tots els preus unitaris.

L'oferta econòmica es presentarà en un quadre a on detallaran els preus unitaris oferts per a cadascun dels conceptes/serveis a prestar, d'acord amb el model annex al plec de clàusules administratives particulars. En el cas que es superi algun dels preus unitaris màxims l'empresa licitadora quedarà exclosa d'aquesta licitació.

L'oferta es presentarà d'acord amb el model annex al plec de clàusules administratives particulars.

2. Millora en el temps de lliurament dels materials.....fins a 8 punts

Es valorarà la reducció dels terminis de lliurament, sense comprometre la qualitat, des de la petició per part de l'òrgan contractant dels materials respecte als terminis parcials màxims establerts al Plec de Prescripcions Tècniques.

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

Criteri	Puntuació
- lliurament en un termini inferior a 28 dies naturals des de la data de la comanda per a la pre-producció, producció i post-producció dels productes audiovisuals. - lliurament en un termini inferior a 15 dies naturals des de la data de la comanda per a la producció productes gràfics.	8
-lliurament en un termini inferior a 35 dies naturals i igual o superior a 28 dies naturals des de la data de la comanda per a la pre-producció, producció i post-producció dels productes audiovisuals. - lliurament en un termini inferior a 18 dies naturals i igual o superior a 15 dies naturals des de la data de la comanda per a la producció productes gràfics.	4

3. Millora en el arxius finals entregats:..... fins a 7 punts

Es valorarà l'entrega d'un arxiu de vídeo amb el *making off* del rodatge dels espots i el procés de producció..... 7 punts

8. Condicions especials d'execució:

Durant l'execució del contracte l'empresa contractista haurà de complir les següents condicions especials d'execució:

- L'empresa contractista ha d'adequar la seva activitat als principis ètics i a les regles de conducta que s'estableixen en la clàusula corresponent del Plec de clàusules administratives particulars.
- L'empresa contractista haurà de complir, durant l'execució del contracte, per a les noves contractacions, que almenys un 20% d'aquestes han de ser indefinides (Art. 202.2 LCSP), i en especial a col·lectius que requereixen una especial protecció, preferentment a persones aturades de llarga durada, en compliment de l'article 202.2 LCSP i de la Llei 19/2020, del 30 de desembre, d'igualtat de tracte i no-discriminació.
- L'empresa contractista ha de mantenir durant l'execució del contracte l'adscripció de mitjans personals prevista.

L'empresa contractista està obligada a complir amb les següents clàusules mediambientals:

- Reduir les impressions el màxim possible i lliurar tots els documents generats preferentment en format electrònic. Quan sigui necessari imprimir, utilitzar preferentment paper 100% reciclat i fabricat amb un procés lliure de clor, fer les impressions a doble cara i en blanc i negre.
- Separar i gestionar correctament les diferents fraccions de residus generats i implementar mesures d'estalvi d'aigua i energia a l'oficina.
- Realitzar els desplaçaments imprescindibles per l'execució del contracte, prioritàriament en transport públic o amb vehicles de baixes emissions: elèctrics, híbrids o de gas (bifuel de gasolina).

Aquestes condicions especials d'execució són indicades per a la correcta execució del contracte, atès que contribueixen a la implementació efectiva dels principis de la contractació d'empreses socialment responsable, d'acord amb la LCSP.

Finalment les empreses contractistes, en base a l'objecte del contracte i a banda de les obligacions establertes en el plec de prescripcions tècniques, tenen les següents obligacions:

Propietat dels treballs

El o la contractista cedirà a l'Administració de la Generalitat de Catalunya gratuïtament i amb caràcter d'exclusiva, sense límit de temps i per a tot l'àmbit territorial universal, els drets d'explotació de la propietat intel·lectual de les obres realitzades per a la prestació de l'objecte contractual, en qualsevol forma i, en especial, en totes les seves modalitats d'explotació, inclosa l'explotació en xarxa d'Internet, del dret de reproducció, distribució, comunicació pública i transformació (actualització, traducció i qualsevol altra modificació que pugui derivar en una altra obra).

La cessió en exclusiva en els termes que estableix el paràgraf precedent s'efectua també als efectes que l'Administració de la Generalitat de Catalunya, com a cessionària en exclusiva dels drets d'explotació dels drets d'autor de les creacions realitzades per a la prestació de

l'objecte contractual (dibuixos, logotips, textos, eslògans, gràfics, etc.), pugui enregistrar-los, si s'escau, com a titular dels drets de la propietat industrial derivats de totes aquestes creacions (marca o nom comercial).

La cessió de drets prevista en aquesta clàusula s'aplicarà també en el cas d'elements creats o produïts (vídeos, fotografies digitals, etc.) per persones o empreses que hagin estat subcontractades per l'empresa adjudicatària, i a aquest efecte, l'empresa adjudicatària haurà d'acreditar la cessió esmentada. Aquests drets es cediran a l'Administració de la Generalitat també en exclusiva, sense límit de temps i per l'àmbit territorial universal en totes les seves modalitats d'explotació, inclosa la xarxa d'Internet: el dret de reproducció, distribució o comunicació pública.

Pel que fa als drets d'imatge dels models, figurants o qualsevol altra persona que aparegui en l'anunci i en qualsevol altre element o suport que composi la campanya, el contractista haurà de contractar els drets d'imatge o d'altres que els podrien correspondre (veu, nom o d'altres) per un període d'un (2) anys, per tal que l'Administració de la Generalitat, com a propietària de les creacions publicitàries pugui emetre-les per l'àmbit territorial universal sense cap càrrec per aquesta o d'altres conceptes durant el període esmentat.

A aquest efecte, l'autorització relativa a l'ús d'imatge s'haurà d'acreditar simultàniament al lliurament dels treballs que són objecte del present contracte.

D'altra banda, i per al cas que es vulgui seguir utilitzant la campanya, el contractista es compromet a facilitar les dades professionals dels models emprats en la campanya prèvia autorització dels interessats, per poder acordar amb l'agència i/o persona a qui correspongui la pròrroga dels drets d'imatge.

En el cas que es faci ús d'imatges d'arxiu, el contractista ha de respectar la llicència d'ús de les imatges utilitzades en cada cas. Si l'Administració de la Generalitat de Catalunya detecta que les imatges d'arxiu han estat utilitzades en altres campanyes de publicitat, pot demanar el canvi per unes altres imatges d'arxiu de les mateixes característiques

A més, el o la contractista assumeix també l'obligació de respondre i indemnitzar contra tota responsabilitat de qualsevol naturalesa originada o relacionada amb reclamacions que l'Administració de la Generalitat de Catalunya pugui rebre sobre el fet que l'explotació dels treballs, peces, icones, materials i en general qualsevol creació produïda per a l'objecte d'aquesta contractació, infringeixin drets de propietat intel·lectual i/o industrial de tercers.

Clàusules d'ús del català i condicions lingüístiques d'execució:

L'empresa contractista ha d'emprar el català en les seves relacions amb l'Administració de la Generalitat derivades de l'execució de l'objecte d'aquest contracte. Així mateix, l'empresa contractista i, si escau, les empreses subcontractistes han d'emprar, almenys, el català en els rètols, les publicacions, els avisos i en la resta de comunicacions de caràcter general que es derivin de l'execució de les prestacions objecte del contracte.

L'empresa contractista ha de lliurar els treballs objecte d'aquest contracte en català i han de quedar representades les diferents variants que presenta la llengua en els territoris de parla catalana.

Específicament, l'empresa contractista ha de redactar en llengua catalana la documentació del projecte tant en paper com en suport digital, que s'obtingui com a resultat de la realització dels treballs segons les determinacions del plec de prescripcions tècniques.

Així mateix, l'empresa contractista assumeix l'obligació de destinar a l'execució del contracte els mitjans i el personal que resultin adients per assegurar la correcció lingüística de les prestacions objecte del servei.

D'acord amb allò que s'ha exposat,

PROPOSO

Que s'iniciï la contractació administrativa serveis de preproducció, realització, producció , postproducció i edició d'una campanya de publicitat institucional que inclou productes audiovisuals (siguin espots, falques o altres formats audiovisuals), fotografies i productes gràfics (siguin anuncis o altres formats gràfics, estàtics o animats), amb les característiques especificades en aquest informe i la proposta de plecs de prescripcions tècniques que s'han elaborat també per aquesta unitat promotora.

Signat digitalment a Barcelona.

Directora general de Difusió

ANNEX 1. DESGLOSSAMENT EN COSTOS DEL CàLCUL DEL PRESSUPOST DE LICITACIÓ

Núm. Expedient: PR-2026-21

Objecte: serveis de preproducció, realització, producció, postproducció i edició d'una campanya de publicitat institucional que inclou productes audiovisuals (siguin espots, falques o altres formats audiovisuals), fotografies i productes gràfics (siguin anuncis o altres formats gràfics, estàtics o animats).

L'estimació del desglossament del pressupost de licitació en costos directes, indirectes i benefici industrial es detalla a continuació:

Costos directes	Percentatge sobre el Pressupost de licitació	Import (IVA exclòs)
<u>Despeses</u> associades directament a la prestació objecte del contracte: - Personal que l'empresa destina directament a la prestació del servei. - Despeses associades a la producció i muntatge dels productes audiovisuals, fotografies i productes gràfics. Maquinari idoni (equips audiovisuals, llicències, actualitzacions, etc.) Lloguer de localitzacions per gravar els vídeos (plató o localitzacions interiors) i les falques. Lloguer d'estudis de vídeo i so per a la post-producció. Vestuari, maquillatge, desplaçaments, dietes, etc. Drets il·lustradors i/o fotògrafs Drets d'imatge/catxés dels actors/actrius Servei de correcció lingüística.	82 %	526.932,00 €
Costos indirectes		
<u>Despeses generals d'estructura</u> (*): s'inclouen les despeses no vinculades directament al servei objecte del contracte però són necessàries per al funcionament de l'empresa (despeses de personal no adscrit al servei, les despeses de lloguers, administració, serveis centralitzats, amortització de mobiliari i equips etc...). Exclou les despeses financeres.	12 %	77.112,00 €
Benefici industrial	6%	38.556,00 €
Total costos indirectes	18%	115.668,00 €
PRESSUPOST DE LICITACIÓ (21% IVA exclòs)		642.600,00 €

(*) Aquests costos indirectes no es poden mesurar de manera precisa i per aquest motiu fem una deducció en base a una anàlisi d'un sector amb estructures empresarials majoritàriament mitjanes i petites, especialment pel que fa a les empreses locals.