



INFORME-MEMÒRIA JUSTIFICATIVA DE LA NECESSITAT I IDONEÏTAT DEL CONTRACTE DE SERVEIS DE MÀRQUETING DIGITAL DE LA CASA NATAL SALVADOR DALÍ I DEL SERVEI D'ABONAMENT DE DESPESA DIRECTA EN MITJANS PUBLICITARIS (GOOGLE, META I POSTS PATROCINATS A XARXES SOCIALS) PER A LA PROMOCIÓ DE LA CASA NATAL SALVADOR DALÍ

Els contractes que realitzin les administracions públiques s'han d'adjudicar d'acord amb les normes de la Llei 9/2017, de 9 de novembre, de contractes del sector públic, per la qual es traslladen a l'ordenament jurídic espanyol les Directives del Parlament Europeu i del Consell 2014/23/UE i 2014/24/UE, de 26 de febrer de 2014 (en endavant, LCSP).

Per la seva banda, l'article 7.3 de la LOEPSF estableix que les disposicions legals i reglamentàries, en la seva fase d'elaboració i aprovació, els actes administratius, els contractes i els convenis de col·laboració, així com qualsevol altra actuació dels subjectes inclosos en l'àmbit d'aplicació d'aquesta llei que afectin despeses o ingressos públics presents o futurs, hauran de valorar les seves repercussions i efectes i supeditar de forma estricta al compliment de les exigències dels principis d'estabilitat pressupostària i sostenibilitat financera.

L'article 63 de la LCSP estableix que caldrà publicar al Perfil del Contractant la memòria justificativa del contracte i, a més, l'informe d'insuficiència de mitjans en el cas del contracte de serveis.

Als efectes del contracte objecte de licitació, el tècnic que subscriu aquest informe-memòria informa favorablement el plec de clàusules tècniques que ha de regir la contractació d'aquest servei mitjançant la signatura de dit plec.

1. OBJECTE DEL CONTRACTE (ART. 99 LCSP)

L'objecte del contracte consisteix en la prestació del servei de màrqueting digital de la Casa Natal Salvador Dalí que consta de la planificació, execució, seguiment i control de les campanyes de màrqueting digital de la Casa Natal Salvador Dalí i del servei d'abonament de despesa directa en mitjans publicitaris (Google, Meta i posts patrocinats a xarxes socials) per a la promoció de la Casa Natal Salvador Dalí.

2. NECESSITAT I IDONEÏTAT DEL CONTRACTE (ART. 28 LCSP)

La necessitat que es pretén cobrir mitjançant la licitació del present contracte és publicitar tots els serveis que s'ofereixen a la Casa Natal Salvador Dalí al conjunt de visitants de la ciutat de Figueres, amb l'objectiu que aquesta publicitat es traslladi amb un augment de visitants. Aquesta necessitat pretén materialitzar-se mitjançant l'aplicació de l'estratègia digital de la Casa Natal Salvador Dalí, que comporta l'execució de la campanya de màrqueting digital i que inclou tant el servei de màrqueting digital com la despesa directa en mitjans publicitaris per a la promoció de l'equipament.



S'informa que actualment l'Ajuntament de Figueres no disposa dels suficients recursos humans i materials propis per a prestar aquest servei amb eficiència i celeritat, fet que posa de manifest la necessitat de licitar i contractar la seva prestació a un agent extern.

La naturalesa i extensió de les necessitats que pretenen cobrir-se mitjançant el contracte projectat, així com la idoneïtat del seu objecte i contingut per satisfer-les, es concreten en les següents prestacions:

➤ En relació al **posicionament SEO**:

- Definir un calendari de continguts anual que incorpori un conjunt d'estratègies sòlides i tècniques d'optimització (SEO).
- Crear continguts periòdics, amb un total anual de 25 continguts SEO.
- Gestionar intercanvi d'enllaços en webs rellevants.
- Gestionar el manteniment mensual del SEO i analitzar-ne els resultats.
- Realitzar informes mensuals i reunions amb l'equip tècnic i directiu de la Casa Natal Salvador Dalí i de l'Oficina de Turisme de l'Ajuntament de Figueres i l'Àrea de Comunicació de l'Ajuntament de Figueres.

➤ En relació a les **campanyes de pagament**:

- Redactar i planificar l'estratègia de campanyes de pagament anual i elecció dels canals segons el seu rendiment.
- Adaptar i dissenyar les creativitats en diferents formats i mides, de tal manera que siguin flexibles segons diferents moments de l'any, segons el *target* que es busqui en cada moment, segons la despesa que comporti i segons els canals que s'utilitzin.
- Anàlisis de dades proactiva per a poder aplicar optimitzacions i maximitzar el rendiment dels canals.
- Configurar les campanyes, grups d'anuncis i anuncis.
- Realitzar la configuració avançada de Google Analytics i realitzar-hi les adaptacions necessàries.
- Realitzar optimitzacions, gestió i manteniment de les campanyes.
- Realitzar informes mensuals i reunions amb l'equip tècnic i directiu de la Casa Natal Salvador Dalí i de l'Oficina de Turisme de l'Ajuntament de Figueres i l'Àrea de Comunicació de l'Ajuntament de Figueres.
- Gestionar la despesa directa en mitjans publicitaris (Google, Meta i altres), realitzant el servei d'abonament de despeses.

➤ En relació a les **xarxes socials** de la Casa Natal Salvador Dalí:

- Creació d'un pla anual de continguts que serveixi de guia per saber quin contingut publicar, a quin canal publicar-ho i amb quina finalitat.
- Gestionar els perfils de Facebook i Instagram de la Casa Natal Salvador Dalí.



- Mantenir els perfils de Facebook i Instagram de la CNSD i anàlisi de resultats.
- Produir el material gràfic i audiovisual necessari per a l'execució del pla de continguts. Aquest material gràfic i audiovisual serà generat per la mateixa empresa adjudicatària, que es desplaçarà a la Casa Natal Salvador Dalí a fi de captar noves imatges de l'activitat de l'equipament, i en especial en dies de gran afluència i d'activitat rellevant, amb un mínim de producció de 2 nous continguts cada mes.
- Redactar els textos necessaris per a l'execució del pla de continguts, que seran sempre a quatre idiomes, és a dir, en català, castellà, anglès i francès.
- Dissenyar i editar el contingut audiovisual a partir del material gràfic i audiovisual produït per la pròpia empresa adjudicatària i del material gràfic i audiovisual facilitat per l'equip tècnic de la Casa Natal Salvador Dalí i l'Àrea de Comunicació de l'Ajuntament de Figueres.
- Gestionar les campanyes de promoció a xarxes socials (post patrocinats i similars) a fi d'augmentar la conversió que es tradueixi en venda d'entrades a l'equipament.
- Gestionar la despesa publicitària directa a xarxes socials, realitzant el servei d'abonament de despeses en posts patrocinats a xarxes socials.
- Realitzar informes mensuals i reunions amb l'equip tècnic i directiu de la Casa Natal Salvador Dalí i de l'Oficina de Turisme de l'Ajuntament de Figueres i l'Àrea de Comunicació de l'Ajuntament de Figueres.

3. DIVISIÓ EN LOTS (ART. 99.3 LCSP)

D'acord amb la previsió de l'article 99.3 LCSP, es considera necessari no dividir l'objecte del contracte en lots perquè la realització independent de les diverses prestacions compreses en l'objecte del contracte dificultaria l'execució correcta des del punt de vista tècnic ja que és una execució indivisible no segregable en diferents unitats de negoci i en un mateix emplaçament. Això és així perquè, per la naturalesa de les prestacions, no és possible entendre aquestes com una realització i aprofitament individual i funcional de les mateixes que permetin ser executades de forma independent, atès que són tasques que necessiten ser tractades i realitzades de manera interrelacionada.

A més, és un tipus de prestació que requereix d'una coordinació i planificació global dels treballs entre els dos perfils professionals que cal adscriure al contracte per a una correcta execució integral de les prestacions. La divisió en lots provocaria l'existència d'una manca de coordinació i planificació entre el diferent personal a adscriure en el contracte que repercutiria negativament en la consecució del mateix. Fet pel qual permet concloure que les prestacions no poden ser executades de forma independent sense menyscar la correcta execució dels treballs i una bona assignació dels recursos públics proporcionals a la finalitat.

Per tant, per la seves característiques, les prestacions a executar no es consideren susceptibles de realització i aprofitament individual i funcional de manera que puguin ser



executades de forma independent.

La conseqüència immediata de la divisió en lots seria, per una banda, que el servei de màrqueting digital no es podria coordinar amb l'eficiència que es requereix i, per altra banda, que l'equip de professionals adscrits al contracte no formarien part d'una mateixa unitat funcional i no podrien complementar-se ni intercanviar les dades necessàries per a la consecució dels objectius.

4. CODI CLASSIFICACIÓ DEL CONTRACTE

L'expressió de la codificació corresponent a la nomenclatura del Vocabulari Comú de Contractes (CPV) és / són:

- Codi CPV 79340000-9. Títol codi: Serveis de publicitat i de màrqueting
- Codi CPV 79341400-0. Títol codi: Serveis de campanyes de publicitat

5. PROCEDIMENT DE CONTRACTACIÓ

Es proposa la utilització del procediment d'adjudicació obert que és considerat en l'article 131.2 LCSP com a un procediment ordinari d'utilització preferent.

☒ Procediment obert ordinari (arts. 156 i ss LCSP).

☒ Harmonitzat

Justificació de l'elecció del procediment: Es tracta d'un contracte subjecte a regulació harmonitzada legalment previst per contractes de serveis iguals o superiors a 221.000,00€.

6. TRAMITACIÓ DEL PROCEDIMENT

Es proposa que la tramitació d'aquest procediment de contractació sigui el procediment obert amb regulació harmonitzada i ordinària.

☒ Ordinària.

7. DURADA DEL CONTRACTE O DATES ESTIMADES PER A L'INICI DE L'EXECUCIÓ I DE FINALITZACIÓ (ART. 29 LCSP) I EMPLAÇAMENT/LLOC DE LLIURAMENT

☒ El contracte té una durada a comptar des del dia següent de la formalització del contracte de: 2 anys. La previsió d'inici del contracte és a 1 de gener de 2026.

☒ S'estableix la possibilitat de prorrogar el contracte en 2 períodes de 1 any de durada



cadascun.

8. REQUISITS DE CAPACITAT I SOLVÈNCIA (ARTS. 74 A 94 LCSP)

Els requisits de solvència econòmica i financera que han de complir els licitadors són els següents:

☒ **Acreditació de la solvència econòmica a través dels mitjans següents:**

Declaració sobre el volum anual de negocis referit al millor exercici dels tres últims disponibles en funció de la data de creació o d'inici de les activitats de l'empresari, en la mesura en que se disposi de les referències de dit volum de negocis. Aquesta declaració s'ha de justificar amb els documents comptables que l'acrediten.

El volum anual de negocis que cal acreditar referit al millor exercici dins dels tres últims disponibles és de 119.635,89 €, que equival a 1,5 vegades l'anualitat mitjana del contracte.

Justificació: Atenent al valor estimat del contracte es considera necessari tenir la solvència econòmica indicada, per be que és el criteri supletori previst per llei en absència de criteri fixat en els plecs.

☒ **Acreditació de la solvència tècnica a través dels mitjans següents:**

La solvència tècnica i professional de l'empresari s'ha d'acreditar mitjançant el compliment simultani dels criteris següents:

- Una relació dels principals serveis d'igual o similar naturalesa que els que constitueixen l'objecte del contracte efectuats en el curs de, com a màxim, els tres últims anys, indicant el seu import, dates i destinatari, públic o privat.

Com a mínim, cal que l'import anual acumulat en un dels anys sigui igual o superior al 70% de l'anualitat mitja del contracte: 55.930,08 €

La relació haurà d'incloure l'import, dates i destinatari públic o privat de cadascun dels contractes.

L'execució d'aquestes tasques amb un objecte igual o similar s'acreditarà mitjançant certificat emès expedits o visats per l'òrgan competent, quan el destinatari sigui una entitat del sector públic o, quan el destinatari sigui un subjecte privat, mitjançant un certificat expedat per aquest o, a manca de certificat, mitjançant una declaració de l'empresari acompanyada dels documents dels quals disposi que acreditin la realització concreta de la prestació. El certificat i/o declaració de l'empresari haurà d'expressar l'objecte, destinatari públic o privat de cadascun dels serveis prestats, l'import i l'anualitat que s'ha prestat el contracte.



Per determinar que un servei és d'igual o similar característiques al que constitueix l'objecte del contracte, s'atendrà a la pertinença del mateix subgrup de classificació, si el contracte està enquadrat en alguns dels que estableix el Reglament General de la Llei de Contracte de les Administracions Públiques (RGLCAP), Real Decret 1098/2001, de 12 d'octubre, i en cas contrari, la igualtat entre els tres primers dígits dels respectius codis CPV.

Solvència empreses de nova creació: Atès que el valor estimat del contracte és inferior a la quantia de la tramitació harmonitzada, quan el contractista sigui una empresa de nova creació, entenen per aquesta la que tingui una antiguitat inferior a cinc anys, la seva solvència tècnica s'acreditarà de conformitat amb l'article 90.4 de la LCSP:

- h) *"Declaració indicant la maquinària, material i equip tècnic del qual es disposarà per a l'execució dels treballs o prestacions.*

En concret, els requisits mínims que ha de complir l'empresa de nova creació per a cada lot, són els següents:

- Descripció de la totalitat de l'equip de professionals que intervindrà en l'execució del contracte.
- Descripció del conjunt del material tècnic per a la prestació íntegra del servei.

Justificació: *Atenent al valor estimat del contracte es considera necessari tenir la solvència tècnica indicada, per bé que és el criteri supletori previst per llei en absència de criteri fixat en els plecs.*

- La licitadora haurà d'acreditar la gestió de, com a mínim, un perfil cultural a la xarxa social Instagram, pertanyents a una administració pública o a una entitat del sector privat amb seu fiscal en un Estat membre de la Unió Europea.

Per acreditar aquesta solvència, la licitadora haurà de presentar un certificat (en cas de serveis prestats a una administració pública) o una declaració responsable (en cas de serveis prestats a una entitat del sector privat) acompanyada dels documents dels quals disposi que acrediten la realització concreta de la prestació. En qualsevol dels casos, el document haurà de contenir obligatòriament:

- Dades fiscals de l'entitat titular del perfil cultural gestionat.
- Identificació del perfil i de la xarxa social (Instagram).
- Indicació de l'import dels serveis prestats.
- Anualitat o exercici en què es van prestar els serveis.
- Durada de la gestió efectuada.

A efectes de complir el present requisit de solvència, serà necessari que la licitadora acrediti haver gestionat un perfil cultural d'Instagram durant els darrers tres anys que, durant el període de gestió, disposi d'un mínim de 20.000 seguidors.



Per tal de determinar que un servei és d'igual o similar característiques al que constitueix l'objecte del contracte, s'atendrà a la pertinença del mateix subgrup de classificació, si el contracte està enquadrat en alguns dels que estableix el Reglament General de la Llei de Contracte de les Administracions Públiques (RGLCAP), Real Decret 1098/2001, de 12 d'octubre, i en cas contrari, la igualtat entre els tres primers dígit dels respectius codis CPV.

Justificació: El desenvolupament del contracte requereix la gestió de comunitats a través de les xarxes socials. Aquest encàrrec esdevé en tasques d'informació sobre l'activitat cultural, però també d'atenció al ciutadà i gestió. Per aquests motius és essencial acreditar que s'han gestionat amb anterioritat perfils amb un volum important de seguidors.

En contractes de serveis es podrà acreditar la solvència a través de la classificació empresarial si l'objecte del contracte està inclòs en algun dels grups o subgrups de classificació vigents atenent al CPV:

Grup T Subgrup 1 Categoria 1

9. PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ I VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE (ARTS. 100 I 101 LCSP)

9.1 Pressupost base de licitació (art. 100 LCSP)

Els costos directes del pressupost base de licitació del contracte es desglossen de la següent manera:

El conveni col·lectiu d'aplicació és el conveni col·lectiu estatal per a empreses de publicitat (Código de convenio 99004225011981).

Lloc de treball	Sou brut anual	Hores anuals segons conveni
Categoria professional indicada al conveni col·lectiu estatal per a empreses de publicitat (NIVELL 2) [responsable de mitjans]	23.241,39 €	1.712 h
Categoria professional indicada al conveni col·lectiu estatal per a empreses de publicitat (NIVELL 3) [responsable de xarxes socials]	22.146,01 €	1.712 h



Les hores de dedicació són les següents:

LLOC DE TREBALL	Hores dedicació de 01/01/2026 a 31/12/2026	Hores dedicació de 01/01/2027 a 31/12/2027	Total hores dedicació
Responsable de màrqueting digital i campanyes online	620	620	1.240
Responsable de xarxes socials	517	517	1.034
TOTAL	1137	1137	2.274

Altres despeses de gestió (5%)	420,84 €	420,84 €
Categoria professional indicada al conveni col·lectiu estatal per a empreses de publicitat (NIVELL 3) [responsable de xarxes socials]	6.687,81 €	6.687,81 €
Cost Seguretat Social (35%)	2.340,73 €	2.340,73 €
Altres despeses de gestió (5%)	334,39 €	334,39 €
TOTAL	21.146,54 €	21.146,54 €

Les despeses de personal es desglossen de la següent manera:

Les despeses del servei de màrqueting digital i Xarxes Social es desglossa de la següent manera:

SERVEI DE MÀRQUETING DIGITAL I XXSS						
Concepte	HORES ANUALS	DE 01/01/2026 A 31/12/2026	DE 01/01/2027 A 31/12/2027	DURADA INICIAL	pròrroga 1 ANY	pròrroga 1 ANY
Costos directes:						
Servei de màrqueting digital	620	11.783,61 €	11.783,61 €	23.567,22 €	11.783,61 €	11.783,61 €
Servei de xarxes socials	517	9.362,93 €	9.362,93 €	18.725,86 €	9.362,93 €	9.362,93 €
Total costos directes		21.146,54 €	21.146,54 €	42.293,08 €	21.146,54 €	21.146,54 €
Costos indirectes:						
Benefici industrial (6%)		1.268,79 €	1.268,79 €	2.537,58 €	1.268,79 €	1.268,79 €
Despeses generals (13%)		2.749,05 €	2.749,05 €	5.498,10 €	2.749,05 €	2.749,05 €
PRESSUPOST BASE		25.164,38 €	25.164,38 €	50.328,77 €	25.164,38 €	25.164,38 €
IVA		5.284,52 €	5.284,52 €	10.569,04 €	5.284,52 €	5.284,52 €
Total costos indirectes		9.302,36 €	9.302,36 €	18.604,73 €	9.302,36 €	9.302,36 €
TOTAL DESPESES PERSONAL		30.448,90 €	30.448,90 €	60.897,81 €	30.448,90 €	30.448,90 €

	2.945,90 €	2.945,90 €
Altres despeses de gestió (5%)	420,84 €	420,84 €
Categoria professional indicada al conveni col·lectiu estatal per a empreses de publicitat (NIVELL 3) [responsable de xarxes socials]	6.687,81 €	6.687,81 €
Cost Seguretat Social (35%)	2.340,73 €	2.340,73 €
Altres despeses de gestió (5%)	334,39 €	334,39 €
TOTAL	21.146,54 €	21.146,54 €



Les despeses en social ads i publicitat a xarxes socials es desglossen de la següent manera:

SERVEI D'ABONAMENT DE DESPESES EN SOCIAL ADS I PUBLICITAT A XARXES SOCIALS					
Concepte	DE 01/01/2026 A 31/12/2026	DE 01/01/2027 A 31/12/2027	DURADA INICIAL	pròrroga 1 ANY	pròrroga 1 ANY
Costos directes:					
Inversió en mitjans Social Ads - campanyes de pagament	36.500,00 €	36.500,00 €	73.000,00 €	36.500,00 €	36.500,00 €
Inversió publicitària posts patrocinats - xarxes socials	4.800,00 €	4.800,00 €	9.600,00 €	4.800,00 €	4.800,00 €
Total costos directes	41.300,00 €	41.300,00 €	82.600,00 €	41.300,00 €	41.300,00 €
PRESSUPOST D'EXECUCIÓ	41.300,00 €	41.300,00 €	82.600,00 €	41.300,00 €	41.300,00 €
IVA (inversió del subjecte passiu)	8.673,00 €	8.673,00 €	17.346,00 €	8.673,00 €	8.673,00 €
Total costos indirectes	8.673,00 €	8.673,00 €	17.346,00 €	8.673,00 €	8.673,00 €
TOTAL INVERSIÓ	49.973,00 €	49.973,00 €	99.946,00 €	49.973,00 €	49.973,00 €
PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ	80.421,90 €	80.421,90 €	160.843,81 €	80.421,90 €	80.421,90 €

L'import de les despeses en social ADS i en publicitat es determina com un import màxim i inamovible que no admet baixa en el preu, el qual es posa a disposició dels serveis de màrqueting per tal de dissenyar i executar una estratègia de màrqueting que permeti efectuar una bona gestió de la publicitat i mantenir els anuncis de la Casa Natal Salvador Dalí en una bona posició de mercat segons els criteris que s'estableixen al Plec de Prescripcions Tècniques.

Aquests imports no es poden desglossar o establir per preus unitaris, atès que el seu import és indeterminat en funció de la posició de mercat que es vulgui obtenir, el volum de publicitat que se'n vulgui fer i del volum de públic al qual es vulgui arribar.

El servei d'abonament de despeses en social ADS i publicitat en xarxes socials és un servei que prestarà l'adjudicatari sense que en aquest s'incloguin els conceptes de benefici industrial i despeses generals, atès que es tracten d'unes despeses que s'executaran durant la jornada de treball del personal adscrit al contracte, en el salari dels quals ja s'inclouen aquests conceptes.

El preu d'abonament de despeses en social ADS i publicitat és un preu de mercat tancat i públic establert per les empreses publicitàries. Preu del qual l'empresa adjudicatària no pot obtenir un marge o comissió per la contractació en nom de tercers.

Les despeses en social ADS i publicitat en xarxes socials estan valorades amb un import de 82.600,00€, en el qual cal incloure un IVA del 21% amb inversió del subjecte passiu.

És a dir, l'empresa adjudicatària abonarà la despesa sense IVA al proveïdor i, posteriorment, l'Ajuntament de Figueres, per una banda, pagarà a l'empresa adjudicatària l'import satisfet, per un màxim de 82.600,00€ (sense IVA) i, per altra banda, ingressarà l'import de l'IVA directament a l'AEAT (per un màxim de 17.346,00€).



Motiu pel qual el cost total del servei d'abonament de despeses en mitjans (Google, Meta i altres) i publicitat a xarxes socials serà de 99.946,00 €, és a dir, 82.600,00€ en concepte de base imposable més 17.346,00€ en concepte d'IVA.

El pressupost base de licitació del contracte és de cent seixanta mil vuit-cents quaranta-tres euros amb vuitanta-un cèntims (160.843,81€), amb el desglossament següent: cent trenta-dos mil nou-cents vint-i-vuit euros amb setanta-set cèntims (132.928,77€) en concepte de base, i vint-i-set mil nou-cents quinze euros amb quatre cèntims (27.915,04€) que corresponen al 21% de l'Impost de Valor Afegit o IVA.

Pel que fa al l'Impost de Valor Afegit o IVA, es desglossa de la següent manera: deu mil cinc-cents seixanta-nou euros amb quatre cèntims (10.569,04€) es corresponen al servei d'execució de màrqueting digital i disset mil tres-cents quaranta-sis euros (17.346,00€) es corresponen al servei d'abonament de despeses (inversió del subjecte passiu).

Exclusiu per a contractes de serveis en que el cost del personal formi part del preu, segons art 100.

- ☐ NO APLICABLE No s'efectua desagregació de gènere en els costos salarials perquè no hi ha desagregació o distinció de sous al conveni de referència ni s'exigeix gènere específic a aquesta contractació.

PRESTACIÓ DE SERVEIS

Costos directes

Conceptes	Import
Despeses anuals de personal (retribucions brutes)	15.104,68 €
Import total cost Seguretat Social (35%)	5.286,64 €
altres despeses de gestió (5%)	755,23 €
Import total despeses anuals en mitjans	41.300,00 €
TOTAL COSTOS DIRECTES ANUALS	62.446,55 €
TOTAL COSTOS DIRECTES x ANYS DURADA CONTRACTE	124.891,10 €

Costos indirectes

SERVEI DE MÀRQUETING DIGITAL I XXSS (A)

Concepte	Import
13 % de Despeses Generals sobre base	2.749,05 €
6 % de Benefici Industrial sobre base	1.268,79 €
TOTAL COSTOS INDIRECTES ANUALS	4.017,84 €



SERVEI D'ABONAMENT DE DESPESES (B)

Concepte	Import
TOTAL COSTOS INDIRECTES	0

TOTAL COSTOS INDIRECTES ANUALS (A + B)	4.017,84 €
---	-------------------

TOTAL	Import
Pressupost d'execució per contracte (PEC)	132.928,77 €
21% IVA corresponent al servei de màrqueting digital	10.569,04 €
21% IVA corresponent al servei d'abonament de despeses (inversió del subjecte passiu)	17.346,00 €
TOTAL Pressupost base de licitació (amb IVA inclòs)	160.843,81 €

9.2 Valor estimat del contracte (art. 101 LCSP)

Concepte	Import
Pressupost d'execució per contracte (durada inicial)	132.928,77 €
Possibles modificacions previstes	26.585,75 €
Possibles pròrrogues (1+1)	159.514,52 €
Valor estimat del contracte	319.029,05 €

9.3 Pròrrogues (29.4 LCSP)

Per efectuar el càlcul de cadascuna de les pròrrogues (1+1) s'ha tingut en compte el pressupost d'execució per cadascun del anys del contracte (2 anys) i s'hi ha sumat la part proporcional de l'import de la modificació del contracte (20%).

L'import d'adjudicació de cadascuna de les pròrrogues es calcularà dividint per la meitat l'import ofertat per l'adjudicatària.

Per procedir al pagament de cadascuna de les mensualitats de les pròrrogues es dividirà per 24 mensualitats l'import resultant de l'adjudicació.

10. FINANÇAMENT I APLICACIÓ PRESSUPOSTÀRIA

Les obligacions econòmiques del contracte s'abonaran amb càrrec a l'aplicació/les aplicacions pressupostària/es següent/s:



Any 2026		
Codi aplicació pressupostària	Nom aplicació pressupostària	Import (IVA inclòs)
2026 201 33320 22602	PLA COMUNICACIÓ: PROMOCIÓ I DIFUSIÓ CASA NATAL S.D	80.421,90 €
Total		80.421,90 €

Any 2027		
Codi aplicació pressupostària	Nom aplicació pressupostària	Import (IVA inclòs)
2027 201 33320 22602	PLA COMUNICACIÓ: PROMOCIÓ I DIFUSIÓ CASA NATAL S.D	80.421,91 €
Total		80.421,91 €

☒ TRAMITACIÓ ANTICIPADA

D'acord amb l'article 174.2 TRLHL 2/2004, es preveu que el contracte es tramiti a través de tramitació anticipada atès que l'inici del mateix es preveu a partir de 1 de gener de 2026.

Atès que el contracte comporta despeses de caràcter plurianual, la seva autorització o realització se subordina a l'existència de consignació pressupostària adequada i suficient que per a cada exercici es prevegi al pressupost municipal, de conformitat amb el què preveu l'article 174.1 del text refós de la Llei reguladora de les hisendes locals (Reial decret legislatiu 2/2004, de 5 de març).

La despesa que comporta aquest contracte:

NO es finança amb finançament afectat (subvenció, préstec d'inversió, contribucions especials o quotes urbanístiques).

11. PROJECCIÓ DELS EFECTES ECONÒMICS DEL CONTRACTE

La projecció dels efectes econòmics d'aquest contracte es preveu nul·la donat el seu àmbit funcional, territorial o temporal. Per tant, s'informa que la repercussió que pugui comportar l'execució del contracte pot quedar perfectament inclosa en les partides ordinàries anuals del pressupost municipal sense que això suposi cap increment addicional de la seva dotació.

12. CONSTITUCIÓ DE GARANTIA DEFINITIVA I TERMINI DE GARANTIA (ART. 107 LCSP)





La garantia definitiva a constituir pel licitador que hagi presentat l'oferta més avantatjosa serà la corresponent al 5% del preu final ofert (durada inicial), IVA exclòs.

El termini de garantia a partir de la recepció de l'objecte del contracte de servei és de 2 mesos.

13. REVISIÓ DE PREUS (ART. 103 LCSP)

No procedeix la revisió de preus

14. CRITERIS D'ADJUDICACIÓ (ART. 145 LCSP)

S'estableixen els següents criteris d'adjudicació per al present contracte. Donant compliment a la llei, aquests estan vinculats directament a l'objecte del contracte.

Criteris de valoració automàtica (fins a 55 punts)

➤ Menor oferta econòmica (fins a 35 punts)

L'oferta més econòmica rebrà la puntuació màxima de 35 punts.

La resta d'ofertes rebran una puntuació inversament proporcional a la de l'oferta més econòmica d'acord amb el càlcul següent:

$$\text{Puntuació de cada oferta: } \frac{35 \times \text{preu de l'oferta més econòmica}}{\text{Preu de l'oferta que es puntua}}$$

L'oferta que no suposi una baixa obtindrà una puntuació de zero punts.

L'oferta econòmica es presenta respecte del servei de màrqueting digital, que és de 60.897,81 €, IVA inclòs, sense incloure el servei d'abonament de despeses en social ADS i publicitat a xarxes socials. L'import de 99.946,00 € IVA inclòs, destinat al servei d'abonament de despeses en social ADS i publicitat a xarxes socials és fix i inamovible i no admet baixa.

Justificació: Aquesta fórmula distribueix la puntuació d'una forma proporcional a les baixes ofertes pels licitadors i el seu pes és relatiu i no majoritari en relació al conjunt de puntuació de tal manera que bona part de la puntuació atorgada valora criteris de qualitat.

➤ Compromís de producció addicional de continguts digitals (fins a 20 punts)

Amb l'objectiu de reforçar la presència digital de la Casa Natal Salvador Dalí i garantir una activitat comunicativa continuada en les plataformes digitals vinculades al contracte, es considera necessari incorporar un criteri d'adjudicació automàtic basat en el compromís de producció addicional de continguts digitals per part de les persones licitadores.



La generació de continguts és una activitat nuclear en la prestació dels serveis de màrqueting digital i en la dinamització de les xarxes socials i plataformes de publicitat. El criteri avalua les condicions d'execució futures, objectives i verificables, que augmenten la capacitat comunicativa del servei sense increment del cost per a l'Administració.

El Plec de Prescripcions Tècniques estableix un volum mínim de 2 nous continguts digitals mensuals que el contractista haurà de generar en forma de peça gràfica i/o audiovisual. Les licitadores podran comprometre's a produir continguts digitals addicionals, que es valoraran de manera automàtica segons la quantitat extra compromesa.

La puntuació s'assignarà conforme a la taula següent:

Producció addicional mensual compromesa	Punts
Dues peces gràfiques i/o audiovisuals addicionals	20 punts
Una peça gràfica i/o audiovisual addicionals	10 punts
Cap peça gràfica i/o audiovisual addicional	0 punts

Els compromisos hauran de constar expressament en l'oferta de la licitadora, signats i amb caràcter vinculant.

Justificació: La incorporació d'aquest criteri, que està directament relacionat amb l'objecte del contracte (articles 116 i 145.5 LCSP), es justifica per la necessitat de maximitzar la visibilitat, la regularitat comunicativa i l'impacte dels continguts digitals associats a la Casa Natal Salvador Dalí, assegurant-ne una major projecció sense increment de la despesa pública i mitjançant un mecanisme objectiu, mesurable i conforme al principi de proporcionalitat.

Criteris de valoració subjectes a judici tècnic de valor (fins a 45 punts)

S'estableix com a llindar mínim de puntuació pel que fa als criteris no avaluables de forma automàtica 25 punts. Les empreses que no assoleixin aquesta puntuació, restaran excloses de la licitació.

Per a la valoració dels criteris de valoració **mitjançant judici de valor**, s'estableix a continuació en detall el procediment que es seguirà per poder valorar cadascuna de les ofertes en base a criteris de valoració raonada. Per poder efectuar les valoracions, els licitadors han d'incorporar tots els aspectes subjectes a valoració de forma clara i concisa en la documentació aportada al sobre B (judicis de valor).

SISTEMA GENERAL DE VALORACIÓ RAONADA

Per a la valoració de cadascun dels criteris sotmesos a un **judici de valor**, s'assignarà per a cada criteri de valoració un resultat (EXCEL·LENT, NOTABLE, ACCEPTABLE o SUFICIENT) i la puntuació corresponent a la/les proposta/es d'acord amb la següent taula:



PARÀMETRES DE PUNTUACIÓ	% PUNTUACIÓ (sobre els punts de cada apartat)
EXCEL·LENT: S'entendrà excel·lent quan del conjunt de la proposta que es derivi de l'anàlisi dels aspectes contemplats a cada criteri de valoració i que, a criteri tècnic, continguin nivells excel·lents de qualitat i/o de coherència i que el seu impacte sigui considerat innovador, aportï avantatges excel·lents sobre els requeriments establerts al PPT en quant a l'optimització de recursos, la idoneïtat operativa, social o tecnològica i satisfaci plenament les necessitats reals de l'Ajuntament.	100%
NOTABLE: S'entendrà notable quan del conjunt de la proposta que es derivi de l'anàlisi dels aspectes contemplats a cada criteri de valoració i que, a criteri tècnic, continguin nivells notables de qualitat i/o de coherència i que el seu impacte sigui notable, amb alguns elements innovadors, aportï avantatges sobre els requeriments establerts al PPT en quant a l'optimització de recursos, la idoneïtat operativa, social o tecnològica i satisfaci plenament les necessitats reals de l'Ajuntament.	50%
ACCEPTABLE: S'entendrà acceptable quan del conjunt de la proposta que es derivi de l'anàlisi dels aspectes contemplats a cada criteri de valoració i que, a criteri tècnic, continguin nivells acceptables de qualitat i/o de coherència i que el seu impacte sigui suficient, aportï algun avantatge sobre els requeriments establerts al PPT en quant a l'optimització de recursos, la idoneïtat operativa, social o tecnològica i satisfaci plenament les necessitats reals de l'Ajuntament.	25%
SUFICIENT: S'entendrà suficient quan del conjunt de la proposta que es derivi de l'anàlisi dels aspectes contemplats a cada criteri de valoració i que, a criteri tècnic, continguin nivells suficients de qualitat i/o de coherència, que el seu impacte sigui nul o mínim, que no aportï cap avantatge sobre els requeriments mínims establerts al PPT en quant a l'optimització de recursos, la idoneïtat operativa, social o tecnològica i satisfaci plenament les necessitats reals de l'Ajuntament.	0%

➤ **Descripció de la metodologia de treball a seguir (fins a 45 punts)**

Aquest criteri es valorarà a partir de l'anàlisi d'una Memòria explicativa del projecte operatiu d'organització del servei, que haurà de tenir una extensió màxima de sis pàgines de mida DIN A4, amb text de tipografia Arial 12, espai simple, i amb els gràfics i/o fotografies que el licitador consideri oportuns, sempre que facin referència directa al mateix projecte operatiu d'organització del servei. En el cas que s'hi vulguin incloure portada i índex aquests s'entendran inclosos dins de les sis pàgines. En el cas que alguna empresa excedeixi el



límit màxim de pàgines marcat, les pàgines que estiguin per sobre del límit no es consideraran en l'avaluació d'ofertes. En el cas que s'utilitzi un format de lletra o d'interlineat inferior al previst perquè el licitador disposi de més espai per encabir-hi text, la mesa de contractació aplicarà les mesures necessàries per tal de garantir la igualtat en la presentació d'ofertes dels licitadors.

La memòria explicativa s'ha d'adequar als requeriments establerts en els Plecs Tècnics d'aquesta licitació, en concret s'hauran de basar en l'Estratègia i Pla de Comunicació global de la Casa Natal Salvador Dalí (Punt 5 del Plec de Prescripcions Tècniques Particulars), publicats en el perfil del contractant, i ha de tenir en compte el conjunt de tasques i agents implicats en la totalitat del projecte, sense presentar dubtes d'interpretació ni de viabilitat.

Les empreses licitadores han d'estructurar les seves ofertes de forma concisa, ordenada i donant resposta sistemàtica i precisa a la informació requerida en cadascun dels apartats de manera que es faciliti la lectura i la comprensió de les seves propostes i permeti la correcta valoració. Caldrà limitar els redactats a textos que tinguin referència concreta amb l'objecte del contracte i a l'apartat i punt que es valora, evitant en tot el possible dissertacions, vaguetats, recomanacions històriques i/o redactats imprecisos que no aporten cap aclariment sobre la proposta de serveis objecte d'aquest contracte i que dificulten la seva valoració. Es fa constar de forma expressa que l'aportació d'informació desordenada i/o en algun dels apartats en els quals aquelles dades no siguin objecte de valoració farà que aquella informació no es valori.

Així mateix, la proposta ha de presentar, de manera molt clara, com a mínim, els següents aspectes relatius a l'organització del servei:

ELEMENTS A VALORAR	FORMA DE VALORACIÓ	PUNTUACIÓ
Desenvolupar l'estratègia de mitjans de comunicació amb accions concretes, precises i calendaritzades a curt, mig i llarg termini, d'acord amb els valors i els objectius de la Casa Natal Salvador Dalí. Es tindrà especialment en consideració que les accions tinguin en compte els valors i els objectius de la Casa Natal Salvador Dalí.	Sistema general de valoració	10 PUNTS
Desenvolupar l'estratègia de mitjans publicitaris, amb accions concretes, precises i calendaritzades a curt, mig i llarg termini, d'acord amb els valors i els objectius de la Casa Natal Salvador Dalí. Es tindrà especialment en consideració que les accions tinguin en compte els valors i els	Sistema general de valoració	10 PUNTS



objectius de la Casa Natal Salvador Dalí.		
Establir una estratègia d'actuacions (<i>online</i> i <i>offline</i>) amb accions concretes, precises i calendaritzades a curt, mig i llarg termini, d'acord amb els valors i els objectius de la Casa Natal Salvador Dalí. Es tindrà especialment en consideració que les accions tinguin en compte els valors i els objectius de la Casa Natal Salvador Dalí.	Sistema general de valoració	10 PUNTS
Proporcionar un concepte creatiu alternatiu (amb <i>claim</i>/lema diferenciat del que es proposa) que pugui servir per partir d'inici per una nova campanya publicitària i desenvolupar la idea d'acord amb els valors i els objectius de la Casa Natal Salvador Dalí. Es valorarà especialment la creativitat i la originalitat de la proposta d'acord amb els valors i els objectius de la Casa Natal Salvador Dalí.	Sistema general de valoració	10 PUNTS
Identificar i descriure els recursos i estratègies necessàries per arribar a tots els públics i la seva aplicació (segons el Pla de Desenvolupament d'Audiències de la Casa Natal Salvador Dalí) d'acord amb els valors i els objectius de la Casa Natal Salvador Dalí. Es valorarà especialment que la proposta tingui el major impacte possible i arribi al màxim de públic.	Sistema general de valoració	5 PUNTS

Justificació: L'objectiu bàsic d'aquest criteri sobre el projecte operatiu d'organització del servei és el de puntuar la correcta execució del servei a realitzar. Com en qualsevol servei, hi ha diverses maneres d'executar-lo, segons les característiques de l'empresa adjudicatària, els mitjans de què disposa i la forma de treballar o l'experiència. No es jutgen en aquest apartat les característiques de l'empresa (que ja han quedat definides amb la documentació de l'apartat 8 de capacitat i solvència d'aquest informe), sinó la forma com cada empresa licitadora pretén portar-ho a terme, ja que això determina la qualitat final del servei.



La proposta de metodologia de treball a seguir que es valora en aquest apartat és per a la puntuació de les empreses licitadores a partir de criteris objectius i no és vinculant. Així mateix, l'adjudicatari la podrà executar completament, parcialment o bé modificar-la completament d'acord amb el pla de treball que es presenti d'acord amb les directrius de l'equip de treball de l'Ajuntament de Figueres, que estarà format per l'equip tècnic i directiu de la Casa Natal Salvador Dalí, l'equip tècnic de l'Oficina de Turisme de l'Ajuntament de Figueres i l'Àrea de Comunicació de l'Ajuntament de Figueres.

15. CONDICIONS ESPECIALS D'EXECUCIÓ DE CONTRACTE (ART. 202 LCSP)

En aplicació de l'article 202 de la LCSP, el PCAP preveu com a obligació del contractista, l'establiment d'almenys una de les condicions especials d'execució del contracte de tipus econòmic, d'innovació, mediambiental o social, que es preveuen a l'article 202.2. D'entre aquestes el plec de clàusules administratives haurà de preveure la/les que es descriu/en a continuació:

Condicions socials:

- L'empresa contractista, en l'elaboració i presentació de l'objecte del contracte, ha d'incorporar la perspectiva de gènere i evitar els elements de discriminació sexista de l'ús del llenguatge i de la imatge. En aquest sentit, ha de fer ús de llenguatge inclusiu en la redacció dels textos digitals.
- L'empresa adjudicatària ha de garantir la capacitat per atendre correctament a les diferents diversitats de públic que contacti telemàticament amb el servei, ja sigui per raó d'edat, gènere, orientació sexual, diversitat funcional i orígens diversos, coneixent les seves singularitats i forma de tractament.

Per a controlar el compliment d'aquestes condicions especials d'execució el responsable del contracte podrà demanar durant l'execució del contracte qualsevol document referent al compliment de les obligacions relacionades. Pel que fa a l'atenció correcta de les diferents diversitats de públic vetllarà per tal que en tot moment el tracte sigui l'adequat i, en cas de produir-se queixes al respecte, comunicar-li al contractista amb les indicacions correctores pertinents.

Justificació: *atesa la gran diversitat d'assistència de públic, és necessari que es garanteixi un atenció correcta i òptima tenint en compte les singularitats de cada visitant i les correccions que pertoqueu efectuar en cada cas.*

I a més les següents en matèria de protecció de dades:

1. És aplicable al desenvolupament del servei la legislació i normativa en matèria de protecció de dades, i específicament, l'adjudicatari està obligat al compliment del Reglament (UE) 2016/679 de el Parlament Europeu i de Consell, de 27 d'abril de 2016, relatiu a la protecció de les persones físiques pel que fa a el tractament de



dades personals i a la lliure circulació d'aquestes dades i per qual es deroga la Directiva 95/46 / CE (Reglament General de Protecció de Dades) i la Llei Orgànica 3/2018 de 5 de desembre, de Protecció de Dades Personals i garantia dels drets digitals.

2. El servei pot implicar tractament de dades personals si així s'especifica el punt V del Quadre de Característiques del contracte, d'acord amb allò previst a l'article 122.2 LCSP. En cas afirmatiu, es regula específicament a la clàusula 29 les obligacions del contractista en el tractament de les dades personals responsabilitat de l'Ajuntament de Figueres.

Aquestes obligacions en matèria de protecció de dades tenen el caràcter d'essencials als efectes previstos en els articles 71.2 i 211.1.f) de la LCSP).

16. ADSCRIPCIÓ DE MITJANS A L'EXECUCIÓ DEL CONTRACTE

☒ Es requereix que el contractista hagi d'adscriure a l'execució del contracte els mitjans personals i/o materials següents i els licitadors, a més d'acreditar la solvència, s'han de comprometre a dedicar o adscriure al contracte dits mitjans i el PCAP els hi ha d'atribuir el caràcter d'obligació essencial o establir penalitats d'acord amb l'article 76.2 LCSP:

1. Un/a responsable de màrqueting digital i campanyes online, amb alguna de les titulacions següents:
 - Grau en Màrqueting i comunicació empresarial; Grau en Màrqueting i comunicació digital; Grau en Màrqueting i comunitats digitals; Grau en Màrqueting; Grau en Màrqueting i direcció comercial; Grau en Publicitat, màrqueting i relacions públiques.
 - Grau en Administració i direcció d'empreses; Grau en ciències empresarials-managements; Grau en Negocis i màrqueting internacionals.
 - O altres titulacions similars relacionades amb l'objecte del contracte.
2. Un/a responsable de xarxes socials, amb alguna de les titulacions següents:
 - Grau en Comunicació cultural; Grau en Comunicació; Grau en Comunicació audiovisual; Grau en Comunicació i indústries culturals; Grau en Comunicació i periodisme audiovisuals.
 - Grau en Publicitat i relacions públiques; Grau en Periodisme; Grau en Publicitat, màrqueting i relacions públiques; Grau en Màrqueting i comunitats digitals; Grau en Humanitats; Grau en Humanitats i estudis culturals.
 - O altres titulacions similars relacionades amb l'objecte del contracte.
3. A més, és necessari que el/la responsable de xarxes socials disposi de les següents acreditacions d'idiomes:



- 1) Nivell C1 (suficiència) de llengua catalana.
- 2) Nivell B2 de llengua anglesa i/o Nivell B2 de llengua francesa.

Per l'acreditació del coneixement d'idiomes s'agafarà com a referència el marc europeu comú de referència per a les llengües (MECR).

El compliment de les condicions tant de les titulacions com dels idiomes s'hauran d'acreditar obligatòriament abans de l'adjudicació del contracte, a través d'una declaració responsable que contingui el nom de les persones que s'adscriuran al contracte i on s'aportarà còpia de totes les acreditacions exigides.

En cas que l'empresa adjudicatària hagi de substituir un d'aquests professionals, caldrà informar prèviament al responsable del contracte i facilitar la documentació justificativa del nou professional. En qualsevol cas, la persona que s'incorpori a l'equip haurà de reunir els mateixos requisits que l'anterior.

***Justificació:** Es requereix una titulació mínima atès que es busca una capacitat analítica pròpia d'aquests estudis superiors, alhora que es busca que la distribució de la informació a les xarxes vagi dirigida a tot el potencial públic que visita la ciutat de Figueres.*

4. Acreditar la realització de dos projectes de característiques iguals o similars a l'objecte d'aquest contracte en els darrers tres anys per cadascun dels perfils professionals. Caldrà acreditar que han realitzat aquests projectes d'acord amb els perfils professionals de "responsable de màrqueting digital i campanyes online" i "responsable de xarxes socials".

La realització d'aquests projectes amb un objecte igual o similar a l'objecte del contracte s'acreditarà mitjançant certificat emès expedits o visats per l'òrgan competent, quan el destinatari sigui una entitat del sector públic, en el qual s'haurà d'expressar: denominació i descripció del projecte, l'organisme convocant que va aprovar el projecte, import dels serveis prestats, anualitat i la durada de cadascun dels contractes.

Per tal de determinar que un servei és d'igual o similar característiques al que constitueix l'objecte del contracte, s'atendrà a la pertinença del mateix subgrup de classificació, si el contracte està enquadrat en alguns dels que estableix el Reglament General de la Llei de Contracte de les Administracions Públiques (RGLCAP), Real Decret 1098/2001, de 12 d'octubre, i en cas contrari, la igualtat entre els tres primers dígits dels respectius codis CPV.

Per altra banda, quan el destinatari sigui un subjecte privat, mitjançant un certificat expedit per aquest o, a manca de certificat, mitjançant una declaració de l'empresari acompanyada dels documents dels quals disposi que acreditin la realització concreta de la prestació. Aquest/a haurà d'expressar: denominació i descripció del projecte, l'organisme convocant que va aprovar el projecte, import dels serveis prestats, anualitat i la durada de cadascun dels contractes.



En cas que un mateix professional tingui més d'un perfil, caldrà acreditar l'experiència mínima exigida per cadascun d'aquests perfils separatament.

El conjunt dels mitjans d'adscripció obligatòria s'hauran d'acreditar a través dels respectius documents assenyalats o qualsevol altre document vàlid en dret que de manera alternativa acrediti la circumstància exigida.

Justificació: L'acreditació de dos projectes de característiques similars per a cadascun dels perfils professionals es considera un requisit proporcional a les exigències d'aquest contracte, atès les singularitats que presenta i els perfils específics que es busquen.

17. MODIFICACIONS DEL CONTRACTE PREVISTES (ART. 204 LCSP)

☒ El plec de clàusules administratives particulars haurà de preveure les següents modificacions contractuals (màx. del 20%):

- Abast, límit, condicions i procediment que hagi de seguir per realitzar la modificació:
- Augment del nombre d'hores de dedicació per atendre un eventual increment de les necessitats de dedicació del servei de màrqueting digital. Aquest supòsit pot produir-se si augmenta el volum d'activitats, programes o projectes de la Casa Natal Salvador Dalí o si es requereix una intensificació de les tasques de gestió, producció de continguts i seguiment digital per garantir la correcta execució del servei. Aquest increment respondria a una necessitat operativa raonablement previsible però no quantificable en la fase de preparació del contracte i no suposaria cap alteració de l'objecte ni de les condicions essencials del servei licitat.
- Augment de l'import destinat al servei d'abonament de despesa directa en mitjans publicitaris (Google, Meta i posts patrocinats a xarxes socials) en cas que sigui necessari intensificar les campanyes de promoció de la Casa Natal Salvador Dalí o adaptar-les a canvis de mercat que n'afectin l'abast o el cost. Aquest increment estaria justificat per garantir l'impacte, visibilitat i eficàcia de les accions de difusió, i queda igualment emmarcat en el límit màxim de modificació previst, sense alterar la naturalesa ni l'objecte del contracte.

Els imports que es tindran en compte per a les possibles modificacions seran els preus unitaris que s'estableixin per el licitador en l'oferta econòmica del Plec de Clàusules Administratives Particulars.

Límit: 20 % del preu del contracte, sense IVA.

18. CESSIÓ DEL CONTRACTE (ART. 214 LCSP)

☒ Es permet la cessió dels drets i obligacions del contracte a terceres persones físiques o jurídiques, en els termes i/o limitacions següents, a més de les establertes a l'art. 214 de



la LCSP.

19. SUBCONTRACTACIÓ (ART. 215 LCSP)

☒ Es permet la subcontractació amb tercers persones físiques o jurídiques per a la realització de la prestació, amb els requisits establerts a l'art. 215 de la LCSP.

20. ALTRES OBLIGACIONS DEL CONTRACTISTA

El plec de clàusules administratives particulars haurà de preveure les següents obligacions addicionals del contractista en l'execució del contracte:

- L'adjudicatari garantirà el suport d'implantació, operatiu i evolutiu durant tota la durada del contracte i assegurarà la resolució àgil i ràpida de qualsevol incidència.
- L'adjudicatari serà responsable de dotar el contracte amb els recursos materials necessaris i els humans mínims requerits, que permetin el correcte desenvolupament d'aquestes tasques, des de la planificació del projecte fins a la seva execució de forma integral.
- L'adjudicatari s'haurà d'adaptar a les necessitats i variacions que el responsable del contracte indiqui durant l'execució del mateix.
- L'adjudicatari s'haurà d'adaptar a totes les modificacions, adaptacions i millores que siguin necessàries com a conseqüència de canvis o avançaments tecnològics o normatius.
- L'empresa adjudicatària estarà obligada a prendre de referència l'última versió dels documents referits per a l'execució del servei d'acord amb les actualitzacions dels documents annexes.
- Seguretat i confidencialitat: L'empresa contractista es compromet a mantenir la màxima reserva i secret sobre la informació classificada com a confidencial. Es considerarà Informació confidencial qualsevol dada (en format escrit, oral o electrònic) a la qual l'empresa contractista tingui accés en el marc de la prestació de serveis per l'Ajuntament de Figueres, especialment la informació i dades pròpies de l'Ajuntament a les que hagi accedit durant la seva execució.
- Observació de la legalitat vigent: Totes les propostes s'ajustaran a la legalitat vigent. L'Ajuntament de Figueres queda eximit de qualsevol responsabilitat derivada de la no observació de la legalitat per part dels adjudicataris. Els adjudicataris assumiran qualsevol tipus de cost derivat de la no observació de la legalitat per part seva.
- Resolució del contracte i traspàs d'informació i aplicacions: En cas de resolució del contracte, l'empresa adjudicatària de la present licitació es farà responsable de la transmissió completa, i de forma correcta, de tota la informació necessària per a la continuació del servei cap al seu nou entorn, així com del possible cost propi d'aquest traspàs d'informació.



- Es duran a terme totes les reunions i procediments que es considerin necessaris per fer la transferència de la forma més adient.
- Igualment, en cas de resolució del contracte, l'empresa adjudicatària tindrà l'obligació de mantenir el servei en condicions operatives durant el termini de temps especificat per l'Ajuntament de Figueres; temps durant el qual l'Ajuntament pagarà a l'empresa adjudicatària en qüestió el prorratgeig de l'import de licitació pel temps durant el qual es mantingui aquest servei.

21. PENALITATS

☒ Es proposa que el plec de clàusules administratives particulars prevegi penalitats en el cas de compliment defectuós de l'objecte del contracte o en el cas d'incompliment dels compromisos o de les condicions especials d'execució (art. 192 LCSP).

22. VOCALS DE LA MESA DE CONTRACTACIÓ

Es proposen com a vocals de la mesa de contractació les persones següents:

- Eduard Bech Vila (suplent: Pere Ferrera Llorens).
- Roser Asparó Pedragós (suplent: Pol Forcadell Ortiz)

Si bé tant Roser Asparó Pedragós com Pol Forcadell Ortiz són personal interí i, com a tal, no pot ser a la mesa de contractació sempre que hi hagi un tècnic funcionari de carrera o laboral fix amb igual o major qualificació, és indispensable que en puguin formar part. Atès que, per una banda, la Roser Asparó és la tècnica A1 (Responsable del centre) adscrita al projecte de la Casa Natal Salvador Dalí per la gestió de l'equipament i no es disposa de cap funcionari de carrera o personal laboral fix suficientment qualificats que pugui exercir aquestes funcions. I en Pol Forcadell Ortiz és l'únic treballador municipal que pot assumir les seves tasques en cas d'absència de la primera.

23. EN CAS DE SERVEIS DE PRESTACIÓ SUCCESSIVA. PERIODICITAT DE LA FACTURACIÓ:

- ☒ MENSUAL
- ☐ TRIMESTRAL
- ☐ ANUAL
- ☐ ALTRES: -----

L'empresa adjudicatària presentarà mensualment les següents factures:

- Una factura que serà el resultat de dividir l'import d'adjudicació pels mesos del contracte (24 mesos). En aquestes factures s'hi farà constar el total d'hores



efectuades. En les factures no podrà repercutir cap mena d'impost, taxa o tribut a excepció de l'IVA que s'expressarà a part.

- Una segona factura, separada de l'anterior, en la qual es relacionin totes les factures corresponents a les despeses en social ADS i publicitat en xarxes socials que l'adjudicatària hagi efectuat durant els darrers trenta dies als efectes que se li aboni l'import que ha hagut d'avançar. A aquesta factura per les despeses suplertes caldrà adjuntar les factures originals corresponents a les despeses en social ADS i publicitat en xarxes socials emeses directament pel proveïdor del servei cap a l'adjudicatari.

24. OFICINA COMPTABLE / RESPONSABLE DEL CONTRACTE

El número d'oficina comptable que caldrà fer constar a les factures que es derivin d'aquest contracte és el 7.

L'empleat públic responsable del contracte és: Eduard Bech Vila, director de la Casa Natal Salvador Dalí – Ajuntament de Figueres.

25. NOMÉS PER A CONTRACTES DE SERVEIS: PERSONAL A SUBROGAR

☒ No hi ha personal a subrogar atès que es tracta d'un servei que no s'està prestant ni es preveu que s'estigui prestant a la data d'inici.

26. TRACTAMENT DE DADES PERSONALS

☒ El contracte comporta tractament de dades per part de l'adjudicatari. Concreció dels tractaments a realitzar:

☒	Recollida	☒	Registre
☒	Estructuració	☐	Modificació
☐	Conservació	☐	Extracció
☒	Consulta	☒	Comunicació per transmissió
☐	Difusió	☐	Interconnexió
☐	Acarament	☐	Limitació
☐	Supressió	☐	Destrucció
☒	Comunicació	☐	Altres

La finalitat del tractament és:

- Gestor de base de dades dels usuaris de la pàgina web i de les xarxes socials de la Casa Natal Salvador Dalí.

Es posarà a disposició del contractista per a l'execució del contracte les dades següents:

- Dades identificatives



Les categories de persones interessades de les que es tractaran dades són:

- Persones interessades en realitzar visites o activitats desenvolupades a la Casa Natal Salvador Dalí, realitzant consultes telemàtiques a través de les xarxes socials o facilitant les seves dades a través d'enllaços publicitaris.

El tractament s'efectuarà:

- ☐ remotament
- ☐ en equips propis de l'Ajuntament
- ☒ en equips propis del proveïdor

27. NOMÉS PER A CONTRACTES DE SERVEIS I SUBMINISTRAMENT AMB INSTAL·LACIÓ: PREVENCIÓ DE RISCOS. COORDINACIÓ D'ACTIVITATS EMPRESARIALS.

Els treballadors de l'empresa adjudicatària accediran a les instal·lacions municipals:

- ☒ SI
- ☐ NO

En aquest edifici municipal no hi ha personal propi de l'ajuntament i, per tant, no hi ha interacció entre el personal contractat i el propi. Únicament hi ha interaccions puntuals amb el responsable del contracte en les reunions concertades.

28. EXIGÈNCIA D'UN PLA DE TREBALL

- ☒ SI
- ☐ NO

Aquest pla de treball ha de respectar les directrius que l'equip de treball de l'Ajuntament de Figueres facilitarà a l'adjudicatari, que estarà format per l'equip tècnic i directiu de la Casa Natal Salvador Dalí, l'equip tècnic de l'Oficina de Turisme de l'Ajuntament de Figueres i l'Àrea de Comunicació de l'Ajuntament de Figueres, d'acord amb el PPT.

El pla de treball haurà de contenir:

- Pla de projecte, entès com a l'eina de gestió fonamental per a la planificació detallada i seguiment del projecte, en el qual s'han de desenvolupar cadascun dels reptes que planteja l'apartat segon del PPT en relació amb el posicionament SEO, les campanyes

DOCUMENT Document annexat	ÒRGAN Serveis Econòmics i Generals	REFERÈNCIA CONC2025000012
Codi Segur de Verificació: 264dca16-4a0f-44e6-92d4-1fcc9d67c9d7 Origen: Ciutadà Identificador document original: ES_L01170669_2025_5003684 Data d'impressió: 02/12/2025 13:45:33 Pàgina 26 de 26		SIGNATURES 1.- EDUARD BECH VILA (TCAT), 20/11/2025 10:37



de pagament i les xarxes socials.

- Pla de seguiment, detallant les reunions periòdiques de seguiment i d'incidències del projecte.

29. PROPIETAT INTEL·LECTUAL

La titularitat dels continguts produïts per l'adjudicatària (creatius, imatges, anuncis, etc.) passaran a ser de titularitat municipal, d'acord amb l'article 308.1 LCSP.

L'adjudicatari només podrà fer ús d'aquests continguts durant l'execució del present contracte i, en tot cas, quan els vulgui utilitzar de forma externa, necessitarà la prèvia autorització per escrit de l'Ajuntament de Figueres.

Figueres, el dia que signo aquest document