

INFORME DE NECESSITAT I JUSTIFICACIÓ DE LA EXISTÈNCIA DE LOTS PER A LA LICITACIÓ DE L'ACORD MARC DELS SERVEIS DE MÀRQUETING I PROMOCIÓ COMERCIAL INTERNACIONAL DE PRODECA ALS MERCATS D'ÀFRICA AL NORD DEL SÀHARA, ÀFRICA AL SUD DEL SÀHARA, AMÈRICA LLATINA, ÀSIA ORIENTAL, ESTATS UNITS I CANADÀ, GRAN XINA, ÍNDIA I PAKISTAN, MERCATS EUROPEUS, ORIENT MITJÀ, I SUD-EST ASIÀTICS.

(Exp. AM-01/2026)

1. Objecte del contracte.

L'Objecte de l'Acord Marc és seleccionar un conjunt de professionals i/o empreses per prestar els serveis de màrqueting i promoció comercial internacional de PRODECA als mercats següents: Àfrica al nord del Sàhara, Àfrica al Sud del Sàhara, Amèrica Llatina, Àsia Oriental, Estats Units i Canadà, Gran Xina, Índia i Pakistan, mercats europeus, orient mitjà, i sud-est asiàtics.

La finalitat d'aquests serveis és donar suport a Prodeca en la realització d'activitats de màrqueting i de promoció comercial internacionals sobre el terreny per a l'execució, monitorització i seguiment dels objectius que s'estableixin en mercats estratègics, amb la finalitat de contribuir a l'accés i consolidació de les exportacions per part de les empreses catalanes del sector agroalimentari, i de valorització dels productes agroalimentaris catalans entre el públic professional i el públic final.

2. Justificació de la necessitat i idoneïtat.

PRODECA és una empresa pública de la Generalitat de Catalunya, adscrita al Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació, que té per objecte la promoció dels productes agroalimentaris catalans en els mercats nacional i internacional.

Ofereix serveis de suport al comerç exterior i d'acompanyament en el procés d'internacionalització a les empreses agroalimentàries catalanes; facilita la seva participació a les principals fires agroalimentàries internacionals, desplega programes d'iniciació a l'exportació, diversificació de mercats, promoció comercial i consolidació de la presència a països tercers. Organitza trobades de negoci entre empreses catalanes i operadors de mercats nacionals i internacionals, dóna suport a l'establiment de relacions comercials i de cooperació empresarial amb operadors d'altres mercats en l'àmbit agroalimentari, i organitza actuacions de màrqueting en mercats d'interès amb l'objectiu de contribuir a la millora del posicionament del sector agroalimentari català.

Per tal de portar a terme la seva activitat amb la màxima eficiència i eficàcia, requereix de la contractació de diferents serveis de màrqueting i de promoció comercial internacionals sobre el terreny per a l'execució, monitorització i seguiment dels objectius que s'estableixin en mercats estratègics, amb la finalitat de contribuir a l'accés i consolidació de les exportacions per part de les empreses catalanes del sector agroalimentari, i de valorització dels productes agroalimentaris catalans entre el públic professional i el públic final.

Per a la consecució d'aquesta finalitat, es requereix d'informació actualitzada i contrastada sobre les necessitats del mercat o mercats considerats clau, de l'establiment de relacions continuades amb importadors, distribuïdors i operadors en general del mercat o mercats considerats clau i

l'oferta continuada de productes agroalimentaris catalans, així com de treballs continuats de màrqueting que, amb les directrius de Prodeca, orientin els missatges a la cultura de cada mercat clau.

Prodeca considera els mercats d'Àfrica al nord del Sàhara, Àfrica al sud del Sàhara, Amèrica Llatina, Àsia Oriental, Estats Units i Canadà, Gran Xina, Índia i Pakistan, Mercats europeus, Orient Mitjà i Sud-est asiàtic com a estratègics per al sector agroalimentari de Catalunya, i que requereixen de treballs continuats de màrqueting i promoció comercial internacional per a la consecució dels objectius d'increment del posicionament en volum i en valor del sector agroalimentari.

Atès que Prodeca no disposa de recursos propis per a la realització d'aquestes tasques sobre terreny, es considera necessari endegar un procediment per a la contractació dels serveis d'elaboració dels materials de comunicació de Prodeca.

3. Justificació del procediment de contractació.

3.1. Tramitació:

Per la naturalesa del contracte objecte de licitació es proposa tramitar aquesta licitació mitjançant un ACORD MARC, obert ordinari, subjecte a regulació harmonitzada, i amb aplicació d'una pluralitat de criteris d'adjudicació, segons es disposa als articles 131, 317, 145, 146 i del 156 a 158 i concordants de la LCSP.

3.2. Durada de la prestació del servei:

El termini de durada de l'Acord Marc delimita el termini en el qual podran adjudicar-se els contractes basats, però aquest termini de durada no constitueix un límit per a la durada dels referits contractes basats, la qual podrà excedir el termini de vigència de l'Acord Marc.

D'acord amb el que preveu l'article 219.3 de la LCSP, un cop es produeixi la finalització de la durada de l'Acord Marc, es mantindran en vigor aquells contractes basats que s'hagin adjudicat dins del termini de vigència de l'Acord Marc, amb independència de que la seva vigència excedeixi la de l'Acord Marc.

Aquesta durada inicial de l'Acord Marc és de dos (2) anys (anys 2026 i 2027) i es podrà prorrogar, potestativament per part de PRODECA, per períodes anuals o terminis inferiors consecutius (2028 i 2029 com a màxim), fins a un total de quatre (4) anys (període inicial més pròrrogues).

La durada inicial començarà a comptar a partir de l'endemà de la data de la publicació en el Perfil del Contractant de PRODECA de la formalització dels documents contractuals corresponents a cada lot de l'Acord Marc i, dita publicació, es produirà després de la signatura del darrer document contractual.

Arribada la data de finalització de l'acord marc, l'òrgan de contractació podrà acordar prorrogar l'Acord Marc, essent aquesta una potestat del mateix però no una obligació. La no pròrroga de

L'Acord Marc no donarà dret a les empreses seleccionades a ser rescabalades o compensades per aquest fet. Aquesta pròrroga l'acorda l'òrgan de contractació i és obligatòria per a l'empresa contractista, sempre que la pre-avisi amb, almenys, dos mesos abans d'acabar el termini de durada de l'Acord Marc. La pròrroga no es pot produir, en cap cas, per acord tàcit de les parts.

En el cas de que l'òrgan de contractació acordi prorrogar l'Acord Marc, aquesta serà obligatòria per a les empreses seleccionades. En el cas de que alguna de les empreses seleccionades no formalitzi la pròrroga, PRODECA podrà reclamar els danys i perjudicis ocasionats o/i incautar la garantia si ha aquesta ha estat constituïda en concepte dels danys i perjudicis ocasionats.

Malgrat aquesta durada màxima de l'Acord Marc, aquest s'extingirà i finalitzarà a tots els efectes en el moment en que el que s'esgoti l'import previst com a valor màxim estimat.

Quan al venciment de l'Acord marc no s'hagués formalitzat un nou acord marc que garanteixi la continuïtat de la prestació, com a conseqüència d'incidències resultants d'esdeveniments imprevisibles per a l'òrgan de contractació produïdes en el procediment d'adjudicació, i existeixin raons d'interès públic per a no interrompre la prestació, es podrà prorrogar l'acord marc originari fins que comenci l'execució del nou acord marc i en tot cas per un període màxim de nou mesos, sense modificar les restants condicions de l'acord marc, sempre que l'anunci de licitació del nou acord marc s'hagi publicat amb una antelació mínima de tres mesos, respecte de la data de finalització de l'acord marc originari.

En aquest cas, en atenció a la naturalesa imprevisible d'aquesta pròrroga, l'aplicació de la qual no deriva de la voluntat de l'òrgan de contractació, aquesta no es prendrà en consideració a efectes de fixar el valor estimat, ni serà d'aplicació l'obligació de preavis anteriorment esmentada.

Aquest apartat és d'aplicació ja que estem davant d'una prestació de serveis successiva tal com es justifica en els següents apartats:

Forma part de l'activitat habitual de Prodeca.

La promoció comercial internacional és una funció estructural i permanent de Prodeca. Això inclou l'organització d'esdeveniments promocionals, de viatges empresarials, atenció de consultes sobre comerç exterior a mercats clau i altres accions de màrqueting i de promoció comercial. Aquestes accions no són puntuals, sinó planificades de forma continuada.

Els serveis s'adrecen a mercats estratègics de manera sistemàtica.

Són mercats prioritaris per a Catalunya que requereixen treballs continuats de màrqueting i promoció comercial per part de Prodeca. És a dir, no es tracta de serveis esporàdics sinó estratègics i persistents en el temps.

El format d'Acord Marc respon a la necessitat de reiteració.

El fet que es plantegi un acord marc multilot amb contractes basats respon a una voluntat explícita de sistematitzar i racionalitzar l'execució de serveis recurrents. S'indica que Prodeca no disposa de recursos interns suficients per dur a terme aquestes actuacions de forma directa i per això cal recórrer habitualment a la contractació externa.

Es preveu la possibilitat de múltiples contractes simultanis.

El plec estableix que les adjudicatàries hauran de tenir capacitat per executar més d'un contracte basat en paral·lel, fet que posa de manifest la continuïtat i recurrència dels serveis a prestar en els diferents lots territorials.

Contingut reiteratiu i planificat al llarg del temps.

L'apartat de tipologia de projectes i treballs del PPT descriu una gran varietat d'actuacions que es repeteixen cíclicament (Catalan Food, Business Forum, formació, informes de mercat, atenció de consultes, etc.). Aquestes actuacions formen part de l'estratègia permanent de suport a la internacionalització del sector agroalimentari català.

Referències a monitorització i seguiment.

El PPT preveu un seguiment constant de les actuacions i dels resultats, fet incompatible amb una visió puntual del servei. Aquest seguiment només té sentit en contextos de relació contractual estable i continuada.

La finalització de la vigència de l'Acord Marc, ja sigui per esgotament de l'import del valor estimat o pel compliment del termini, no impedirà, com es menciona amb anterioritat la continuïtat de la vigència dels contractes basats en l'Acord Marc, sempre i quan:

- a) La data d'enviament de les invitacions per participar en la licitació als licitadors seleccionats, estigui dins de la vigència de l'Acord Marc, pel cas que per adjudicar el contracte basat s'hagi de celebrar una licitació.
- b) La data d'adjudicació del contracte basat estigui dins de la vigència de l'Acord Marc, pel cas que per adjudicar el contracte basat no calgui la celebració d'una licitació.

Pel que fa a la durada dels contractes basats en l'Acord Marc, aquests podran adjudicar-se al llarg de tota la vigència de l'Acord Marc. La durada dels contractes basats en el present Acord Marc serà independent de la durada de l'Acord Marc i es regirà per allò establert al contracte basat respecte de la seva durada.

4. Existència de lots.

De conformitat amb allò previst a l'article 99 de la LCSP, s'indica que aquest contracte es dividirà en els lots següents:

- Lot 1.- Àfrica al nord del Sàhara.
- Lot 2.- Àfrica al Sud del Sàhara.
- Lot 3.- Amèrica Llatina.
- Lot 4.- Àsia Oriental.
- Lot 5.- Estats Units i Canadà.
- Lot 6.- Gran Xina.
- Lot 7.- Índia i Pakistan.
- Lot 8.- Mercats Europeus.
- Lot 9.- Orient Mitjà.
- Lot 10.- Sud-est asiàtic.

La divisió en lots s'ha basat en la funcionalitat i tipologies dels serveis que els componen i en les zones geogràfiques on s'executaran els serveis.

L'Acord Marc seleccionarà a un màxim de tres empreses per cada Lot que es licita.

Els licitadors es podran presentar a un màxim de tres lots, i podran resultar adjudicataris en un màxim de tres lots per tal de promoure la concurrència.

En cas que a un lot, no pugui adjudicar-se a com a mínim a 3 professionals o empreses, podrà adjudicar-se en un número inferior, sempre que compleixin amb els requisits previstos en aquesta licitació.

5. Criteris de Solvència.

Els criteris de solvència fixats a continuació i que es troben vinculats a l'objecte del contracte, s'han escollit amb la finalitat d'aconseguir un equilibri entre la proporcionalitat dels requisits exigits de solvència i la necessitat que l'empresa adjudicatària disposi de la suficient solvència econòmic-financera i tècnica i professional necessària per a la correcta execució del contracte.

Només els adjudicataris dels lots hauran d'aportar la documentació acreditativa del compliment dels requisits de solvència.

- **Solvència tècnica i professional:**

Mitjans per acreditar la solvència econòmica i financera i tècnica o professional: les empreses licitadores podran acreditar la seva solvència, indistintament, mitjançant la seva classificació en el grup o subgrup de classificació corresponent al contracte o bé acreditant el compliment dels requisits específics de solvència exigits a continuació.

1.- Classificació de l'empresari: Segons l'article 77.1 de la LCSP, l'article 11 i l'Annex II del RGLCAP no es requereix la classificació empresarial per aquest tipus de contracte donat que l'objecte del contracte no es correspon a cap dels subgrups de classificació de l'Annex II del RGLCAP.

2.- Criteris de selecció relatius a la solvència econòmica i financera i tècnica o Professional

G.2.1. Solvència tècnica.

Es considera necessari, als efectes de garantir una adequada prestació del servei tenint en compte el nivell d'expertesa que es requereix al Plec de Prescripcions Tècniques, que els licitadors compleixin, com a mínim els criteris de solvència tècnica que s'indiquen a continuació.

1. Criteri:

Relació dels principals serveis o treballs realitzats d'igual o similar naturalesa que els que constitueix l'objecte del contracte en el curs dels tres anys abans (naturals) a la data de presentació de les ofertes, en el que s'indiqui l'import, la data i el destinatari, públic o privat dels mateixos.

- **Mínim exigible:** Cal acreditar en l'any de major execució un import igual o superior a **36.000€ respecte del Lot 1 Àfrica al nord del Sàhara; 60.000€ respecte del Lot 2 Àfrica al sud del Sàhara; 62.400€ respecte del Lot 3 Amèrica Llatina; 72.000€ respecte del Lot 4 Àsia Oriental; 84.000€ respecte del Lot 5 Estats Units i Canadà; 72.000€ respecte del Lot 6 Gran Xina; 36.000€ respecte del Lot 7 Índia i Pakistan; 60.000€ respecte del Lot 8 Mercats europeus; 72.000€ respecte del Lot 9 Orient Mitjà i 36.000€ respecte del Lot 10 Sud-est asiàtic.**
- **Mitjà d'acreditació:**
Relació dels serveis efectuats en els tres anys abans (naturals) a la data de presentació de les ofertes, d'igual o similar naturalesa que els que constitueixen l'objecte del contracte, i que l'any de major execució sigui igual o superior a 36.000€ respecte del Lot 1 Àfrica al nord del Sàhara; 60.000€ respecte del Lot 2 Àfrica al sud del Sàhara;

62.400€ respecte del Lot 3 Amèrica Llatina; 72.000€ respecte del Lot 4 Àsia Oriental; 84.000€ respecte del Lot 5 Estats Units i Canadà; 72.000€ respecte del Lot 6 Gran Xina; 36.000€ respecte del Lot 7 Índia i Pakistan; 60.000€ respecte del Lot 8 Mercats europeus; 72.000€ respecte del Lot 9 Orient Mitjà i 36.000€ respecte del Lot 10 Sud-est asiàtic.

A més d'aquesta relació dels principals serveis efectuats, l'empresa considerada com a possible adjudicatària per haver presentat la millor oferta **haurà d'acreditar en l'any de major execució (dels tres anys abans naturals) serveis per import igual o superior a 36.000€ respecte del Lot 1 Àfrica al nord del Sàhara; 60.000€ respecte del Lot 2 Àfrica al sud del Sàhara; 62.400€ respecte del Lot 3 Amèrica Llatina; 72.000€ respecte del Lot 4 Àsia Oriental; 84.000€ respecte del Lot 5 Estats Units i Canadà; 72.000€ respecte del Lot 6 Gran Xina; 36.000€ respecte del Lot 7 Índia i Pakistan; 60.000€ respecte del Lot 8 Mercats europeus; 72.000€ respecte del Lot 9 Orient Mitjà i 36.000€ respecte del Lot 10 Sud-est asiàtic**, mitjançant alguna de les següents formes:

- Mitjançant certificats expedits o vistes per l'òrgan competent, si el destinatari és una entitat del sector públic.
- Si el destinatari és un subjecte privat, es pot optar per acreditar-ho amb un certificat expedit per aquest subjecte privat o bé mitjançant una declaració de l'empresari que ha d'anar acompanyada dels documents de què disposi que acreditin la realització de la prestació.

2.2.- Solvència econòmica i financera.

Criteri 1 Volum Anual de negocis

Volum anual de negocis en l'àmbit al que es refereix el contracte, referit al millor exercici dins dels tres darrers disponibles en funció de les dates de constitució o d'inici d'activitats de l'empresari i presentació de les ofertes.

- **Mínim exigible:** Haver generat un volum anual de negoci que, referit al millor dels tres darrers exercicis anuals disponibles en funció de les dates de constitució o d'inici d'activitat de les empreses i presentació de les ofertes, sigui d'un import igual o superior a **36.000€ respecte del Lot 1 Àfrica al nord del Sàhara; 60.000€ respecte del Lot 2 Àfrica al sud del Sàhara; 62.400€ respecte del Lot 3 Amèrica Llatina; 72.000€ respecte del Lot 4 Àsia Oriental; 84.000€ respecte del Lot 5 Estats Units i Canadà; 72.000€ respecte del Lot 6 Gran Xina; 36.000€ respecte del Lot 7 Índia i Pakistan; 60.000€ respecte del Lot 8 Mercats europeus; 72.000€ respecte del Lot 9 Orient Mitjà i 36.000€ respecte del Lot 10 Sud-est asiàtic.**
- **Mitjà d'acreditació:** Els comptes anuals dels tres darrers exercicis aprovats i dipositats al Registre Mercantil o en el registre oficial que correspongui. Els empresaris individuals no inscrits al Registre Mercantil han d'acreditar el seu volum anual de negocis mitjançant els llibres d'inventaris i comptes anuals legalitzats pel Registre Mercantil.

Criteri 2 Assegurança d'indemnització per riscos professionals

Disposar d'una assegurança d'indemnització per riscos professionals vigent a la fi del termini de presentació d'ofertes amb un valor mínim de 300.000€.

Mitjà d'acreditació: Aquest requisit s'acreditarà amb la presentació dels següents documents:

a.- Certificat expedit per l'assegurador en el que constin els imports i riscos assegurats i la data del venciment.

b.- Declaració de compromís vinculant signada pel representant legal de l'empresa en la que consti la subscripció, pròrroga o renovació de l'assegurança que cobreixi tota la durada del contracte i la/les seva/es pròrroga/es.

6. Criteris de valoració

Els criteris de valoració fixats estan vinculats amb l'objecte del contracte i s'han definit tenint en compte la naturalesa del contracte i les necessitats específiques i dels seus respectius lots, amb l'objectiu d'assegurar la màxima qualitat, eficiència i alineació amb els objectius institucionals de Prodeca, garantint el principi de eficiència en la utilització dels fons públics destinats a la contractació dels serveis.

En tots els lots s'estableix aquesta ponderació de criteris:

Criteris	Punts
6.1. Criteris d'adjudicació sotmesos a judici de valor	36
6.2. Criteris d'adjudicació avaluables objectivament	64
TOTAL	100

6.1.- Criteris de valoració de qüestions subjectives i/o avaluables mitjançant un judici de valor (Fins a 36 punts)

Aquelles licitadores que no assoleixin un mínim de 18 punts en aquesta fase quedaran eliminades del procés de licitació, atenent al que preveu l'article 146.3 de la Llei de Contractes del Sector públic, d'acord en el qual s'estableix que en el cas que el procediment d'adjudicació s'articuli en diverses fases, s'ha d'indicar igualment en quines s'han d'anar aplicant els diferents criteris, i s'ha d'establir un llindar mínim del 50 per cent de la puntuació en el conjunt dels criteris qualitius per continuar en el procés selectiu.

En aquest apartat, s'estableixen criteris per a valorar aspectes que es consideren rellevants per a una execució eficient i amb el màxim d'impacte.

El criteri de desenvolupament metodològic i executiu dels 3 treballs que es demana incloure en la Memòria permet veure que el plantejament s'alinea amb l'estratègia de Prodeca, el coneixement del mercat o mercats objecte del lot corresponent per part de la licitadora en el que es refereix al sector agroalimentari, les tendències de consum, la segmentació d'operadors, així com la metodologia utilitzada per a una consecució d'objectius de manera clara, eficient i amb optimització de recursos; així com la mesura d'impacte i de posicionament en el públic objectiu que proposi la licitadora per a una millora del retorn de la inversió.

1. Planificació dels treballs i metodologia: Fins a 36 punts

En aquest apartat, es valoraran de manera separada cada un dels tres esquemes de treball presentats. S'assignarà a cada un dels esquemes de treball un màxim de 12 punts.

Aquest apartat permet valorar el grau d'alineament amb els objectius de Prodeca per a la present contractació, la qualitat professional de la licitadora a l'hora de plantejar una proposta que ha de rendibilitzar les actuacions i executar-les amb temps adequat per a aconseguir els millors resultats de manera eficient.

Es valorarà la coherència de la proposta i el grau d'alineament amb el missatge que Prodeca desplega internacionalment, així com la versatilitat del projecte a l'hora de multiplicar-ne l'impacte.

Rebrà la màxima puntuació aquell esquema de treball que presenti un projecte harmònic, consistent, amb paràmetres de seguiment i calendari d'execució coherent.

En l'apartat de metodologia, rebrà la màxima puntuació aquell esquema de treball que presenti un plantejament clar, amb processos ben definits, que permeti valorar la capacitat de la licitadora per a la consecució d'objectius de manera rendible i efectiva.

En l'apartat d'indicadors d'impacte, rebrà la màxima puntuació aquell esquema de treball que presenti punts adequats de control i seguiment, amb indicadors d'impacte quantitatius i qualitatius que permetin mesurar el retorn de les actuacions en termes de posicionament.

Cada un dels 3 esquemes de treball es valoraran fins a 12 punts, que es distribueixen de la manera següent:

2.1. Grau de definició i metodologia del projecte d'organització, planificació i execució del contracte. Es valorarà de més a menys el grau de definició i metodologia d'acord amb els següents criteris:	Fins a 7 punts
- Grau de segmentació del públic professional objectiu i alineació amb les característiques dels productes i les empreses agroalimentàries catalanes, i de planificació dels treballs per a l'adequació de la proposta al perfil del públic objectiu	Fins a 4 punts
- Grau de definició i adequació de la metodologia de treball proposada	Fins a 3 punts
2.2. Grau d'impacte previst i justificació Es valorarà de més a menys la proposta de dimensionament de l'impacte previst i el grau de definició de la justificació d'acord amb els següents criteris:	Fins a 3 punts
- Grau de definició, adequació i justificació de la proposta de dimensionament qualitatiu i quantitatiu de l'impacte previst	Fins a 3 punts
2.3. Grau d'adequació de les solucions previstes d'interlocució i resolució d'incidències Es valorarà de més a menys l'adequació de les solucions d'interlocució previstes, l'agilitat en el procediment de resolució d'incidències	Fins a 2 punts
- Grau d'adequació de solucions d'interlocució i d'agilitat en el procediment de resolució d'incidències	Fins a 2 punts

6.2.- Criteris de valoració de qüestions objectives i avaluables de manera automàtica.(Fins a 64 punts)

Es justifica l'aplicació dels criteris avaluables de formes objectiva que a continuació es detallen en el sentit que el nivell d'expertesa del personal que ha d'executar els contractes basats dirigits a la promoció internacional o màrqueting internacional ha de ser molt alt per executar correctament el contracte així com li dona un valor afegit que les empreses disposin de mitjans materials (establiment d'oficina pròpia al mercat o mercats) que agilitzin o facilitin l'execució del contracte.

1. Criteris de valoració de qüestions objectives i avaluables de forma automàtica	Fins a 64 punts
1. Trajectòria del personal destinat a l'execució del contracte	Fins a 48 punts

La tipologia de servei objecte d'aquest contracte requereix que el personal destinat a l'execució del contracte disposi d'experiència en l'àmbit de la promoció comercial internacional i el màrqueting internacional en el mercat o mercats inclosos en el lot o lots corresponents. Per aquest motiu, addicionalment a la solvència tècnica requerida per a les licitadores, es valorarà la qualificació i l'experiència del professional o professionals assignats en treballs de promoció internacional o màrqueting internacional. Es puntuaran els treballs prestats de forma continuada (assistències, contractes similars amb una durada mínima de 3 mesos). Els treballs de menys de tres mesos no es puntuaran. <u>Aquest apartat es declararà detallant la informació indicada en el model annex a aportar en el sobre C.</u> La distribució de la puntuació en aquest apartat, que s'assignarà de més a menys per a cada oferta, és la següent:		
1.1. Experiència en treballs de promoció comercial internacional i màrqueting internacional en el mercat o mercats inclosos en el lot a què presenti oferta del perfil director de projecte, del perfil consultor sènior i del perfil gerent de màrqueting La puntuació màxima en aquest apartat és de 24 punts que es divideixen en 3 apartats, un per a la valoració dels treballs en què hagi participat en qualitat de director, gestor o tècnic el perfil que es presenti com a director de projecte; un altre per a la valoració dels treballs en què hagi participat en qualitat de director, gestor o tècnic el perfil que es presenti com a consultor sènior; i un altre per a la valoració dels treballs en què hagi participat en qualitat de director, gestor o tècnic el perfil que es presenti com a gerent de màrqueting. Les puntuacions referides a cada un dels perfils són acumulatives fins al màxim de puntuació assignada en aquest apartat.	Fins a 24 punts	
1.1.1 Director de projecte. Treballs relacionats amb l'organització d'actuacions de promoció comercial internacional i màrqueting internacional d'una empresa, un grup d'empreses o un organisme o institució.	Fins a 8 punts	
o 10 o més treballs per a empreses, grups d'empreses o organismes relacionats amb el sector agroalimentari al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	8 punts	
o Entre 5 i 9 treballs per a empreses, grups d'empreses o organismes relacionats amb el sector agroalimentari al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	5 punts	
o Entre 5 i 9 treballs per a empreses, grups d'empreses o organismes relacionats amb el sector agroalimentari en mercats diferents als inclosos en el lot a valorar	2 punts	

o Entre 2 i 4 treballs per a empreses, grups d'empreses o organismes relacionats amb el sector agroalimentari al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	2 punts	
1.1.2 Consultor sènior. Treballs relacionats amb l'organització d'actuacions de promoció comercial internacional i màrqueting internacional d'una empresa, un grup d'empreses o un organisme o institució.	Fins a 8 punts	
o 10 o més treballs per a empreses, grups d'empreses o organismes relacionats amb el sector agroalimentari al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	8 punts	
o Entre 5 i 9 treballs per a empreses, grups d'empreses o organismes relacionats amb el sector agroalimentari al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	5 punts	
o Entre 5 i 9 treballs per a empreses, grups d'empreses o organismes relacionats amb el sector agroalimentari en mercats diferents als inclosos en el lot a valorar	2 punts	
o Entre 2 i 4 treballs per a empreses, grups d'empreses o organismes relacionats amb el sector agroalimentari al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	2 punts	
1.1.3 Gerent de màrqueting. Treballs relacionats amb l'organització d'actuacions de promoció comercial internacional i màrqueting internacional d'una empresa, un grup d'empreses o un organisme o institució.	Fins a 8 punts	
o 10 o més treballs per a empreses, grups d'empreses o organismes relacionats amb el sector agroalimentari al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	8 punts	
o Entre 5 i 9 treballs per a empreses, grups d'empreses o organismes relacionats amb el sector agroalimentari al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	5 punts	
o Entre 5 i 9 treballs per a empreses, grups d'empreses o organismes relacionats amb el sector agroalimentari en mercats diferents als inclosos en el lot a valorar	2 punts	
o Entre 2 i 4 treballs per a empreses, grups d'empreses o organismes relacionats amb el sector agroalimentari al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	2 punts	
1.2. Participació dels perfils de director de projecte i consultor sènior com a ponents o moderadors en jornades o seminaris relacionats amb la promoció comercial i el màrqueting internacional al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar, i en la publicació d'articles sobre promoció comercial i màrqueting internacional al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar.	Fins a 24 punts	

La puntuació màxima en aquest apartat és de 24 punts que es divideixen en 2 apartats, un per a la valoració dels treballs com a ponent o moderador en jornades o seminaris, i un altre per a la valoració de publicacions d'articles sobre promoció comercial i màrqueting internacional al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar, en suports diferents als propis de la licitadora. Cada un dels apartats es divideix en 3 subapartats, que corresponen als perfils de director de projecte, consultor sènior i gerent de màrqueting. Les puntuacions referides a cada un dels perfils són acumulatives fins al màxim de puntuació assignada en aquest apartat.		
1.2.1 Director de projecte	Fins a 8 punts	
Jornades i seminaris		
o Quatre o més participacions en jornades i seminaris sobre promoció comercial i comerç exterior al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	5 punts	
o Entre dos i tres participacions en jornades i seminaris sobre promoció comercial i comerç exterior al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	4 punts	
o Quatre o més participacions en jornades i seminaris sobre promoció comercial internacional i màrqueting internacional relacionat amb mercats diferents als inclosos en el lot corresponent.	2 punts	
Articles publicats		
o Més de tres articles publicats sobre promoció comercial internacional o màrqueting internacional al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar.	3 punts	
o Entre un i tres articles publicats sobre promoció comercial internacional o màrqueting internacional al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	2 punts	
o Entre un i tres articles publicats sobre promoció comercial internacional o màrqueting internacional en mercats diferents als inclosos en el lot a valorar	1 punt	
1.2.2 Consultor sènior	Fins a 8 punts	
Jornades i seminaris		
o Quatre o més participacions en jornades i seminaris sobre promoció comercial i comerç exterior al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	5 punts	
o Entre dos i tres participacions en jornades i seminaris sobre promoció comercial i comerç exterior al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	4 punts	
o Quatre o més participacions en jornades i seminaris sobre promoció comercial internacional i màrqueting	2 punts	

internacional relacionat amb mercats diferents als inclosos en el lot corresponent.		
Articles publicats		
o Més de tres articles publicats sobre promoció comercial internacional o màrqueting internacional al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	3 punts	
o Entre un i tres articles publicats sobre promoció comercial internacional o màrqueting internacional al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	2 punts	
o Entre un i tres articles publicats sobre promoció comercial internacional o màrqueting internacional en mercats diferents als inclosos en el lot a valorar	1 punts	
1.2.3 Gerent de Màrqueting	Fins a 8 punts	
Jornades i seminaris		
o Quatre o més participacions en jornades i seminaris sobre promoció comercial i comerç exterior al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	5 punts	
o Entre dos i tres participacions en jornades i seminaris sobre promoció comercial i comerç exterior al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	4 punts	
o Quatre o més participacions en jornades i seminaris sobre promoció comercial internacional i màrqueting internacional relacionat amb mercats diferents als inclosos en el lot corresponent.	2 punts	
Articles publicats		
o Més de tres articles publicats sobre promoció comercial internacional o màrqueting internacional al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	3 punts	
o Entre un i tres articles publicats sobre promoció comercial internacional o màrqueting internacional al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar	2 punts	
o Entre un i tres articles publicats sobre promoció comercial internacional o màrqueting internacional en mercats diferents als inclosos en el lot a valorar	1 punts	
2. Establiment d'oficina pròpia al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar La radicació d'almenys un membre de l'equip en el mercat o mercats inclosos en el lot a valorar és un requisit essencial contemplat als plecs de prescripcions tècniques de la present licitació, per la tipologia de feines a executar, que requereixen de persones sobre terreny d'una manera continuada. La tipologia de radicació en aquest mercat es considera rellevant pel que fa a la projecció d'imatge de Catalunya, Prodeca i el sector	Fins a 16 punts	

agroalimentari entre el públic professional objectiu, i per això s'estableix una valoració d'acord amb criteris objectius, segons la ubicació i implantació de les oficines. Es valoraran les ofertes que presentin l'establiment d'oficina pròpia, aliança per a ús d'establiment o altre tipus de radicació al mercat o mercats inclosos en el lot a valorar segons la relació següent; la puntuació és acumulativa fins a un màxim de 16 punts. <u>Aquest apartat es declararà detallant la informació indicada en el model annex a aportar en el sobre C</u>	
- Oficina pròpia a la capital econòmica del mercat o mercats	10 punts
- Oficina pròpia en una ciutat rellevant diferent a la capital econòmica del mercat o mercats	6 punts
- Aliança amb una empresa o entitat per a ús d'establiment com a oficina a la capital econòmica del mercat o mercats	8 punts
- Aliança amb una empresa o entitat per a ús d'establiment com a oficina en una ciutat rellevant diferent a la capital econòmica del mercat o mercats	2 punts
- Radicació a la capital econòmica del mercat o mercats sense oficina pròpia ni aliança per a us d'establiment com a oficina	1 punts

Justificació dels criteris objectius de la ubicació de l'oficina:

La inclusió d'aquest criteri respon a la necessitat de garantir que les empreses adjudicatàries disposin de capacitat real, immediata i solvent per executar accions de promoció internacional en els mercats de destinació.

En aquest tipus de contracte, les actuacions no són puntuals, sinó que exigeixen una interacció continuada amb agents locals, una adaptació cultural i logística, i sovint una capacitat de resposta immediata davant canvis, incidències o oportunitats.

La presència operativa estable al territori objecte del lot (ja sigui mitjançant oficina pròpia o col·laboració permanent amb una estructura local) ofereix:

- Coneixement del context comercial i institucional local.
- Capacitat per coordinar equips, logística i convocatòries sobre el terreny.
- Imatge de professionalitat i solidesa davant d'interlocutors internacionals (importadors, distribuïdors, mitjans, institucions, etc.).
- Disponibilitat per participar en reunions o actes presencials, especialment en esdeveniments organitzats per Prodeca.

A més, aquest criteri es puntua de manera gradual i proporcional, sense excloure cap licitador, però reconeixent objectivament una condició que millora la qualitat de l'execució, d'acord amb l'article 145.2 de la LCSP, que permet avaluar elements directament vinculats a l'objecte del contracte.

Així mateix, el fet de tenir una oficina o estructura operativa contribueix al principi de millor relació qualitat-preu i s'alinea amb l'estratègia de Prodeca de posicionar la Catalunya agroalimentària mitjançant accions amb visibilitat, continuïtat i rellevància institucional als mercats prioritaris.

7. Valor estimat del contracte.

7.1. Valor estimat del contracte:

El valor estimat de l'Acord Marc, de conformitat amb els criteris establerts en l'article 101 de la LCSP, s'ha calculat tenint en compte la despesa que potencialment es generaria durant tota la possible durada de l'Acord Marc, incloent-hi la possible pròrroga i les modificacions previstes, sobre la base dels imports anuals estimats dels serveis previstos per PRODECA. Aquest valor estimat té caràcter orientatiu i no vinculant, i s'indica únicament a efectes de publicitat i de procediment d'adjudicació sense que suposi cap compromís de despesa, ni obligació d'esgotar el pressupost previst per cada lot. En cap cas PRODECA queda obligada a demandar una determinada quantia de serveis, atès que es determinarà en funció dels contractes basats en el present Acord Marc que realment es duguin a terme. Únicament generaran obligació de pagament els treballs efectivament realitzats per l'adjudicatari en els contractes basats.

El valor estimat del contracte, és el següent: **11.808.000,00.-€ (sense IVA)**. El mètode de càlcul del valor utilitzat és el següent:

LOTS		VE durada inicial	VE 1a pròrroga	VE 2a pròrroga	20% modificacions	VEC
LOT 1	ÀFRICA NORD SAHARA	300.000,00 €	150.000,00 €	150.000,00 €	120.000,00 €	720.000,00 €
LOT 2	AFRICA SUD SAHARA	500.000,00 €	250.000,00 €	250.000,00 €	200.000,00 €	1.200.000,00 €
LOT 3	AMÈRICA LLATINA	520.000,00 €	260.000,00 €	260.000,00 €	208.000,00 €	1.248.000,00 €
LOT 4	ÀSIA ORIENTAL	600.000,00 €	300.000,00 €	300.000,00 €	240.000,00 €	1.440.000,00 €
LOT 5	ESTATS UNITS - CANADÀ	700.000,00 €	350.000,00 €	350.000,00 €	280.000,00 €	1.680.000,00 €
LOT 6	GRAN XINA	600.000,00 €	300.000,00 €	300.000,00 €	240.000,00 €	1.440.000,00 €
LOT 7	ÍNDIA - PAKISTAN	300.000,00 €	150.000,00 €	150.000,00 €	120.000,00 €	720.000,00 €
LOT 8	MERCATS EUROPEUS	500.000,00 €	250.000,00 €	250.000,00 €	200.000,00 €	1.200.000,00 €
LOT 9	ORIENT MITJÀ	600.000,00 €	300.000,00 €	300.000,00 €	240.000,00 €	1.440.000,00 €
LOT 10	SUD-EST ASIÀTIC	300.000,00 €	150.000,00 €	150.000,00 €	120.000,00 €	720.000,00 €
	TOTAL	4.920.000,00 €	2.460.000,00 €	2.460.000,00 €	1.968.000,00 €	11.808.000,00 €

El pressupost base de licitació, fixat a efectes orientatius per calcular la despesa prevista per PRODECA sense que suposi cap compromís de despesa, ni obligació d'esgotar el pressupost previst per cada lot

corresponent a la durada inicial de l'Acord Marc, que es fixa en dos anys, es xifra en un import total de 5.953.200,00€ dels quals 4.920.000€ corresponen al preu del contracte i 1.033.200,00€ a l'IVA del 21%.

8. Modificacions del contracte.

Sens perjudici del que disposa l'article 205 de la LCSP, es preveu un 20% de modificació contractual a l'alça quan les necessitats reals de l'òrgan de contractació siguin superiors a les estimades inicialment, per les causes següents:

- 1. Increment en el volum d'actuacions derivat de noves necessitats estratègiques**
 - o Quan es detecti un augment en la demanda de serveis per part del sector agroalimentari català en determinats mercats prioritaris.
 - o Quan, per raons d'oportunitat comercial, es consideri necessari ampliar o reforçar accions de promoció en mercats específics.
- 2. Ampliació o intensificació de serveis en resposta a resultats positius**
 - o Quan les accions executades generin un impacte positiu més enllà del previst i sigui recomanable intensificar-les per consolidar resultats.
 - o Quan es verifiqui que les actuacions en determinats mercats requereixen una major continuïtat per garantir el posicionament dels productes catalans.
- 3. Evolució de costos derivada de factors externs**
 - o Quan es produeixin increments significatius en els costos logístics, de viatge o de materials imprescindibles per a l'execució de les actuacions.
 - o Quan es produeixin variacions en el tipus de canvi o altres factors econòmics que afectin directament el cost dels serveis a prestar.
- 4. Incorporació de noves accions derivades de canvis en la regulació o en els requisits d'accés a mercats internacionals**
 - o Quan es requereixin accions específiques d'adaptació a noves normatives, certificacions o requisits per accedir a determinats mercats.
 - o Quan sigui necessari reforçar la presència en esdeveniments sectorials per complir amb normatives comercials o per aprofitar noves oportunitats.
- 5. Resposta a situacions imprevistes o emergències que afectin l'execució del contracte**
 - o Quan es produeixin circumstàncies excepcionals com crisis sanitàries, conflictes comercials, restriccions de mobilitat o altres situacions que requereixin ajustos en la planificació del contracte.
 - o Quan es faci necessari establir mecanismes de contenció i adaptació a canvis sobtats en els mercats internacionals.

9. Subcontractació.

Es permetrà que l'empresa adjudicatària pugui subcontractar parcialment les tasques d'aquesta licitació a excepció de les tasques crítiques que consisteixen en les tasques de la figura del director/a del projecte del contracte, que no podrà ser subcontractat.

La prohibició de subcontractació de les tasques encomanades al director de projecte és una mesura necessària per assegurar el compromís, la qualitat i la responsabilitat en l'execució dels serveis de màrqueting i promoció comercial internacional. Aquesta restricció garanteix que l'empresa adjudicatària mantingui el control total sobre la gestió del projecte, minimitza riscos i reforça la coherència i eficàcia de les accions implementades per Prodeca en els mercats estratègics.

1. Garantia de la qualitat i continuïtat del servei

La funció del director/a de projecte és clau per assegurar la correcta execució de les accions de màrqueting i promoció comercial internacional. La seva implicació directa i continuada en el projecte és essencial per garantir la coherència, qualitat i seguiment adequat de les actuacions, evitant disruptions o pèrdua de coneixement en cas de subcontractació.

2. Responsabilitat directa en la coordinació i execució

El director de projecte és el principal interlocutor entre Prodeca i l'empresa adjudicatària. És responsable de la planificació, coordinació i supervisió de l'equip de treball, així com de l'assoliment dels objectius fixats. La subcontractació podria derivar en una menor implicació en la presa de decisions estratègiques i dificultar la gestió eficient del projecte.

3. Necessitat d'un vincle estable amb l'empresa adjudicatària

Atès el caràcter estratègic de l'Acord Marc, es requereix que el director/a de projecte formi part de l'estructura de l'empresa adjudicatària, ja sigui mitjançant una relació laboral o mercantil estable. Això assegura que l'empresa seleccionada assumeixi plenament la responsabilitat sobre l'execució dels serveis i evita que la direcció efectiva del projecte recaigui en tercers sense control directe de l'adjudicatària.

4. Optimització del seguiment i avaluació del contracte

Prodeca ha de poder fer un seguiment directe del compliment dels objectius del contracte i sol·licitar ajustos si és necessari. Això exigeix una relació estable amb el director/a de projecte, que no es podria garantir si aquesta figura estigués subcontractada.

Per tot l'exposat, i amb l'objectiu de garantir la màxima qualitat en la prestació del servei i el compliment adequat de les necessitats de Prodeca, es considera imprescindible que les tasques de la figura del director del projecte del contracte sigui personal propi de l'empresa adjudicatària i no pugui ser subcontractat/da.

Les obligacions derivades de la subcontractació tenen el caràcter d'obligació contractual essencial i el seu incompliment podrà ser causa de resolució del contracte segons estableix l'article 211 de la LCSP.

10. Subrogació del personal.

No existeix obligació de subrogar el personal.

Doctor Roux, 80
08017 Barcelona
Tel.: +34 93 552 48 20
prodeca@gencat.cat
www.prodeca.cat

11. Responsable del seguiment de l'Acord Marc

Per part de Prodeca ostentarà el càrrec de responsable de seguiment de l'Acord Marc la Sr. Susanna Barquín, Cap del sector de Carni i Halal de PRODECA.

Barcelona, a la data que consta a la signatura digital.

Susanna Barquín
Cap de l'Àrea de Solucions Sectorials i del sector Carni i Halal de Prodeca