

JOAN CODINA I SOLEY, secretari del Consell d'Administració de Loteries de Catalunya, SAU

CERTIFICO

Que el Consell d'Administració de Loteries de Catalunya, SAU reunit en sessió ordinària de data 28 de gener de 2026, va adoptar per unanimitat i amb l'assistència de tots els seus membres, presents o amb el vot delegat, que són:

Sr. Antoni Fernández Pérez
Sr. Josep Lluís Garcia i Ramírez
Sra. Esther Pallarols Llinàs
Sr. Jonatan Ferreras Roman
Sr. Raúl Moreno Montaña
Sr. Imma Barral Viñals
Sr. Joan Codina i Soley

el següent:

ACORD

I d'acord amb l'acta aprovada en la mateixa sessió del Consell d'Administració i que consta transcrita al Llibre d'actes, i perquè així consti, expedeixo aquest certificat a la ciutat de Barcelona, amb el vistiplau del president, de conformitat amb l'article 32.3 dels Estatuts socials.

El secretari
Joan Codina Soley

Vistiplau
El president
Antoni Fernández Pérez

5.4. Aprovació licitació serveis inserció publicitat

MEMÒRIA JUSTIFICATIVA SOBRE LA NECESSITAT DE CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE GESTIÓ I INSERCIÓ DE PUBLICITAT EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ PER A LA DIFUSIÓ DE LES ACCIONS PUBLICITÀRIES DE LOTERIES DE CATALUNYA, SAU PER A L'ANY 2026, expedient V0951-MKJ-26-0004

1. ANTECEDENTS

El Decret Llei 16/2021, de 13 de juliol, d'aprovació de mesures urgents d'ordenament del joc de loteria reservat a la Generalitat de Catalunya, en el seu article 1, estableix que el joc de loteria, en les seves diverses modalitats, és organitzat i gestionat, per compte de la Generalitat de Catalunya, per Loteries de Catalunya, SAU, i també la recaptació per compte de la Generalitat dels ingressos públics derivats d'aquesta activitat i el pagament dels premis que s'estableixen.

El Decret 240/2004, de 30 de març, pel qual s'aprova el catàleg de jocs i apostes autoritzats a Catalunya i els criteris aplicables a la seva planificació, estableix en l'article 5.1 que la loteria, en qualsevol de les modalitats previstes en aquest precepte, serà organitzada per Loteries de Catalunya, SAU.

Les actuacions que desenvolupa Loteries de Catalunya se centren en l'organització i la gestió de diverses modalitats de jocs de loteria, les quals necessiten difusió en el seu àmbit d'actuació per tal de mantenir un grau de notorietat entre el públic objectiu i en relació a la resta de loteries que es comercialitzen en el territori de Catalunya.

2. SITUACIÓ ACTUAL I NECESSITATS

Actualment l'àmbit de la comercialització de les loteries es troba immers en un context caracteritzat per la forta competència que suposa la constant diversificació de productes que es comercialitzen, especialment per part de la SELAE i de l'ONCE, escenari que comporta que per part de Loteries de Catalunya s'hagin d'adoptar decisions i accions encaminades a assolir l'optimització de les quotes de mercat dels productes de Loteries de Catalunya.

La contractació de serveis de gestió i inserció de publicitat persegueix l'assoliment d'importants fites com són, entre d'altres, millorar el grau de notorietat i coneixement entre el públic objectiu respecte de la resta de loteries que es comercialitzen en el territori de Catalunya, i també, fer arribar a la ciutadania amb la màxima freqüència el missatge que participant en els jocs de Loteries de Catalunya es generen beneficis que reverteixen en programes socials a Catalunya.

Les accions publicitàries definides per a l'any seran per a qualsevol producte del portafoli de Loteries de Catalunya. També es contemplen accions de comunicació publicitària de caràcter corporatiu.

En definitiva, resulta primordial l'esmentada contractació de serveis de gestió i inserció de publicitat amb la finalitat de fer arribar al públic objectiu el missatge de la forma més efectiva possible i, alhora, optimitzant al màxim els recursos necessaris en el marc de la disponibilitat pressupostària de Loteries de Catalunya en aquesta matèria per a l'any 2026.

3. CARACTERÍSTIQUES PRINCIPALS DE LA CONTRACTACIÓ

Aquesta contractació està basada en l'Acord Marc de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació que porti a terme l'Administració de la Generalitat de Catalunya, mitjançant els seus departaments i els organismes i entitats que en depenen, que ha estat adjudicat pel Departament de Presidència Expedient PR-2025-556, mitjançant Resolució de 20 de novembre de 2025 es fa mitjançant procediment de consulta a les empreses adjudicatàries.

Empreses adjudicatàries de l'Acord Marc.

- UNIVERSAL MCANN, SA, A79154126.
- HAVAS MEDIA GROUP SPAIN, SAU, A78809662.
- CARAT ESPAÑA, SAU, A28343358.
- WAVEMAKER PUBLICIDAD SPAIN, S.L., B81173171.

Divisió en lots

Aquesta contractació no es dividirà en lots perquè constitueix una unitat funcional que determina que les diferents prestacions que la integren no poden ser separades si es vol aconseguir la finalitat pública que cobreix aquest contracte. Així mateix, és imprescindible una coordinació integral de les tasques per assolir una correcta execució del servei i donar coherència i unitat a les campanyes de publicitat.

Termini d'execució

La prestació dels serveis objecte d'aquesta contractació s'haurà de realitzar des de la data de la signatura del contracte i fins al **31 de desembre de 2026**.

No s'admet pròrroga.

Tramitació de l'expedient

Ordinària

Termini presentació ofertes contractació basada

De conformitat amb la clàusula 31 AC, **existeix planificació** i, per tant, el **termini per a la presentació de les ofertes serà de 10 dies hàbils**.

Modificacions del contracte

De conformitat amb la clàusula 23 de l'Acord Marc **es preveu la possibilitat de modificar** aquesta contractació en un percentatge **no superior al 20% del pressupost base del contracte**, sempre que de les necessitats reals del servei siguin superiors a les estimades inicialment.

En tot cas, no es poden introduir modificacions substancials respecte del que estableix l'acord marc. Així mateix, la modificació no pot suposar l'establiment de nous preus unitaris no previstos en el contracte.

Cessió i subcontractació

No es permet la cessió del contracte.

No es permet la subcontractació d'acord amb la clàusula 36 de l'Acord Marc.

Forma de pagament

S'estableixen pagaments mensuals, a mesos vençuts per les insercions efectivament realitzades.

4. DETERMINACIÓ DEL PREU, VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE I PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ: JUSTIFICACIÓ DEL SEU CÀLCUL

Determinació del preu

D'acord amb l'article 101.1 de la LCSP, tots els preus o valors econòmics referits en aquests plecs s'expressen sense l'IVA que pugui correspondre, que es considera partida independent.

S'ha tingut en compte l'històric d'accions de comunicació d'anys anteriors per veure quins són els mitjans utilitzats amb un major retorn, així com els formats i els suports.

El sistema de determinació del preu d'aquest contracte es basa en un preu unitari net optimitzat per a cada format i suport que inclou tots els descomptes (comissió d'agència i IVA exclosos). Els licitadors hauran de presentar les seves ofertes d'acord amb el model de proposició econòmica annex al Plec de clàusules administratives particulars.

S'agafen com a referència els preus màxims establerts a l'Acord Marc de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació que porti a terme l'Administració de la Generalitat de Catalunya, mitjançant els seus departaments i els organismes i entitats que en depenen, (Expedient PR-2025-556).

Així, al model de proposició econòmica, que s'annexarà al plec de clàusules administratives particulars d'aquesta contractació, les empreses hauran de presentar oferta de preus unitaris, per a cadascun dels suports i formats que s'especifiqui. En funció del tipus de suport es demanaran uns formats específics en cada cas.

La comissió d'agència s'haurà d'especificar a banda, de manera que en el model de proposició econòmica hi haurà una casella específica per detallar el percentatge de la comissió d'agència a aplicar.

En tot cas, les ofertes presentades hauran de respectar les condicions econòmiques adjudicades en l'Acord Marc. També caldrà respectar l'oferta de l'Acord Marc quant a la comissió d'agència. La que s'aplicarà en aquesta contractació no podrà ser superior en cap cas, però sí inferior.

Valor estimat del contracte i pressupost base de licitació

El valor estimat de la present licitació, 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 la durada d'aquest contracte, incloent-hi les possibles modificacions previstes, sobre la base de l'import de l'estimació de consum prevista per 2026.

El VEC (valor estimat del contracte) no coincideix amb el pressupost de licitació perquè es preveuen modificacions contractuals:

VEC	VE prestació (IVA EXCLOS)	VE eventuais pròrrogues	VE modificacions previstes	VE altres conceptes	TOTAL (IVA exclòs)
2026	1.632.231,40 €	-	326.446,28 €	-	1.958.677,68 €

Justificació del càlcul del pressupost de licitació:

El pressupost base de licitació s'ha calculat en funció de les necessitats de difusió de campanyes de publicitat i accions puntuals de comunicació previstes pel 2026 i d'acord amb l'experiència acumulada en aquest tipus de contractacions.

El pressupost base de licitació s'ha calculat a l'alça respecte als pressupostos de licitació d'expedients de contractació anteriors, amb mateix objecte contractual i mateix sistema de determinació del preu.

Si ens fixem en els expedients per a la inserció d'accions de publicitat duts a terme els quatre últims anys observem que els imports facturats i el nombre de campanyes i accions de comunicació executades per a cada un d'ells han estat:

Expedient de contractació	Campanyes i accions de comunicació executades	Import de liquidació final (IVA exclòs)
65-2023 (2023)	5 campanyes de publicitat	2.435.101 €
19-2024 (2024)	3 campanyes de publicitat	1.650.000 €
05-2025 (2025)	3 campanyes de publicitat	1.650.000 €

Les accions publicitàries definides per a l'any 2026 seran per a qualsevol producte del portafoli, també s'inclou la possibilitat de realitzar campanyes per nous jocs que es puguin presentar durant el 2026, i accions de comunicació publicitària de caràcter corporatiu.

D'acord amb tot l'exposat, per al 2026 es preveu el següent:

Expedient de contractació	Import de liquidació final (IVA exclòs)	IVA	Import Total (IVA inclòs)
V0951-MKJ-26-0004	1.632.231,40 €	342.768,60 €	1.975.000,00 €

El VEC d'aquesta contractació s'ha determinat prenent com a base els mitjans i formats que previsiblement composaran cadascuna de les accions publicitàries (descrites amb detall en la clàusula 3 del Plec de prescripcions tècniques), i els imports aplicats en les campanyes d'anys anteriors. En conseqüència, el pressupost de licitació a efectes d'actuar com a valor màxim de licitació és de 1.632.231,40 €, (IVA exclòs)

En concret, el pressupost assignat pel sorteig de La Grossa de Sant Jordi és de 480.000 € (IVA inclòs).

Loteries de Catalunya no disposa de mitjans materials ni personals propis per a la realització dels serveis específics esmentats.

5. CRITERIS D'ADJUDICACIÓ

La puntuació total és de **100 punts** que es distribuïran de la següent forma:

Es dona preponderància als **criteris de valoració quantificables** mitjançant l'aplicació de fórmules amb un màxim de 70 punts, davant els **criteris de valoració mitjançant un judici de valor**, que es valoren amb un màxim de 30 punts.

De conformitat amb el punt 8 de la Directriu 1/2020 de la Direcció General de Contractació Pública d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica, s'apliquen les fórmules descrites a continuació **per incompatibilitat de la regla general** amb la estructura emprada en aquesta licitació.

5.1. CRITERIS DE VALORACIÓ MITJANÇANT UN JUDICI DE VALOR

Es ponderen de la manera següent:

- **PROPOSTA TÈCNICA (EXERCICI D'ESTRATÈGIA I PLANIFICACIÓ DE MITJANS): fins a 30 punts.**

Exercici d'estratègia i planificació de mitjans, d'acord amb l'establert a la clàusula segona del Plec de prescripcions tècniques i els objectius de comunicació i de mitjans establerts al bríng (clàusula tercera). L'objectiu d'aquests criteris és seleccionar aquelles empreses que per la seva metodologia, els seus coneixements estratègics i la tecnologia d'anàlisi que tenen a l'abast, es consideren més ben preparades per a dur a terme les planificacions estratègiques.

Les habilitats a l'hora de traçar les estratègies i planificació de mitjans són imperatives en aquest Acord marc, per aquest motiu la puntuació mínima a assolir en la proposta tècnica ha de ser del 50% dels punts màxims.

Les empreses que no assoleixin aquest llindar mínim, seran excloses d'aquesta licitació i, per tant, ja no entraran en valoració de la proposta econòmica.

L'exercici es valorarà d'acord amb els criteris següents:

Puntuació Proposta Tècnica	Puntuació màxima
Capacitat estratègica	12,00
Plantejament estratègic	6,50
Consistència de la proposta per assolir cobertura massiva de la població amb un nivell de freqüència adient per assegurar l'efectivitat de la campanya	2,50
Construcció d'una estratègia integrada dels mitjans de comunicació per aconseguir notorietat i assegurar l'atenció del públic objectiu	2,00
Coherència de la proposta a l'hora de definir els target groups. Detecció i proposta de punts de contacte amb l'afinitat adequada per reforçar l'impacte	2,00
Visió integral i cohesió del discurs	4,00
Visió integral per estructurar la proposta com un conjunt, on cada part té la seva funció en el pla i queda integrada	2,00
Cohesió del discurs amb un eix definit que estructura la proposta des de l'anàlisi prèvia fins a l'estimació de resultats	2,00
Presentació clara i precisa	1,50
Claredat a l'hora de presentar l'exercici d'estratègia i planificació, amb un ordre en l'exposició de la informació que ajudi a assimilar la proposta convenientment	1,00
Concreció de la informació proporcionada perquè la presentació sigui concisa i fàcil d'entendre	0,50
Planificació de mitjans	9,00
Selecció de mitjans en línia amb les bases estratègiques i baixada tàctica als suports per transmetre la campanya als públics objectiu establerts al briefing	3,00
Recomanació i justificació sobre formats, qualitats, ubicacions o altres detalls coherents amb els objectius que es marquen al briefing. Propostes d'accions en base a l'anàlisi de Location Intelligence i Geodata.	2,50
Recomanació del període i la distribució temporal de la campanya	1,00

Capacitat d'integració de les accions especials proposades tenint en compte la temàtica i el context de la campanya 2,50

Capacitat analítica i justificacions quantitatives/qualitatives	9,00
--	-------------

Nivell d'aprofundiment en l'anàlisi prèvia de l'entorn, els mitjans i els públics objectiu adient per traçar l'estratègia 3,60

Presentació de les estimacions d'abast de la campanya adequat per comprendre la repercussió que pot tenir aquesta, considerant els objectius especificats en el briefing 2,70

Proposta de metodologia a l'hora d'establir les cobertures incrementals i freqüències efectives, fer el seguiment i aplicar possibles optimitzacions durant la campanya 2,70

Total Puntuació Proposta Tècnica	30,00
---	--------------

Es considerarà la millor proposta aquella que respongui plenament a les diferents variables definides anteriorment, les propostes que presentin algunes mancances respecte a l'excel·lència de la millor proposta es valoraran amb puntuacions menors segons la ponderació següent:

Puntuació obtinguda	(%)
Adequació òptima	100 %
Adequació notable	75 %
Adequació correcta	50 %
Té algunes mancances	25 %
Té moltes mancances	5 %

1. En el cas que la suma de les valoracions dels criteris no arribi al llindar del 50 % de la valoració total per aquests criteris en cap de les proposicions/ofertes, no s'aplicarà la fórmula següent i la puntuació serà el valor obtingut en la fase de valoració de les propostes tècniques, prèvia a l'aplicació de la fórmula següent.
2. En el cas que se superi l'esmentat llindar s'ordenaran les diferents propostes valorades per ordre decreixent, i s'aplicarà la fórmula següent, per obtenir la puntuació. La fórmula s'ha d'aplicar a cada criteri per després obtenir la puntuació total.

$$P_{cp} = \frac{P_c \times V_{Top}}{V_{Tmv}}$$

P_{cp}= Puntuació criteri de l'oferta a puntuar

P_c= Puntuació màxima del criteri.

V_{Top}= Valoració tècnica del criteri de l'oferta que es puntua

V_{Tmv}= Valoració tècnica del criteri de l'oferta millor valorada

5.2.CRITERIS DE VALORACIÓ OBJECTIVA:

Els paràmetres a valorar de forma automàtica són els següents:

PROPOSICIÓ ECONÒMICA: fins a 70 punts

La puntuació que es dona a la proposició econòmica i que, per tant, reflecteix una millor negociació, té un pes superior ja que l'objecte principal d'aquesta licitació és la compra d'espais publicitaris als mitjans de comunicació i els preus d'aquests espais són els mateixos, per tant la capacitat de negociació sobre aquests preus de les agències que formaran part del present contracte, és la part més rellevant i ens permetrà rendibilitzar la inversió que fem en publicitat.

Puntuació Proposta Econòmica	Puntuació màxima
Multimèdia	70,00
a) MITJÀ TELEVISIÓ	24,00
b) MITJANS DIGITALS	20,00
c) MITJÀ IMPRÈS	5,00
d) MITJÀ RÀDIO	12,00
e) MITJÀ EXTERIOR	5,00
f) COMISSIÓ d'AGÈNCIA	4,00
TOTAL Puntuació Proposta econòmica	70,00

A. MULTIMÈDIA: fins a 70 punts

a) MITJÀ TELEVISIÓ

En el model de proposició econòmica del mitjà televisió es demanen C/GRP, preu net per passi referits a espots de 20", que és la durada estàndard dels espots i descompte mínim per a la resta de formats convencionals no especificats. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

b) MITJÀ IMPRÈS

El model de proposició econòmica del mitjà imprès només detalla el format plana color senar, que és el més emprat habitualment. Per a aquest format, es demana un preu net. També es demana un descompte mínim per a la resta de formats convencionals.

S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

c) MITJÀ RÀDIO

En el model de proposició econòmica del mitjà ràdio es demana un descompte mínim per a tots els formats convencionals. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

d) MITJÀ EXTERIOR

En el model de proposició econòmica del mitjà exterior es demana un descompte mínim als formats convencionals. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

En el cinema es demana també CPM de 20", i aquest s'extrapolà a la resta de durades.

e) MITJANS DIGITALS

En el model de proposició econòmica del mitjà internet es demana un descompte per a tots els suports aplicable a qualsevol format convencional. A més, en el cas d'alguns suports i de les xarxes socials es demanen alguns preus concrets com el CPM, CPC, CPV o CPE, etc. en funció del suport/format especificat. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

També hi haurà un apartat específic per detallar els costos tecnològics en funció del pes de les peces publicitàries així els de control de les campanyes.

Puntuació:

El desglossament de la puntuació està detallada en el model d'oferta, annex del PCAP. Cadascuna de les caselles es valora de forma individual aplicant la fórmula corresponent al tipus d'oferta demanada. La puntuació total serà la suma de puntuacions de totes les caselles.

Caselles de preu o cost: cada casella té una puntuació màxima, que s'atorgarà a aquella empresa que ofereixi la millor oferta (menor cost per mil (CPM), menor cost per clic (CPC), menor cost per visualització (CPV), menor C/GRP, etc.). La resta d'ofertes obtindran menys puntuació, proporcionalment, en aplicació de la fórmula següent:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (\text{preu o cost net més baix})}{(\text{Preu o cost net per inserció que es puntua})}$$

Caselles de descompte: cada casella té una puntuació màxima, que s'atorgarà a aquella empresa que ofereixi el millor descompte. La resta d'ofertes obtindran menys puntuació, proporcionalment, en aplicació de la fórmula següent:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (1 - \text{el descompte més alt})}{(1 - \text{el descompte que es puntua})}$$

Caselles de recàrrec: cada casella té una puntuació màxima, que s'atorgarà a aquella empresa que ofereixi el menor recàrrec. La resta d'ofertes obtindran menys puntuació, proporcionalment, en aplicació de la fórmula següent:

$$P = \text{Puntuació màxima} * 1 - \left(\frac{\text{Recàrrec que es puntua} - \text{Recàrrec més baix}}{\text{Recàrrec més car} - \text{Recàrrec més baix}} \right)$$

Caselles de comissió d'agència: cada casella té una puntuació màxima que s'atorgarà a l'empresa que ofereixi el percentatge més avantatjós. L'empresa que ofereixi el percentatge menys avantatjós rebrà zero punts i la resta rebrà la puntuació proporcional aplicant la següent fórmula:

$$P = \text{Puntuació màxima} * 1 - \left(\frac{\text{Comissió que es puntua} - \text{Comissió més baixa}}{\text{Comissió més cara} - \text{Comissió més baixa}} \right)$$

La fórmula emprada per al preu o cost, i per al descompte atribueix la major puntuació a l'oferta més econòmica i la menor a la menys econòmica, evita que petites diferències en el preu suposin grans diferències de puntuació i assigna els punts d'una manera adequada i proporcional.

La fórmula emprada per a la comissió d'agència o pel recàrrec, atribueix la puntuació més gran a la millor oferta i zero punts a la pitjor oferta, distribuint els punts proporcionalment segons l'oferta de cada empresa. Aquesta fórmula evita que es desvirtui l'ordenació proporcional de les ofertes en cas de rebre ofertes per valor de 0%, fet que amb aquests dos conceptes pot passar.

Aquestes fórmules, atesa la diversitat i complexitat d'ítems a valorar en l'apartat oferta econòmica no s'adeqüen a la Directriu 1/2020 d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica de la Direcció General de Contractació Pública.

La puntuació total dels licitadors corresponent al conjunt de les ofertes econòmiques és la suma de les puntuacions parcials obtingudes en cadascun dels apartats anteriors.

6. PUNTUACIONS TOTALS

De la suma de la puntuació que correspon a les ofertes econòmiques, més les ofertes tècniques, valorades d'acord amb els criteris d'adjudicació, s'obtindrà la puntuació total que correspon a les proposicions dels licitadors, d'acord amb la qual es realitzarà la classificació definitiva de les proposicions, per ordre decreixent, per obtenir les ofertes econòmicament i tècnicament més avantatjoses.

7. CONFIGURACIÓ DE SOBRES

SOBRE A

- **DECLARACIÓ RESPONSABLE** conforme mantenen les seves condicions inicials de capacitat, solvència i representació mitjançant l'ANNEX del PCAP.
- **PROPOSTA TÈCNICA** "Exercici d'estratègia i planificació de mitjans" d'acord amb allò establert a la clàusula segona del Plec de prescripcions tècniques i que es valorarà d'acord amb els criteris establerts a l'apartat H.1 del Quadre de Característiques del PCAP (**preferiblement documents PDF**).

Serà causa d'exclusió:

- La no incorporació dins d'aquest sobre de la proposta tècnica.
- La incorporació de documentació que no correspongui a aquest sobre quan es vulneri el secret de les ofertes o el deure de no tenir coneixement del contingut de la documentació relativa als criteris de valoració objectiva abans de la relativa als criteris de valoració subjectiva.

SOBRE B:

- **OFERTA ECONÒMICA** que es presentarà d'acord amb el model de l'ANNEX del PCAP en **format EXCEL i signat electrònicament**.
- Cal omplir totes les caselles en TARONJA (referents a l'Acord Marc) i en GROC (referents a l'Expedient actual).

Serà causa d'exclusió sense valoració:

- La no incorporació dins d'aquest sobre dels conceptes indicats anteriorment.
- Les ofertes econòmiques que tinguin omissions, errades o esmenes que no permetin conèixer clarament allò que es considera fonamental per valorar-les.
- Les ofertes en què no s'ofereixi preu per tots i cadascun dels conceptes obligatoris.
- Les ofertes que apliquin descomptes inferiors, preus superiors o comissions superiors, respecte a les de l'Acord Marc.
- Les ofertes econòmiques que excedeixin del pressupost base de licitació.

- Les ofertes econòmiques que modifiquin substancialment els models de proposició establerts en aquest plec, comportin un error manifest en l'import de la proposició, aquelles en les quals l'empresa licitadora reconegui l'existència d'error o inconsistència que la fa inviable.
- La incorporació incorrecta del format en el model de proposició econòmica: les dades incorporades han de tenir el format sol·licitat. Si es sol·licita en € s'ha d'expressar en €; si es sol·licita en % s'ha d'expressar en %; si es sol·licita una X ha de figurar una X.
- En les ofertes econòmiques en cap cas es pot aplicar més d'una comissió simultàniament (comissió d'agència A, B o C). En cas de aplicar-se, serà objecte d'exclusió.

8. OBSERVACIONS A L'ANNEX D'OFERTA ECONÒMICA

Apartat Impresos de l'Oferta econòmica:

- La ubicació de les insercions (sigui quin sigui el format) sempre haurà de ser senar.

Apartat Exterior de l'Oferta econòmica:

- Exclusivitat: en alguns casos els suports poden canviar d'exclusivista durant la vigència de l'Acord marc. L'oferta ha de tenir en compte aquesta possibilitat ja que preval el suport.

9. CONCLUSIÓ I PROPOSTA

Es proposa iniciar procediment per a la contractació de serveis de gestió i inserció de publicitat en les actuacions de comunicació que es difonguin en tots o en algun/s dels mitjans de comunicació següents: televisió, televisió connectada, mitjà imprès, ràdio, exterior, mitjans digitals i xarxes socials, per a la difusió d'accions publicitàries de Loteries de Catalunya, SAU per a l'any 2026, mitjançant consulta amb les empreses que han resultat adjudicatàries de l'Acord Marc de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació que porti a terme l'Administració de la Generalitat de Catalunya, mitjançant els seus departaments i els organismes i entitats que en depenen (Expedient PR-2025-556).

A la data de la signatura electrònica de la directora de Màrqueting i Jocs de Loteries de Catalunya, SAU.

Pilar Martín
Serrano -
DNI
33964988Z
(TCAT)

Signat digitalment
per Pilar Martín
Serrano - DNI
33964988Z (TCAT)
Data: 2026.01.21
12:36:15 +01'00'

ANNEXOS

- **ANNEX DECLARACIÓ RESPONSABLE DE PLENA VIGÈNCIA DE LA DOCUMENTACIÓ ADMINISTRATIVA ACREDITADA EN L'ACORD MARC.**
(Incloure al Sobre A)

Núm. de l'expedient de contractació: **V0951-MKJ-26-0004**

Objecte del contracte: Servei de gestió i inserció de publicitat en els mitjans de comunicació per a la difusió de les accions publicitàries de Loteries de Catalunya, SAU, per a l'any 2026

Nom i cognoms:

Càrrec:

Empresa:

NIF empresa:

Declara sota la seva responsabilitat que l'empresa a la qual representa, com a licitadora d'aquesta contractació:

1. Que reuneix totes i cadascuna de les condicions exigides per a contractar amb l'Administració, ja que, tenint capacitat d'obrar, no es troba compresa en cap de les circumstàncies de prohibició per contractar amb el sector públic ni amb les Administracions Públiques.
2. Que declara vigents els requisits de capacitat, solvència i representació tal com ho va presentar en la documentació acreditada en l'Acord marc dels serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació que porti a terme l'administració de la Generalitat de Catalunya (Expedient PR-2025-556).
3. Que en relació als requisits de solvència establerts per a aquest contracte basat (assenyalar l'opció que correspongui):
 - ☐ L'empresa ha acreditat, en el procediment per a l'adjudicació de l'Acord marc, una solvència igual o superior a la requerida per a participar en la licitació de contracte basat.
 - ☐ L'empresa **NO TÉ ACREDITADA**, en el procediment per a l'adjudicació de l'Acord marc, una solvència igual o superior a la requerida per a participar en la licitació de contracte basat, **per la qual cosa presento la corresponent documentació acreditativa**

4. Que en relació als signataris de la proposició d'aquest contracte basat (assenyalar l'opció que correspongui):
- ☐ Són els mateixos que varen signar la participació a l'Acord Marc.
 - ☐ Són diferents dels que varen signar la participació a l'Acord Marc, **per la qual cosa presento la corresponent documentació acreditativa.**
5. Que els poders són vigents i no han estat modificats, restringits o limitats fins a la data d'avui.
6. Que està al corrent del compliment de les obligacions tributàries i de la seguretat social.
7. Que coneix i accepta incondicionalment el Plec de clàusules administratives particulars i el de prescripcions tècniques que regeixen aquesta licitació, així com, les previsions del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc.
8. Que la informació i documents aportats són de contingut absolutament cert.
9. Que la bústia electrònica on realitzar les comunicacions i notificacions en el procés de licitació i, si s'escau, els posteriors tràmits d'adjudicació, formalització, modificació, negociació, execució i extinció normal o anormal del contracte és
-

I perquè així consti, signo aquesta declaració.

- **ANNEX MODEL D'OFERTA ECONÒMICA (excel)**

- **PROPOSICIO ECONOMICA**

(Incloure al Sobre B)

PLEC DE CLÀUSULES ADMINISTRATIVES PARTICULARS QUE REGULA LA CONTRACTACIÓ, MITJANÇANT PROCEDIMENT DERIVAT D'ACORD MARC, DEL SERVEI DE GESTIÓ I INSERCIÓ DE PUBLICITAT EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ PER A LA DIFUSIÓ DE LES ACCIONS PUBLICITÀRIES DE LOTERIES DE CATALUNYA, SAU, PER A L'ANY 2026, (EXPEDIENT V0951-MKJ-26-0004) SEGONS EL QUE ESTABLEIX L'ACORD MARC DE SERVEIS DE GESTIÓ I INSERCIÓ DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ QUE PORTI A TERME L'ADMINISTRACIÓ DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA (EXPEDIENT NÚMERO PR-2025-556).

QUADRE DE CARACTERÍSTIQUES DEL CONTRACTE

A. Descripció de l'objecte del contracte

A.1. Objecte del contracte: Servei de gestió i inserció de publicitat en els mitjans de comunicació per a la difusió de les accions publicitàries de Loteries de Catalunya, SAU, per a l'any 2026.

Les condicions específiques de la prestació dels serveis objecte del contracte són les que es descriuen en el Plec de Prescripcions Tècniques que regeix aquesta contractació.

A.2 Codi d'expedient: **V0951-MKJ-26-0004**

A.3 Codi CPV: 79341200 Serveis de publicitat.

B. Durada del contracte

B.1 Període de vigència del contracte: des de la data de la formalització del contracte i fins el **31 de desembre de 2026** ambdós inclosos.

B.2 **No s'admet** pròrroga

C. Dades econòmiques

C.1 Determinació del preu: Preus unitaris

D'acord amb l'article 101.1 de la LCSP, tots els preus o valors econòmics referits en aquests plecs s'expressen sense l'IVA que pugui correspondre, que es considera partida independent.

S'ha tingut en compte l'històric d'accions de comunicació d'anys anteriors per veure quins són els mitjans utilitzats amb un major retorn, així com els formats i els suports.

El sistema de determinació del preu d'aquest contracte es basa en un preu unitari net optimitzat per a cada format i suport que inclou tots els descomptes (comissió d'agència i IVA exclosos). Els licitadors hauran de presentar les seves ofertes d'acord amb el model de proposició econòmica annex al del Plec de clàusules administratives particulars.

S'agafen com a referència els preus màxims establerts per a l'Acord Marc de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació que porti a terme l'Administració de la Generalitat de Catalunya, mitjançant els seus departaments i els organismes i entitats que en depenen, (expedient PR-2025-556).

Així, al model de proposició econòmica, que s'annexarà al plec de clàusules administratives particulars d'aquesta contractació, les empreses hauran de presentar oferta de preus unitaris, per a cadascun dels suports i formats que s'especifiqui. En funció del tipus de suport es demanaran uns formats específics en cada cas.

La comissió d'agència s'haurà d'especificar a banda, de manera que en el model de proposició econòmica hi haurà una casella específica per detallar el percentatge de la comissió d'agència a aplicar.

En tot cas, les ofertes presentades hauran de respectar les condicions econòmiques adjudicades en l'Acord Marc. També caldrà respectar l'oferta de l'Acord Marc quant a la comissió d'agència. La que s'aplicarà en aquesta contractació (CA formal o especial) no podrà ser, superior en cap cas, però sí inferior.

El pressupost base de licitació s'ha calculat en funció de les necessitats de difusió de campanyes de publicitat i accions puntuals de comunicació previstes pel 2026 i d'acord amb l'experiència acumulada en aquest tipus de contractacions.

El pressupost base de licitació s'ha calculat a l'alça respecte als pressupostos de licitació d'expedients de contractació anteriors, amb mateix objecte contractual i mateix sistema de determinació del preu.

Si ens fixem en els expedients per a la inserció d'accions de publicitat duts a terme els tres últims anys observem que els imports facturats i el nombre de campanyes i accions de comunicació executades per a cada un d'ells han estat:

Expedient de contractació	Campanyes i accions de comunicació executades	Import de liquidació final (IVA exclòs)
65-2023 (2023)	5 campanyes de publicitat	2.435.101 €
19-2024 (2024)	3 campanyes de publicitat	1.650.000 €
05-2025 (2025)	3 campanyes de publicitat	1.650.000 €

Les accions publicitàries definides per a l'any 2026 seran per a qualsevol producte del portafoli, també s'inclou la possibilitat de realitzar campanyes per nous jocs que es puguin presentar durant el 2026, i accions de comunicació publicitària de caràcter corporatiu.

C.2 Valor estimat del contracte (IVA exclòs):

El VEC (valor estimat del contracte) **no coincideix** amb el pressupost de licitació perquè es preveuen modificacions contractuals:

VEC	VE prestació (IVA EXCLOS)	VE eventuais pròrrogues	VE modificacions	VE altres conceptes	TOTAL (IVA exclòs)
2026	1.632.231,40 €	-	326.446,28 €	-	1.958.677,68 €

El VEC d'aquesta contractació s'ha determinat prenent com a base els mitjans i formats que previsiblement composaran cadascuna de les accions publicitàries (descrites amb detall en la clàusula 3 del Plec de prescripcions tècniques), i els imports aplicats en les campanyes d'anys anteriors. En conseqüència, el pressupost de licitació a efectes d'actuar com a valor màxim de licitació és de 1.632.231,40 €, (IVA exclòs)

En concret, el pressupost assignat pel sorteig de La Grossa de Sant Jordi és de 480.000 € (IVA inclòs).

Aquest contracte no està subjecte a regulació harmonitzada atès que LCAT no té la condició de poder adjudicador (art. 19.1 LCSP).

C.3 Pressupost base de licitació (IVA inclòs):

Expedient de contractació	Import de liquidació final (IVA exclòs)	IVA	Import Total (IVA inclòs)
V0951-MKJ-26-0004	1.632.231,40 €	342.768,60 €	1.975.000,00 €

C.3.1. Import corresponent a l'IVA: veure quadre anterior.

D. Existència de crèdit

D.1 Partida pressupostària: 6230/D/226.0003

D.2 Despesa anticipada: No

D.3 Expedient d'abast pluriennal: No

E. Tramitació de l'expedient: Ordinària

Termini presentació ofertes contractació basada: de conformitat amb la clàusula 31 AC el termini per a la presentació de les ofertes serà **de 10 dies hàbils**.

F. Procediment de tramitació

Consulta a les empreses contractistes de l'Acord marc, amb número d'expedient PR-2025-556, d'acord amb l'Annex 7 del seu PCAP (Contractació Basada) i d'acord l'article 221 i següents de la Llei de Contractes del Sector Públic (en endavant LCSP).

F.1 Empreses convidades:

- UNIVERSAL MCANN, SA, A79154126.
- HAVAS MEDIA GROUP SPAIN, SAU, A78809662.
- CARAT ESPAÑA, SAU, A28343358.
- WAVEMAKER PUBLICIDAD SPAIN, S.L., B81173171.

G. Classificació empresarial i solvència econòmica, financera i tècnica: de conformitat amb l'Annex 7 del PCAP de l'Acord Marc, les empreses contractistes hauran d'aportar mitjançant l'**ANNEX 1 del Plec de Clàusules Administratives Particulars** (en endavant "PCAP") una **DECLARACIÓ RESPONSABLE** relatiu a la capacitat, solvència i representació i documentació acreditativa si escau.

- **Classificació empresarial:**

Grup: T
Subgrup: 1
Categoria: 5

H. Criteris d'adjudicació i presentació ofertes

D'acord amb l'article 145 de la LCSP i l'Annex 7 de l'Acord Marc,

La selecció i valoració de les propostes es farà mitjançant l'aplicació d'una pluralitat de criteris d'adjudicació per a la valoració de les ofertes i preponderarà el criteri econòmic per sobre dels criteris que depenen d'un judici de valor.

La puntuació total és de 100 punts que es distribuïran de la següent forma:

Es dona preponderància als criteris de valoració quantificables mitjançant l'aplicació de fórmules amb un màxim de 70 punts, davant els criteris de valoració mitjançant un judici de valor, que es valoren amb un màxim de 30 punts.

De conformitat amb el punt 8 de la Directriu 1/2020 de la Direcció General de Contractació Pública d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica, s'apliquen les fórmules descrites a continuació per incompatibilitat de la regla general amb la estructura emprada en aquesta licitació.

H.1 Criteris de valoració mitjançant un judici de valor

Es ponderen de la manera següent:

- **PROPOSTA TÈCNICA (EXERCICI D'ESTRATÈGIA I PLANIFICACIÓ DE MITJANS): fins a 30 punts.**

Exercici d'estratègia i planificació de mitjans, d'acord amb l'establert a la clàusula segona del Plec de prescripcions tècniques i els objectius de comunicació i de mitjans establerts al brífing (clàusula tercera). L'objectiu d'aquests criteris és seleccionar aquelles empreses que per la seva metodologia, els seus coneixements estratègics i la tecnologia d'anàlisi que tenen a l'abast, es consideren més ben preparades per a dur a terme les planificacions estratègiques.

Les habilitats a l'hora de traçar les estratègies i planificació de mitjans són imperatives en aquest Acord marc, per aquest motiu la puntuació mínima a assolir en la proposta tècnica ha de ser del 50% dels punts màxims.

Les empreses que no assoleixin aquest llindar mínim, seran excloses d'aquesta licitació i, per tant, ja no entraran en valoració de la proposta econòmica.

L'exercici es valorarà d'acord amb els criteris següents:

Puntuació Proposta Tècnica	Puntuació màxima
Capacitat estratègica	12,00
Plantejament estratègic	6,50
Consistència de la proposta per assolir cobertura massiva de la població amb un nivell de freqüència adient per assegurar l'efectivitat de la campanya	2,50

Construcció d'una estratègia integrada dels mitjans de comunicació per aconseguir notorietat i assegurar l'atenció del públic objectiu	2,00
Coherència de la proposta a l'hora de definir els target groups. Detecció i proposta de punts de contacte amb l'afinitat adequada per reforçar l'impacte	2,00
Visió integral i cohesió del discurs	4,00
Visió integral per estructurar la proposta com un conjunt, on cada part té la seva funció en el pla i queda integrada	2,00
Cohesió del discurs amb un eix definit que estructura la proposta des de l'anàlisi prèvia fins a l'estimació de resultats	2,00
Presentació clara i precisa	1,50
Claredat a l'hora de presentar l'exercici d'estratègia i planificació, amb un ordre en l'exposició de la informació que ajudi a assimilar la proposta convenientment	1,00
Concreció de la informació proporcionada perquè la presentació sigui concisa i fàcil d'entendre	0,50
Planificació de mitjans	9,00
Selecció de mitjans en línia amb les bases estratègiques i baixada tàctica als suports per transmetre la campanya als públics objectiu establerts al briefing	3,00
Recomanació i justificació sobre formats, qualitats, ubicacions o altres detalls coherents amb els objectius que es marquen al briefing. Propostes d'accions en base als resultats extrets del servei d'integració de Location Intelligence i Geodata	2,50
Recomanació del període i la distribució temporal de la campanya	1,00
Capacitat d'integració de les accions especials proposades tenint en compte la temàtica i el context de la campanya	2,50
Capacitat analítica i justificacions quantitatives/qualitatives	9,00
Nivell d'aprofundiment en l'anàlisi prèvia de l'entorn, els mitjans i els públics objectiu adient per traçar l'estratègia	3,60
Presentació de les estimacions d'abast de la campanya adequat per comprendre la repercussió que pot tenir aquesta, considerant els objectius especificats en el briefing	2,70
Proposta de metodologia a l'hora d'establir les cobertures incrementals i freqüències efectives, fer el seguiment i aplicar possibles optimitzacions durant la campanya	2,70
Total Puntuació Proposta Tècnica	30,00

Es considerarà la millor proposta aquella que respongui plenament a les diferents variables definides anteriorment, les propostes que presentin algunes mancances respecte a l'excel·lència de la millor proposta es valoraran amb puntuacions menors segons la ponderació següent:

Puntuació obtinguda	(%)
Adequació òptima	100 %
Adequació notable	75 %
Adequació correcta	50 %
Té algunes mancances	25 %
Té moltes mancances	5 %

1. En el cas que la suma de les valoracions dels criteris no arribi al llindar del 50 % de la valoració total per aquests criteris en cap de les proposicions/ofertes, no s'aplicarà la fórmula següent i la puntuació serà el valor obtingut en la fase de valoració de les propostes tècniques, prèvia a l'aplicació de la fórmula següent.
2. En el cas que se superi l'esmentat llindar s'ordenaran les diferents propostes valorades per ordre decreixent, i s'aplicarà la fórmula següent, per obtenir la puntuació. La fórmula s'ha d'aplicar a cada criteri per després obtenir la puntuació total.

$$P_{cp} = \frac{P_c \times V_{Top}}{V_{Tmv}}$$

P_{cp}= Puntuació criteri de l'oferta a puntuar

P_c= Puntuació màxima del criteri.

V_{Top}= Valoració tècnica del criteri de l'oferta que es puntua

V_{Tmv}= Valoració tècnica del criteri de l'oferta millor valorada

1.1. CRITERIS DE VALORACIÓ OBJECTIVA:

Els paràmetres a valorar de forma automàtica són els següents:

PROPOSICIÓ ECONÒMICA: fins a 70 punts

La puntuació que es dona a la proposició econòmica i que, per tant, reflecteix una millor negociació, té un pes superior ja que l'objecte principal d'aquesta licitació és la compra d'espais publicitaris als mitjans de comunicació i els preus d'aquests espais són els mateixos, per tant la capacitat de negociació sobre aquests preus de les agències que formaran part del present contracte, és la part més rellevant i ens permetrà rendibilitzar la inversió que fem en publicitat.

Puntuació Proposta Econòmica	Puntuació màxima
Multimèdia	70,00
a) MITJÀ TELEVISIÓ	24,00
b) MITJANS DIGITALS	20,00
c) MITJÀ IMPRÈS	5,00
d) MITJÀ RÀDIO	12,00
e) MITJÀ EXTERIOR	5,00
f) COMISSIÓ d'AGÈNCIA	4,00
TOTAL Puntuació Proposta econòmica	70,00

A. MULTIMÈDIA: fins a 70 punts

a) MITJÀ TELEVISIÓ

En el model de proposició econòmica del mitjà televisió es demanen C/GRP, preu net per passi referits a espots de 20", que és la durada estàndard dels espots i descompte mínim per a la resta de formats convencionals no especificats. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

b) MITJÀ IMPRÈS

El model de proposició econòmica del mitjà imprès només detalla el format plana color senar, que és el més emprat habitualment. Per a aquest format, es demana un preu net. També es demana un descompte mínim per a la resta de formats convencionals. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

c) MITJÀ RÀDIO

En el model de proposició econòmica del mitjà ràdio es demana un descompte mínim per a tots els formats convencionals. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

d) MITJÀ EXTERIOR

En el model de proposició econòmica del mitjà exterior es demana un descompte mínim als formats convencionals. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

En el cinema es demana també CPM de 20", i aquest s'extrapolarà a la resta de durades.

e) MITJANS DIGITALS

En el model de proposició econòmica del mitjà internet es demana un descompte per a tots els suports aplicable a qualsevol format convencional. A més, en el cas d'alguns suports i de les xarxes socials es demanen alguns preus concrets com el CPM, CPC, CPV o CPE, etc. en funció del suport/format especificat. S'entén per formats convencionals tots aquells que tenen una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica un descompte.

També hi haurà un apartat específic per detallar els costos tecnològics en funció del pes de les peces publicitàries així els de control de les campanyes.

Puntuació:

El desglossament de la puntuació està detallada en el model d'oferta, annex del PCAP. Cadascuna de les caselles es valora de forma individual aplicant la fórmula corresponent al tipus d'oferta demanada. La puntuació total serà la suma de puntuacions de totes les caselles.

Caselles de preu o cost: cada casella té una puntuació màxima, que s'atorgarà a aquella empresa que ofereixi la millor oferta (menor cost per mil (CPM), menor cost per clic (CPC), menor cost per visualització (CPV), menor C/GRP, etc.). La resta d'ofertes obtindran menys puntuació, proporcionalment, en aplicació de la fórmula següent:

$$Puntuació = \frac{(Puntuació màxima) \times (preu o cost net més baix)}{(Preu o cost net per inserció que es puntua)}$$

Caselles de descompte: cada casella té una puntuació màxima, que s'atorgarà a aquella empresa que ofereixi el millor descompte. La resta d'ofertes obtindran menys puntuació, proporcionalment, en aplicació de la fórmula següent:

$$Puntuació = \frac{(Puntuació màxima) \times (1 - \text{el descompte més alt})}{(1 - \text{el descompte que es puntua})}$$

Caselles de recàrrec: cada casella té una puntuació màxima, que s'atorgarà a aquella empresa que ofereixi el menor recàrrec. La resta d'ofertes obtindran menys puntuació, proporcionalment, en aplicació de la fórmula següent:

$$P = Puntuació màxima * 1 - \left(\frac{\text{Recàrrec que es puntua} - \text{Recàrrec més baix}}{\text{Recàrrec més car} - \text{Recàrrec més baix}} \right)$$

Caselles de comissió d'agència: cada casella té una puntuació màxima que s'atorgarà a l'empresa que ofereixi el percentatge més avantatjós. L'empresa que ofereixi el percentatge menys avantatjós rebrà zero punts i la resta rebrà la puntuació proporcional aplicant la següent fórmula:

$$P = Puntuació màxima * 1 - \left(\frac{\text{Comissió que es puntua} - \text{Comissió més baixa}}{\text{Comissió més cara} - \text{Comissió més baixa}} \right)$$

La fórmula emprada per al preu o cost, i per al descompte atribueix la major puntuació a l'oferta més econòmica i la menor a la menys econòmica, evita que

petites diferències en el preu suposin grans diferències de puntuació i assigna els punts d'una manera adequada i proporcional.

La fórmula emprada per a la comissió d'agència o pel recàrrec, atribueix la puntuació més gran a la millor oferta i zero punts a la pitjor oferta, distribuint els punts proporcionalment segons l'oferta de cada empresa. Aquesta fórmula evita que es desvirtui l'ordenació proporcional de les ofertes en cas de rebre ofertes per valor de 0%, fet que amb aquests dos conceptes pot passar.

Aquestes fórmules, atesa la diversitat i complexitat d'ítems a valorar en l'apartat oferta econòmica no s'adeqüen a la Directriu 1/2020 d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica de la Direcció General de Contractació Pública.

La puntuació total dels licitadors corresponent al conjunt de les ofertes econòmiques és la suma de les puntuacions parcials obtingudes en cadascun dels apartats anteriors.

2. PUNTUACIONS TOTALS

De la suma de la puntuació que correspon a les ofertes econòmiques, més les ofertes tècniques, valorades d'acord amb els criteris d'adjudicació, s'obtindrà la puntuació total que correspon a les proposicions dels licitadors, d'acord amb la qual es realitzarà la classificació definitiva de les proposicions, per ordre decreixent, per obtenir les ofertes econòmicament i tècnicament més avantatjoses.

H.4 Forma de presentació

De conformitat amb l'apartat 3.2.4 de les Instruccions internes de contractació de Loteries de Catalunya, SAU, per a aquest expedient de contractació es preveu la presentació dels sobres següents:

SOBRE A: DOCUMENTACIÓ ADMINISTRATIVA I DOCUMENTACIÓ RELATIVA ALS CRITERIS DE VALORACIÓ SUBJECTIVA.

Aquesta documentació haurà de ser presentada degudament **complimentada en format PDF**.

- 1) DECLARACIÓ RESPONSABLE conforme mantenen les seves condicions inicials de capacitat, solvència i representació mitjançant l'ANNEX 1 del PCAP.**
- 2) PROPOSTA TÈCNICA “Exercici d'estratègia i planificació de mitjans” d'acord amb allò establert a la clàusula segona del Plec de Prescripcions Tècniques i que es valorarà d'acord amb els criteris establerts a l'apartat **H.1** del Quadre de Característiques del PCAP (preferiblement documents PDF).**

Serà causa d'exclusió:

- La no incorporació dins d'aquest sobre de la proposta tècnica
- La incorporació de documentació que no correspongui a aquest sobre quan es vulneri el secret de les ofertes o el deure de no tenir coneixement del contingut de la documentació relativa als criteris de valoració objectiva abans de la relativa als criteris de valoració subjectiva.

SOBRE B: PROPOSICIÓ ECONÒMICA I DOCUMENTACIÓ RELATIVA ALS CRITERIS QUANTIFICABLES AUTOMÀTICAMENT.

OFERTA ECONÒMICA que es presentarà d'acord amb el model de l'**ANNEX 3 del PCAP** en format **EXCEL**.

- **Cal omplir totes les caselles en TARONJA (referents a l'Acord Marc) i en GROC (referents a l'Expedient actual).**

Serà causa d'exclusió sense valoració:

- La no incorporació dins d'aquest sobre dels conceptes indicats.
- Les ofertes econòmiques que tinguin omissions, errades o esmenes que no permetin conèixer clarament allò que es considera fonamental per valorar-les.
- Les ofertes en què no s'ofereixi preu per tots i cadascun dels conceptes obligatoris.
- Les ofertes que apliquin descomptes inferiors, preus superiors o comissions superiors, respecte a les de l'Acord Marc.
- Les ofertes econòmiques que excedeixin del pressupost base de licitació.
- Les ofertes econòmiques que modifiquin substancialment els models de proposició establerts en aquest plec, comportin un error manifest en l'import de la proposició, aquelles en les quals l'empresa licitadora reconegui l'existència d'error o inconsistència que la fa inviable.
- La incorporació incorrecta del format en el model de proposició econòmica: les dades incorporades han de tenir el format sol·licitat. Si se sol·licita en € s'ha d'expressar en €; si se sol·licita en % s'ha d'expressar en %; si se sol·licita una X ha de figurar una X.
- Les ofertes econòmiques en cap cas es poden aplicar les dues comissions d'agència (Formats Convencionals vs Formats Especials) simultàniament. En cas de aplicar-se, serà objecte d'exclusió.

Observacions a l'annex d'oferta econòmica:

Apartat Impresos de l'Oferta econòmica:

- La ubicació de les insercions (sigui quin sigui el format) sempre haurà de ser senar.

Apartat Exterior de l'Oferta econòmica:

- Exclusivitat: en alguns casos els suports poden canviar d'exclusivista durant la vigència de l'Acord marc. L'oferta ha de tenir en compte aquesta possibilitat ja que preval el suport.

I. Garanties

I.1. Constitució de la garantia provisional: No

I.2. Constitució de la garantia definitiva: Si.
Import: **5% de l'import d'adjudicació**

I.3. Termini de garantia: **no s'estableix**, d'acord amb la **clàusula 19 i l'Annex 7** de l'Acord Marc.

J. Responsable del contracte

Pilar Martin Serrano, directora de Màrqueting i Jocs de Loteries de Catalunya, SAU.

K. Forma de pagament:

L'abonament del preu de la contractació s'efectuarà en pagaments mensuals, a mesos vençuts per les insercions efectivament realitzades, i un cop LCAT conformi la factura presentada per l'adjudicatari corresponent a la feina parcialment executada a fi i efecte d'acreditar la correcta execució de la prestació.

La factura serà presentada mitjançant la plataforma E-FACT, com punt general d'entrada de factures electròniques de l'Administració de la Generalitat de Catalunya i del seu Sector Públic. Les dades identificatives són:

- Loteries de Catalunya, SAU
- NIF: A06945323
- Codi DIR3 de facturació electrònica: A09018860
- Expedient: V0951-MKJ-26-0004

La liquidació del preu serà satisfeta mitjançant ingress en el compte bancari que a tal efecte indiqui l'empresa contractada, dins del termini màxim que estableixi la normativa vigent, i la/es factura/es haurà/n de ser detallada/es i no podrà/n repercutir cap mena d'impost, taxa o tribut, a excepció de l'IVA (21% o percentatge legalment aplicable), que s'expressarà a part.

L. Subcontractació i Cessió

No es permet la cessió del contracte.

Sí es permet la subcontractació d'acord amb l'apartat M del Quadre de Característiques de l'Acord Marc.

M. Revisió de preus

No, d'acord amb la clàusula 24 de l'Acord marc.

N. Fitxers que continguin dades de caràcter personal a tractar i nivell de mesures de seguretat

No existeixen fitxers a tractar amb dades de caràcter personal.

O. Condicions especials d'execució

Sí, les establertes a l'apartat L del Quadre de Característiques de l'Acord marc.

P. Obligacions contractuals essencials

Sí, les establertes en l'apartat L3 del Quadre de Característiques l'Acord Marc.

Q. Modificacions del contracte

De conformitat amb la clàusula 23 de l'Acord Marc es preveu la possibilitat de modificar aquesta contractació en un **percentatge no superior al 20% del pressupost base del contracte**, sempre que la concreció de les necessitats del servei fossin superiors a les estimades inicialment.

En tot cas, no es poden introduir modificacions substancials respecte del que estableix l'acord marc. Així mateix, la modificació no pot suposar l'establiment de nous preus unitaris no previstos en el contracte.

El procediment de modificació serà el previst als articles 203 a 207 de la LCSP.

R. Altra informació:

Consultes administratives:
Àrea de Compliment Normatiu
Tel: 935 547 432

Consultes tècniques:
Direcció de Màrqueting i Jocs
Tel: 935 547 432

https://contractaciopublica.gencat.cat/ecofin_pscp/AppJava/cap.do?keyword=jocs&reqCode=viewDetail&idCap=203533&department=&

Els licitadors interessats en rebre comunicacions automàtiques, mitjançant correu electrònic, de totes les publicacions que es facin sobre aquest expedient en el perfil del contractant, poden subscriure's accedint a l'enllaç "Voleu que us informem de les novetats?", que trobaran a la pàgina corresponent a l'anunci de licitació que es publiqui en el perfil.

ÍNDEX del

I . ESTIPULACIONS GENERALS

Primera: Règim jurídic

Segona: Objecte del contracte

Tercera: Durada del contracte

Quarta: Pressupost màxim de licitació i valor estimat del contracte

II . LICITACIÓ, ADJUDICACIÓ I FORMALITZACIÓ DEL CONTRACTE

Cinquena: Òrgan de contractació, unitat tramitadora i perfil del contractant

Sisena: Empreses convidades

Setena: Licitació

Vuitena: Examen de les ofertes

Novena: Criteris d'adjudicació

Desena: Classificació d'ofertes i requeriment de documentació

Onzena: Garantia definitiva

Dotzena: Renúncia a la signatura del contracte o desistiment del procediment d'adjudicació

Tretzena: Adjudicació, notificació als licitadors i publicitat de les adjudicacions

Catorzena: Formalització del contracte

III. EXECUCIÓ

Quinzena: Responsable del contracte

Setzena: Pagament del preu

Dissetena: Penalitzacions per incompliment

Divuitena: Prerrogatives de l'òrgan de contractació

Dinovenena: Subcontractació

Vintena: Obligacions de l'empresa contractista en l'execució del contracte

Vint-i-unena: Modificació del contracte

Vint-i-dosena: Termini i cancel·lació de la garantia definitiva

Vint-i-tresena : Resolució dels contractes: causes i efectes

Vint-i-quatrena: Recursos legals

Annexos

I . ESTIPULACIONS GENERALS

PRIMERA.- RÈGIM JURÍDIC

Aquest contracte de serveis es considera derivat de l'Acord marc dels de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació que porti a terme l'administració de la Generalitat de Catalunya (expedient número **PR-2025-556**), a partir d'ara "l'Acord marc".

En tot allò no previst en aquest plec de clàusules administratives i en el de prescripcions tècniques particulars, la licitació i execució d'aquest contracte es regirà pel què s'estableix en els plecs de clàusules administratives particulars i de prescripcions tècniques que regulen l'Acord marc.

Així mateix, ambdues parts queden sotmeses expressament:

1. Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic, per la qual es transposen 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.
2. Decret Llei 3/2016, de 31 de maig, de mesures urgents en matèria de contractació pública.
3. Reglament general de la Llei de contractes de les administracions públiques aprovat pel Reial decret 1098/2001, de 12 d'octubre, en tot allò no modificat ni derogat per les disposicions esmentades anteriorment (d'ara endavant, RGLCAP).
4. Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades personals i garantia dels drets digitals.
5. Reglament (UE) 2016/679 del Parlament Europeu i del Consell, de 27 d'abril de 2016, relatiu a la protecció de les persones físiques pel que fa al tractament de dades personals i a la lliure circulació d'aquestes dades i pel qual es deroga la Directiva 95/46/CE.
6. Supletòriament s'apliquen les restants normes de dret administratiu i, en el cas que no se'n tingui, les normes de dret privat.

El desconeixement de les clàusules del contracte en qualsevol dels seus termes, dels altres documents contractuals que en formen part, i també de les instruccions o altres normes que resultin d'aplicació en l'execució de la cosa pactada, no eximeix l'adjudicatari de l'obligació de complir-les.

Un cop formalitzat el contracte, es comunicaran al Registre de contractes de la Generalitat de Catalunya les dades bàsiques del contracte adjudicat, sens perjudici de l'obligació de comunicar posteriorment les dades relatives a l'execució contractual.

SEGONA.- OBJECTE DEL CONTRACTE

2.1 Descripció: L'objecte del contracte és el descrit a l'**apartat A.1 del quadre de característiques**.

2.2 Expressió de la codificació corresponent al número d'aquest expedient de contractació: Aquesta codificació s'esmenta a l'**apartat A.2 del quadre de característiques**.

2.3 Expressió de la codificació corresponent a la nomenclatura del Vocabulari Comú de Contractes (Reglament CE N° 213/2008 de la Comissió, de 28 de novembre de 2007, que modifica el Reglament CE N° 2195/2002 del Parlament Europeu i del consell, pel qual s'aprova el Vocabulari Comú de Contractes (CPV): Aquesta codificació i, en el seu cas, la dels lots, consta a l'**apartat A.3 del quadre de característiques**.

TERCERA.- DURADA DEL CONTRACTE

El termini d'execució del contracte es fixa a l'**apartat B.1 del quadre de característiques** i començarà a comptar des de la data de signatura del contracte o bé, des de la data d'inici que es fixa en aquests plecs. En qualsevol cas, el termini d'execució també ha de quedar reflectit en el mateix contracte.

El termini de la pròrroga d'aquesta contractació que pugui establir-se es farà constar en l'**apartat B.2 del quadre de característiques**.

QUARTA.- PRESSUPOST MÀXIM DE LICITACIÓ I VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE

4.1. El sistema per a la determinació del preu del contracte serà el que s'indica a l'**apartat C.1 del quadre de característiques**.

4.2. El valor estimat del contracte s'assenyala a l'**apartat C.2 del quadre de característiques**. El valor estimat del contracte el determina l'import total, sense incloure-hi l'Impost sobre el Valor Afegit, i s'hi ha de tenir en compte qualsevol forma d'opció eventual i les eventuais pròrrogues del contracte. En cas que s'hagi previst que el contracte sigui modificat, també s'hi ha de tenir en compte l'import màxim que puguin abastar les modificacions.

4.3. El pressupost màxim de licitació es determina a l'**apartat C.3 del quadre de característiques**. Aquest és el preu màxim que poden oferir les empreses convidades en aquest contracte derivat. Aquestes empreses han de respectar les condicions econòmiques sobre els diferents mitjans oferts en l'Acord marc.

Les ofertes econòmiques que superin el pressupost màxim de licitació o no respectin les condicions econòmiques sobre els diferents mitjans no seran vàlides i, per tant, les empreses que les presentin seran excloses de la licitació.

L'import corresponent a l'Impost sobre el Valor Afegit s'indica com a partida independent a l'**apartat C.3.1 del quadre de característiques**.

4.4 S'han complert tots els tràmits reglamentaris per assegurar l'existència de crèdit per al pagament de l'objecte del contracte. Aquest crèdit s'imputa a la partida pressupostària que s'indica a l'**apartat D.1 del quadre de característiques**.

4.5 En cas que el contracte es formalitzi en l'exercici pressupostari anterior al de l'inici de la seva execució, l'adjudicació quedarà sotmesa a la condició suspensiva d'existència de crèdit adequat i suficient per finançar les obligacions derivades del contracte en l'exercici pressupostari corresponent. Així es farà constar a l'**apartat D.2 del quadre de característiques**.

4.6 Quan el termini d'execució del contracte compregui més d'un exercici pressupostari i s'autoritzi la despesa amb abast pluriennal, s'ha de fer constar a l'**apartat D.3 del quadre de característiques** i es concretaran tant les diferents anualitats com la distribució econòmica que els correspon.

II. LICITACIÓ, ADJUDICACIÓ I FORMALITZACIÓ DEL CONTRACTE

CINQUENA.- ÒRGAN DE CONTRACTACIÓ, UNITAT TRAMITADORA I PERFIL DEL CONTRACTANT

L'òrgan de contractació és Loteries de Catalunya, SAU (d'ara en endavant, LCAT).

L'Àrea de Compliment Normatiu, és la unitat responsable de la tramitació d'aquest expedient, té el seu domicili al carrer Enric Granados 33, 08007 Barcelona, i correu electrònic: juridic@loteries.cat

El perfil del contractant de LCAT, amb seu a la Plataforma de serveis de contractació pública (en endavant perfil del contractant), es troba a l'adreça d'internet següent:

https://contractaciopublica.gencat.cat/ecofin_pscp/AppJava/perfil/eaia

D'acord amb les previsions establertes per la disposició final sisena quinzena de la LC, pel Decret 96/2004, de 20 de gener, pel qual es regula la utilització de mitjans electrònics, informàtics i telemàtics en la contractació de l'Administració de la Generalitat, i pel Decret 76/2020, de 4 de agost, d'Administració digital de la Generalitat de Catalunya, el conjunt de tràmits, actuacions i notificacions que es facin durant la fase de licitació i adjudicació i durant la vigència d'aquest contracte entre, d'una banda, les empreses convidades i l'adjudicatària i, de l'altra, LCAT, es realitzaran preferentment amb mitjans electrònics, informàtics i telemàtics.

En especial, les notificacions de l'adjudicació, les publicacions i qualsevol altra comunicació que s'hagi de realitzar amb ocasió o com a conseqüència del procediment de licitació i d'adjudicació del present contracte, es realitzaran preferentment mitjançant correu electrònic i/o en el tauler d'anuncis electrònic de la present licitació ubicat al perfil de contractant de LC.

La informació publicada en el corresponent tauler d'anuncis electrònic deixa constància fefaent de la seva autenticitat, integritat i data i hora de publicació.

SISENA.- EMPRESES CONVIDADES

D'acord amb la **clàusula trenta-unena** del Plec de clàusules administratives de l'Acord marc, la relació de totes empreses convidades a participar en aquest procediment es relacionen en **l'apartat F.1 del quadre de característiques**.

SETENA.- LICITACIÓ

7.1 Anunci de licitació restringit, presentació de les proposicions i termini per fer-ho

El Servei de Contractació convidarà les empreses mitjançant la publicació d'un anunci de licitació d'accés restringit en el perfil del contractant. Aquest accés restringit serà comunicat a les empreses convidades per mitjans electrònics a través sistema de notificació e-NOTUM.

Les proposicions s'han de presentar l'eina Sobre Digital i en el termini màxim que s'assenyala en l'anunci de licitació accessible a l'espai virtual d'aquesta licitació a l'adreça següent: <https://contractaciopublica.gencat.cat/perfil/eco> .

Des d'aquesta adreça s'ha d'accedir a l'anunci concret d'aquesta licitació i entrar a "Presentar oferta".

Així mateix les empreses licitadores poden subscriure's, com a interessades en aquesta licitació, a través del servei de subscripció a les novetats de l'espai virtual de licitació que a tal efecte es posa a disposició a l'adreça web del Perfil de contractant fent un clic en l'apartat "Voleu que us informem de les novetats".

L'esmentada subscripció permetrà rebre avís de manera immediata a les adreces electròniques de les persones subscrites de qualsevol novetat, publicació o incidència que afecti a aquesta licitació.

Les proposicions presentades fora de termini no seran admeses sota cap concepte.

Les ofertes presentades han d'estar lliures de virus informàtics i de qualsevol tipus de programa o codi nociu, ja que en cap cas es poden obrir els documents afectats per un virus amb les eines corporatives de la Generalitat de Catalunya. Així, és obligació de les empreses contractistes passar els documents per un antivirus i, en cas d'arribar documents de les seves ofertes amb virus, serà responsabilitat d'elles que l'Administració no pugui accedir al contingut d'aquests.

En cas que algun document presentat per les empreses licitadores estigui malmès, en blanc o sigui il·legible o estigui afectat per algun virus informàtic, la Mesa de contractació o l'òrgan de contractació valorarà, en funció de quina sigui la documentació afectada, les conseqüències jurídiques respecte de la participació d'aquesta empresa en el procediment, que s'hagin de derivar de la impossibilitat d'accedir al contingut d'algun dels documents de l'oferta. En cas de tractar-se de documents imprescindibles per conèixer o valorar l'oferta, es podrà acordar l'exclusió de l'empresa.

Les especificacions tècniques necessàries per a la presentació electrònica d'ofertes es troben disponibles a l'apartat de "Licitació electrònica" de la Plataforma de Serveis de Contractació Pública, a l'adreça web següent:

https://contractaciopublica.gencat.cat/ecofin_sobre/AppJava/views/ajuda/empreses/index.xhtml

Els formats, s'han d'ajustar a especificacions públicament disponibles i d'ús no subjecte a restriccions i han de garantir la lliure i plena accessibilitat per l'òrgan de contractació, els òrgans de fiscalització i control, els òrgans jurisdiccionals i els interessats, durant el termini pel qual s'hagi de conservar l'expedient.

7.2 Contingut dels sobres

Ha de contenir la documentació assenyalada a l'**apartat H.4 del quadre de característiques**.

7.3 Presentació de documentació i de proposicions.

7.3.1 Les empreses poden presentar una única oferta.

7.3.2 Les empreses licitadores, quan així es faci constar en l'**apartat H.4 del quadre de característiques**, han de presentar la documentació que conformi les seves ofertes en diferents sobres, en el termini màxim que s'assenyala en l'anunci de licitació, mitjançant l'eina de Sobre Digital accessible des del Perfil de contractant (Plataforma de Serveis de Contractació Pública).

Un cop accedeixin a través d'aquest enllaç a l'eina web de sobre Digital, les empreses licitadores hauran d'omplir un formulari per donar-se d'alta a l'eina i, a continuació, rebran un missatge, al/s correu/s electrònic/s indicat/s en aquest formulari d'alta, d'activació de l'oferta.

Les adreces electròniques que les empreses licitadores indiquin en el formulari d'inscripció de l'eina de Sobre Digital, que seran les emprades per enviar correus electrònics relacionats amb l'ús de l'eina de Sobre Digital, han de ser les mateixes que les que designin en el seu DEUC

per a rebre els avisos de notificacions i comunicacions mitjançant l'e-NOTUM, Sobre Digital o correu electrònic.

Les empreses licitadores han de conservar el correu electrònic d'activació de l'oferta, atès que l'enllaç que es conté en el missatge d'activació és l'accés exclusiu de què disposaran per presentar les seves ofertes a través de l'eina de Sobre Digital.

Accedint a l'espai web de presentació d'ofertes a través d'aquest enllaç tramès, les empreses licitadores hauran de preparar tota la documentació requerida i adjuntar-la en format electrònic en els sobres corresponents. Les empreses licitadores poden preparar i enviar aquesta documentació de forma esglaonada, abans de fer la presentació de l'oferta.

Per poder iniciar la tramesa de la documentació, l'eina requerirà a les empreses licitadores que introdueixin una paraula clau per a cada sobre amb documentació xifrada que formi part de la licitació (pel Sobre A no es requereix paraula clau, atès que la documentació no està xifrada). Amb aquesta paraula clau es xifrarà, en el moment de l'enviament de les ofertes, la documentació. Així mateix, el desxifrat dels documents de les ofertes es realitza mitjançant la mateixa paraula clau, la qual han de custodiar les empreses licitadores. Cal tenir en compte la importància de custodiar correctament aquesta o aquestes claus (poden ser la mateixa per tots els sobres o diferents per cadascun d'ells), ja que només les empreses licitadores la/les tenen (l'eina de Sobre Digital no guarda ni recorda les contrasenyes introduïdes) i són imprescindibles per al desxifrat de les ofertes i, per tant, per l'accés al seu contingut.

LCAT demanarà a les empreses licitadores, mitjançant el correu electrònic assenyalat en el formulari d'inscripció a l'oferta de l'eina de Sobre Digital, que accedeixin a l'eina web de Sobre Digital per introduir les seves paraules clau en el moment que correspongui.

Quan les empreses licitadores introdueixin les paraules clau s'iniciarà el procés de desxifrat de la documentació, que es trobarà guardada en un espai virtual securitzat que garanteix la inaccessibilitat a la documentació abans, en el seu cas, de la constitució de la Mesa i de l'acte d'obertura dels sobres, en la data i l'hora establertes.

Es podrà demanar a les empreses licitadores que introdueixin la paraula clau 24 hores després de finalitzat el termini de presentació d'ofertes i, en tot cas, l'han d'introduir dins del termini establert abans de l'obertura del primer sobre xifrat.

En cas que alguna empresa licitadora no introdueixi la paraula clau, no es podrà accedir al contingut del sobre xifrat. Així, atès que la presentació d'ofertes a través de l'eina de Sobre Digital es basa en el xifratge de la documentació i requereix necessàriament la introducció per part de les empreses licitadores de la/les paraula/es clau, que només elles custodien durant tot el procés, per poder accedir al contingut xifrat dels sobres, no es podrà efectuar la valoració de la documentació de la seva oferta que no es pugui desxifrar per no haver introduït l'empresa la paraula clau.

Una vegada complimentada tota la documentació de l'oferta i adjuntats els documents que la conformen, es farà la presentació pròpiament dita de l'oferta. A partir del moment en què l'oferta s'hagi presentat, ja no es podrà modificar la documentació tramesa.

En cas de fallida tècnica que impossibiliti l'ús de l'eina de Sobre Digital el darrer dia de presentació de les proposicions, l'òrgan de contractació ampliarà el termini de presentació de les mateixes el temps que es consideri imprescindible, modificant el termini de presentació d'ofertes; publicant a la Plataforma de Serveis de Contractació Pública l'esmena corresponent; i, addicionalment, comunicant el canvi de data a totes les empreses que haguessin activat oferta.

Podeu trobar material de suport sobre com preparar una oferta mitjançant l'eina de sobre digital a l'apartat de "Licitació electrònica" de la Plataforma de Serveis de Contractació Pública, a l'adreça web següent:

https://contractaciopublica.gencat.cat/ecofin_sobre/AppJava/views/ajuda/empreses/index.xhtml?set-locale=ca_ES

7.3.3 D'acord amb el que disposa l'apartat 1.h de la Disposició adicional setzena de la LCSP, l'enviament de les ofertes mitjançant l'eina de Sobre Digital es podrà fer en dues fases, transmetent primer l'empremta electrònica de la documentació de l'oferta, dins del termini de presentació d'ofertes, amb la recepció de la qual es considerarà efectuada la seva presentació a tots els efectes, i després fent l'enviament de la documentació de l'oferta pròpiament dita, en un termini màxim de 24 hores. En cas de no efectuar-se aquesta segona remissió en el termini de 24 hores, es considerarà que l'oferta ha estat retirada.

Si es fa ús d'aquesta possibilitat, cal tenir en compte que la documentació tramesa en aquesta segona fase ha de coincidir totalment amb aquella respecte de la que s'ha enviat l'empremta digital prèviament, de manera que no es pot produir cap modificació dels fitxers electrònics que configuren la documentació de l'oferta. En aquest sentit, cal assenyalar la importància de no manipular aquests arxius (ni, per exemple, fer-ne còpies, encara que siguin de contingut idèntic) per tal de no variar-ne l'empremta electrònica, que és la que es comprovarà per assegurar la coincidència de documents en les ofertes trameses en dues fases.

Les proposicions presentades fora de termini no seran admeses sota cap concepte.

7.3.4 Les ofertes presentades han d'estar lliures de virus informàtics i de qualsevol tipus de programa o codi nociu, ja que en cap cas es poden obrir els documents afectats per un virus amb les eines corporatives de la Generalitat de Catalunya. Així, és obligació de les empreses contractistes passar els documents per un antivirus i, en cas d'arribar documents de les seves ofertes amb virus, serà responsabilitat d'elles que LCAT no pugui accedir al contingut d'aquests.

En cas que algun document presentat per les empreses licitadores estigui malmès, en blanc o sigui il·legible o estigui afectat per algun virus informàtic, LCAT valorarà, en funció de quina sigui la documentació afectada, les conseqüències jurídiques respecte de la participació d'aquesta empresa en el procediment, que s'hagin de derivar de la impossibilitat d'accedir al contingut d'algun dels documents de l'oferta. En cas de tractar-se de documents imprescindibles per conèixer o valorar l'oferta, LCAT podrà acordar l'exclusió de l'empresa.

Les empreses licitadores podran presentar una còpia de seguretat dels documents electrònics presentats en suport físic electrònic, que serà sol·licitada a les empreses licitadores en cas de necessitat, per tal de poder accedir al contingut dels documents en cas que estiguin malmesos. En aquest sentit, cal recordar la importància de no manipular aquests arxius per tal de no variar-ne l'empremta electrònica, que és la que es comprovarà per assegurar la coincidència dels documents de la còpia de seguretat, tramesos en suport físic electrònic, i dels tramesos en l'oferta, a través de l'eina de Sobre Digital. Així mateix, cal tenir en compte que aquesta còpia no podrà ser emprada en el cas d'haver enviat documents amb virus a través de l'eina de Sobre Digital, atesa la impossibilitat tècnica en aquests casos de poder fer la comparació de les empremtes electròniques i, per tant, de poder garantir la no modificació de les ofertes un cop finalitzat el termini de presentació.

7.3.5 Les especificacions tècniques necessàries per a la presentació electrònica d'ofertes es troben disponibles a l'apartat de "Licitació electrònica" de la Plataforma de Serveis de Contractació Pública, a l'adreça web següent:

https://contractaciopublica.gencat.cat/ecofin_sobre/AppJava/views/ajuda/empreses/index.xhtml

D'altra banda, els formats de documents electrònics admissibles són els següents: PDF i Excel.

7.3.6 D'acord amb l'article 23 del RGLCAP, les empreses estrangeres han de presentar la documentació traduïda de forma oficial al català i/o al castellà.

7.3.7 LCAT facilitarà accés als plecs i qualsevol altre documentació complementària, per mitjans electrònics, informàtics o telemàtics, que haurà de ser indicat en l'anunci de licitació.

LCAT ha de proporcionar a totes les empreses licitadores informació addicional sobre els plecs de clàusules administratives i qualsevulla documentació complementària, sempre que es demani amb l'adequada antelació, com a màxim tres (3) dies hàbils abans de la data límit fixada per a la recepció de les ofertes.

Les persones interessades en el procediment de licitació també poden dirigir-se a l'òrgan de contractació per sol·licitar aclariments del que estableixen els plecs o la resta de documentació, a través de l'apartat de preguntes i respostes del tauler d'avisos de l'espai virtual de la licitació. Aquestes preguntes i respostes seran públiques i accessibles a través del tauler esmentat, residenciat en el perfil de contractant de LCAT.

7.3.8 La presentació de les proposicions suposa l'acceptació incondicionada per part de l'empresa licitadora del contingut del present plec, del plec de prescripcions tècniques, així com l'autorització a la mesa i a l'òrgan de contractació per consultar les dades que recullen el Registre Electrònic d'Empreses Llicitadores de la Generalitat de Catalunya o el Registre oficial de licitadors i empreses classificades del sector públic, o les llistes oficials d'operadors econòmics d'un Estat membre de la Unió Europea.

7.3.9 Cada empresa licitadora no pot presentar més d'una proposició. Tampoc pot subscriure cap proposta en UTE amb d'altres si ho ha fet individualment o figurar en més d'una unió temporal. La infracció d'aquestes normes dona lloc a la no-admissió de cap de les propostes que hagi subscrit.

VUITENA.- EXAMEN DE LES OFERTES

D'acord amb la clàusula 31 del Plec de clàusules administratives de l'esmentat Acord marc, no és necessària la constitució de la Mesa de contractació i, en conseqüència, la Direcció de Màrqueting i Jocs realitzarà la valoració de les proposicions i formularà la conseqüent proposta d'adjudicació.

Les proposicions s'obriran simultàniament i mentre tant es garantirà la confidencialitat del seu contingut.

Sota els principis d'igualtat i no discriminació l'òrgan de contractació pot sol·licitar precisions o aclariments sobre les ofertes presentades, ajustos a les mateixes ofertes o informació complementària relatives a aquestes, sempre que no suposi una modificació dels seus elements fonamentals que impliqui una variació que pugui falsejar la competència.

En cas que s'observin defectes o omissions esmenables en la documentació presentada, es comunicarà mitjançant fax o correu electrònic a les empreses afectades, perquè els corregeixin o esmenin en un termini no superior a tres dies hàbils.

Així mateix, l'òrgan de contractació podrà sol·licitar de l'empresari aclariments respecte als certificats i documents presentats, o requerir-li per la presentació d'altres complementaris. En aquest cas l'empresa disposarà d'un termini de cinc dies naturals.

NOVENA.- CRITERIS D'ADJUDICACIÓ

D'acord amb les previsions de la clàusula trenta-unena de l'Acord marc els criteris d'adjudicació amb la seva corresponent ponderació són els que es relacionen a **l'apartat H del quadre de característiques**.

S'assignarà la puntuació màxima a l'oferta més econòmica i la resta d'ofertes es puntuaran proporcionalment.

DESENA.- CLASSIFICACIÓ D'OFERTES I REQUERIMENT DE DOCUMENTACIÓ

La unitat promotora del contracte classificarà, per ordre decreixent, d'acord amb els criteris d'adjudicació de **l'apartat H del quadre de característiques** i, conforme amb allò establert a l'article 221 LCSP, les proposicions presentades que no hagin estat declarades desproporcionades o anormals, seguint els criteris establerts a la clàusula trenta-dosena de l'Acord marc.

D'acord amb la clàusula trenta-tresena de l'Acord Marc, l'òrgan de tramitació de la contractació requerirà al licitador que hagi presentat l'oferta econòmicament més avantatjosa, per tal que, dins del termini màxim de 10 dies hàbils, a comptar des del següent a aquell en què s'hagi rebut el requeriment, presenti la documentació relativa a la garantia definitiva del contracte basat que s'estableix a la clàusula onzena d'aquest Plec.

En el cas que es vulgui formalitzar mitjançant retenció del preu, caldrà que el proposat com a adjudicatari presenti per escrit aquesta opció.

ONZENA.- GARANTIA DEFINITIVA

La proposta del licitador que hagi estat seleccionada per a l'adjudicació ha de constituir a disposició de l'òrgan de contractació una garantia definitiva per l'import que s'assenyala en **l'apartat I.2 del quadre de característiques**, en el termini màxim dels deu dies hàbils a comptar des del següent a la recepció del requeriment especificat a la clàusula desena d'aquest plec. L'import de la garantia definitiva serà equivalent al 5% de l'import d'adjudicació quan el preu del contracte s'hagi determinat a tant alçat; en canvi, quan s'hagi determinat en funció de preus unitaris, serà equivalent al 5% del pressupost base de licitació.

Les garanties es poden prestar en alguna de les formes previstes a l'article 108 LCSP, inclosa la retenció del preu, que es portarà a terme en el primer abonament o, si s'escau, en el pagament de l'import total del contracte.

En cas que no es constitueixi la garantia per causes imputables a l'empresa, l'òrgan de contractació no adjudicarà el contracte al seu favor. En aquest cas, s'aplicarà el que disposa l'article 109.1 LCSP i es requerirà la mateixa documentació al licitador següent, per l'ordre en què hagin quedat classificades les ofertes.

Quan es facin efectives sobre la garantia les penalitats o indemnitzacions exigibles a l'adjudicatari, aquest haurà de reposar o ampliar la garantia, en la quantia que correspongui, en el termini de quinze dies des de l'execució.

En el cas que la garantia no es reposi en els supòsits esmentats en els apartats anteriors, LCAT pot resoldre el contracte.

DOTZENA.- RENÚNCIA A LA SIGNATURA DEL CONTRACTE O DESISTIMENT DEL PROCEDIMENT D'ADJUDICACIÓ

L'òrgan de contractació podrà, per raons d'interès públic degudament justificades i amb la corresponent notificació a les empreses licitadores, renunciar a subscriure el contracte abans de l'adjudicació.

També podrà desistir abans de l'adjudicació quan s'aprecii una infracció no esmenable de les normes de preparació del contracte o de les reguladores del procediment d'adjudicació, d'acord amb el que preveu l'article 152 del LCSP.

En ambdós supòsits, es podrà compensar a les empreses convidades que hagin presentat oferta per les despeses en què haguessin incorregut, amb la justificació prèvia, i per un import màxim de 100 euros.

La decisió de no adjudicar o subscriure el contracte i el desistiment del procediment d'adjudicació es publicarà en el Perfil del contractant.

TRETZENA.- ADJUDICACIÓ I NOTIFICACIÓ ALS LICITADORS I PUBLICITAT DE LES ADJUDICACIONS

L'adjudicació del contracte s'ha de dictar dins del termini màxim de cinc dies hàbils següents a la recepció de la documentació requerida al licitador que ha presentat l'oferta econòmicament més avantatjosa.

En el cas que el licitador que ha presentat l'oferta econòmicament més avantatjosa no porti la documentació requerida en el termini màxim de 10 dies hàbils a comptar des de l'endemà del requeriment, per causes que li siguin imputables, es considerarà que ha retirat la seva oferta i l'administració contractant requerirà la mateixa documentació al licitador següent, per l'ordre en què hagin quedat classificades les ofertes. Un cop aquest presenti la documentació requerida en el termini expressat l'òrgan de contractació adjudicarà el contracte al seu favor.

No es declararà deserta cap licitació mentre hi hagi alguna oferta o proposició que sigui admissible d'acord amb els criteris que figurin en aquest plec. L'adjudicació haurà de ser motivada i es notificarà als licitadors d'acord amb l'article 151.1 del LCSP i, simultàniament, es publicarà en el perfil del contractant.

La resolució d'adjudicació del contracte es notificarà a les empreses licitadores mitjançant notificació electrònica a través de l'e-NOTUM i es publicarà en el perfil del contractant de l'òrgan de contractació dins del termini de 15 dies, indicant el termini en què s'haurà de procedir a la formalització del contracte.

A aquest efecte, s'enviarà, a l'adreça de correu electrònic –i, en cas que s'hagi informat, al telèfon mòbil– que les empreses licitadores hagin designat en presentar les seves proposicions, un avís de la posada a disposició de la notificació. Així mateix, el correu electrònic contindrà l'enllaç per accedir-hi.

La notificació contindrà la informació necessària que permeti al licitador exclòs o candidat descartat interposar, recurs suficientment fonamentat contra la decisió d'adjudicació. En particular haurà de contenir els extrems detallats a l'article 151.2 del LCSP.

CATORZENA.- FORMALITZACIÓ DEL CONTRACTE

L'adjudicatari està obligat a la formalització del contracte en document administratiu. Tanmateix, l'adjudicatari pot sol·licitar que el contracte s'elevi a escriptura pública essent al seu càrrec les despeses corresponents.

El contingut del contracte ha de ser l'establert en l'article 35 de la LCSP i en l'article 71 del RGLCAP.

Si el contracte no es formalitza en el termini indicat en l'apartat anterior per causes imputables a l'empresa adjudicatària, se li exigirà l'import del 3 per cent del pressupost base de licitació, IVA exclòs, en concepte de penalitat, que es farà efectiu en primer lloc contra la garantia definitiva, si s'ha constituït. A més, aquest fet pot donar lloc a declarar a l'empresa en prohibició de contractar, d'acord amb l'article 71.2 b de la LCSP.

En el supòsit que la manca de formalització sigui imputable a l'Administració, s'indemnitzarà a l'adjudicatari pels danys i perjudicis que la demora li hagi pogut ocasionar.

La formalització del contracte és requisit imprescindible per poder iniciar l'execució, llevat que sigui de tramitació d'emergència de conformitat amb l'article 120 de la LCSP.

La formalització d'aquest contracte, juntament amb el contracte, es publicarà en un termini no superior a quinze dies després del seu perfeccionament en el perfil de contractant.

Si el contracte està subjecte a regulació harmonitzada, la formalització del contracte es podrà publicar, a més a més, en el Diari Oficial de la Unió Europea i en el Butlletí Oficial de l'Estat.

Un cop formalitzat el contracte, es comunicarà al Registre Públic de Contractes de la Generalitat de Catalunya, per a la seva inscripció, les dades bàsiques, entre les quals figuraran les identitats de les empreses adjudicatàries, l'import d'adjudicació del contracte, juntament amb el desglossament corresponent de l'IVA; i posteriorment, si s'escau, les modificacions, les pròrrogues, les variacions de terminis o de preus, l'import final i l'extinció del contracte.

Les dades contractuals comunicades al registre públic de contractes seran d'accés públic, amb les limitacions que imposen les normes sobre protecció de dades, sempre que no tinguin caràcter de confidencials.

III. EXECUCIÓ

QUINZENA.- RESPONSABLE DEL CONTRACTE

LCAT efectuarà la inspecció, comprovació i vigilància per a la correcta realització del contracte i podrà dictar les instruccions oportunes per al correcte compliment d'aquest.

Es designa com a responsable del contracte aquell que s'especifica a l'**apartat J del quadre de característiques**.

El titular de la unitat promotora de la contractació serà el responsable del contracte, sens perjudici que en el plec de prescripcions tècniques se'n fixi un altre de diferent de la mateixa unitat promotora. Aquest responsable exercirà a més de les funcions generals de supervisió de l'execució del contracte, les funcions específiques que es detallen en els plecs de prescripcions tècniques. En concret, el responsable del contracte ha d'emetre un informe d'avaluació final de la contractació que ha de fer referència als diferents aspectes de l'execució del contracte, i en particular, als relatius a l'adequació del disseny i els objectius previstos en la contractació i els resultats finals obtinguts i també als relatius als aspectes econòmics i pressupostaris i als de caràcter tècnic.

SETZENA.- PAGAMENT DEL PREU

El pagament al contractista s'efectuarà d'acord amb el que preveu **l'apartat K del quadre de característiques**. El pagament a l'empresa contractista s'efectuarà contra presentació de factura expedida d'acord amb la normativa vigent sobre factura electrònica, en els terminis i les condicions establertes en l'article 198 de la LCSP.

D'acord amb el que estableix la Llei 25/2013, de 27 de desembre, d'impuls de la factura electrònica i creació del registre comptable de factures en el sector públic, les factures s'han de signar amb signatura avançada basada en un certificat reconegut, i han d'incloure, necessàriament, el número d'expedient de contractació.

El format de la factura electrònica i signatura s'han d'ajustar al que disposa l'annex 1 de l'Ordre ECO/306/2015, de 23 de setembre, per la qual es regula el procediment de tramitació i anotació de les factures en el Registre comptable de factures en l'àmbit de l'administració de la Generalitat de Catalunya i el sector públic que en depèn.

La plataforma GEFACT és el punt general d'entrada de factures electròniques de l'Administració de la Generalitat de Catalunya i del seu Sector Públic.

Les dades identificatives de l'òrgan administratiu amb competències en matèria de comptabilitat pública, de l'òrgan de contractació i del destinatari, que l'empresa contractista haurà de fer constar en les factures corresponents, seran comunicades a l'empresa adjudicatària.

El seguiment de l'estat de les factures es podrà consultar al web del Departament d'Economia i Hisenda a l'apartat de Tresoreria i Pagaments, a partir de l'endemà del registre de la factura.

DISSETENA.- PENALITZACIONS PER INCOMPLIMENT

Les penalitzacions per incompliment són les descrites a la **clàusula trenta-cinquena** de l'Acord marc.

Quan es facin efectives sobre la garantia les penalitzacions o indemnitzacions exigibles a l'adjudicatari, aquest haurà de reposar o ampliar la garantia, en la quantia que correspongui, en el termini de quinze dies des de l'execució.

DIVUITENA.- PRERROGATIVES DE L'ÒRGAN DE CONTRACTACIÓ

Dins dels límits i amb subjecció als requisits i efectes assenyalats en la LCSP (article 190), l'òrgan de contractació ostenta les prerrogatives d'interpretar el contracte, resoldre els dubtes que ofereixi el seu compliment, modificar-lo per raons d'interès públic, declarar la responsabilitat imputable a l'empresa contractista arran de la seva execució, suspendre'n l'execució, acordar la seva resolució i determinar-ne els efectes.

Així mateix, l'òrgan de contractació té les facultats d'inspecció de les activitats desenvolupades per les empreses contractistes durant l'execució dels contractes basats en aquest Acord marc, en els termes i amb els límits que estableix la LCSP.

Els acords que adopti l'òrgan de contractació en l'exercici de les prerrogatives esmentades exhaureixen la via administrativa i són immediatament executius.

L'exercici de les prerrogatives de LCAT es durà a terme mitjançant el procediment establert en l'article 191 de la LCSP.

DINOVENA.- SUBCONTRACTACIÓ

La subcontractació es preveu en l'**apartat L del quadre de característiques** i d'acord amb la **clàusula 36** de l'Acord Marc.

VINTENA.- OBLIGACIONS DE L'EMPRESA CONTRACTISTA EN L'EXECUCIÓ DEL CONTRACTE

L'empresa contractista ha de complir amb les obligacions que es deriven de la formalització de l'Acord marc, en especial, les previstes del plec de clàusules administratives particulars i del plec de prescripcions tècniques que regulen l'Acord marc.

En cas que l'objecte del contracte requereixi condicions especials d'execució, aquestes es concretaran en l'**apartat O del quadre de característiques**.

En aquesta contractació no es preveu tractament de dades personals per part de l'empresa contractista.

Per a l'execució de les prestacions derivades del compliment de l'objecte d'aquest contracte, el personal de l'empresa contractista no pot accedir a les dades de caràcter personal que figuren als arxius, documents i sistemes informàtics de l'òrgan de contractació.

No obstant el que estableix el paràgraf anterior, quan el personal de l'empresa contractista accedeixi a les dades personals incidentalment, estarà obligat a guardar secret fins i tot després de la finalització de la relació contractual, sense que en cap cas pugui utilitzar les dades ni revelar-les a tercers.

L'empresa contractista ha de posar en coneixement dels seus treballadors els deures i obligacions establerts anteriorment.

L'empresa contractista ha de posar en coneixement de l'òrgan de contractació, de forma immediata, qualsevol incidència que es produeixi durant l'execució del contracte que pugui afectar la integritat o la confidencialitat de les dades de caràcter personal tractades per LCAT adjudicadora, la qual haurà d'anotar-ho al Registre d'incidències.

L' incompliment del que s'estableix en els apartats anteriors pot donar lloc a que l'empresa contractista sigui considerada responsable del tractament, als efectes d'aplicar el règim sancionador i de responsabilitats previst a la normativa de protecció de dades.

VINT-I-UNENA.- MODIFICACIÓ DEL CONTRACTE

Una vegada perfeccionat el contracte, l'òrgan de contractació pot modificar el contracte d'acord amb els casos previstos en l'**apartat Q del quadre de característiques del contracte**.

Aquestes modificacions com a màxim podran afectar al percentatge del preu del contracte que s'especifica en l'**apartat Q del quadre de característiques del contracte**.

Les modificacions del contracte no poden ser substancials i s'han de limitar a introduir les variacions estrictament indispensables per donar resposta a la causa objectiva que motiva la modificació.

El procediment de modificació serà el previst als articles 203 a 207 de la LCSP.

Les modificacions no previstes en l'**apartat Q del quadre de característiques del contracte** només podran efectuar-se quan es justifiqui adequadament alguna de les circumstàncies establertes a l'article 205 de la LCSP. Aquestes modificacions no poden afectar les condicions essencials de licitació i adjudicació del contracte.

Quan a conseqüència de la modificació del contracte, el seu valor total experimenti variació, la garantia constituïda s'haurà d'ajustar a la quantia necessària perquè es mantingui la deguda proporció entre la garantia i el pressupost del contracte vigent en cada moment, en el termini de quinze dies des de la data en què es notifiqui a l'empresari l'acord de modificació. A aquests efectes, no es consideraran les variacions de preu que es produeixin com a conseqüència d'una revisió de conformitat amb el que disposa la LCSP. En el cas que la garantia no es reposi en el supòsit esmentat o en el supòsit que es fessin efectives sobre la garantia penalitzacions o indemnitzacions, LCAT pot resoldre el contracte.

Es considera que una modificació del contracte és substancial quan tingui com a resultat un contracte materialment diferent al que es va subscriure i quan es doni alguna de les condicions següents: que la modificació introdueixi condicions que, en cas d'haver figurat en el procediment de contractació inicial, haurien permès la selecció de candidats diferents dels seleccionats inicialment o l'acceptació d'una oferta diferent a l'acceptada inicialment o haurien atret a més participants en el procediment de contractació; que la modificació alteri l'equilibri econòmic del contracte en benefici del contractista d'una manera no prevista al contracte inicial; que la modificació amplii de forma important l'àmbit del contracte; i que l'empresa contractista sigui substituïda en circumstàncies diferents de les previstes en aquesta clàusula.

VINT-I-DOSENA.- TERMINI I CANCEL·LACIÓ DE LA GARANTIA DEFINITIVA

El termini de garantia es cancel·larà un cop finalitzada la seva vigència, en els termes, terminis, condicions i requisits previstos a l'article 111 de la LCSP, d'acord amb el que estableix la clàusula trenta-novena de l'Acord marc.

Un cop s'han acomplert pel contractista les obligacions derivades del contracte i no hi ha responsabilitats que hagin d'exercitar-se sobre la garantia definitiva, transcorregut el termini de garantia, la unitat promotora del contracte procedirà a emetre el certificat de conformitat com a tràmit previ per a resoldre sobre la devolució o cancel·lació de la garantia definitiva.

VINT-I-TRESENA.- RESOLUCIÓ DELS CONTRACTES: CAUSES I EFECTES

Les causes i els efectes de resolució del contracte són les assenyalades als articles 211, 306 i 313 de la LCSP.

A més, es consideraran com a causes específiques de resolució contractual les previstes a la clàusula quaranta-dosena de l'Acord marc.

Es consideren obligacions contractuals essencials i, per tant, el seu incompliment és causa de resolució del contracte, les especificades en l'**apartat P del quadre característiques del contracte**.

En tots els casos, l'aplicació de les causes de resolució es farà conforme el que disposa l'article 211 i seguint el procediment establert a l'article 212 de la LCSP

VINT-I-QUATRENA.- RÈGIM DE RECURSOS

De conformitat amb allò establert en l'article 321.5 de la de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic i l'apartat 3.2 de les Instruccions de contractació aprovades

en data 21 de juliol de 2021 per Loteries de Catalunya, SAU, amb indicació que aquesta resolució **no posa fi a la via administrativa**.

Els licitadors, de conformitat amb el que disposen els articles 121 i 122 de la Llei 39/2015, d'1 octubre, del Procediment Administratiu Comú de les Administracions Públiques, l'article 76 de la Llei 26/2010, de 3 d'agost, i la Clàusula 39.1 del Plec de Clàusules Administratives Particulars, poden interposar contra aquesta resolució:

- Un **recurs d'alçada** a presentar, en el termini d'un mes a comptar des de l'endemà de la notificació de la resolució, davant la Secretaria d'Hisenda del Departament d'Economia i Hisenda de la Generalitat de Catalunya, i a resoldre per la persona titular de la Conselleria del Departament d'Economia i Hisenda de la Generalitat de Catalunya.

Per a la resolució de les qüestions litigioses que poguessin sorgir en relació amb la preparació i l'adjudicació d'aquest contracte, serà competent la jurisdicció contenciosa administrativa de la ciutat de Barcelona, amb expressa renúncia de qualsevol altre fur que per raó de domicili o altre circumstància pugui correspondre.

Per a la resolució de les qüestions litigioses que poguessin sorgir en relació als efectes, la modificació i l'extinció d'aquest contracte, les parts se sotmetran a l'arbitratge de la Cort Arbitral de Catalunya, sempre que es tracti de matèries de lliure disposició conforme a dret i, específicament, sobre els efectes, el compliment i l'extinció d'aquest contracte, de conformitat amb el que disposa la Llei 60/2003, de 23 de desembre, d'arbitratge o normativa que la substitueixi. En defecte d'arbitratge, serà competent la jurisdicció civil de la ciutat de Barcelona, amb expressa renúncia de qualsevol altre fur que per raó de domicili o altre circumstància pugui correspondre.

A la data de la signatura electrònica del director general de Loteries de Catalunya, SAU.

ABREVIATURES CONTINGUDES EN AQUEST PLEC

(ordenades alfabèticament)

BOE	Boletín Oficial del Estado.
CPA	Classificació estadística de productes per activitats.
CPV	Vocabulari comú de contractes públics.
DOGC	Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya.
DOUE	Diario Oficial de la Unión Europea.
EAJA	Entitat Autònoma de Jocs i Apostes de la Generalitat.
CSP	Llei de contractes del sector públic.
LOPD	Llei Orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de Protecció de Dades Personals i garantia dels drets digitals.
LPAC	Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques.
LRJPAC CAT	Llei 26/2010, del 3 d'agost, de règim jurídic i de procediment de les administracions públiques de Catalunya.
PCAP	Plec de clàusules administratives particulars.
PPT	Plec de prescripcions tècniques.
RPC	Registre Públic de Contractes de la Generalitat de Catalunya.
RELI	Registre Electrònic d'Empreses Licitadores.
RGLCAP	Reial Decret 1098/2001, de 12 d'octubre, pel qual s'aprova el reglament General de la Llei de contractes de les administracions públiques.

ANNEX 1 DECLARACIÓ RESPONSABLE DE PLENA VIGÈNCIA DE LA DOCUMENTACIÓ ADMINISTRATIVA ACREDITADA EN L'ACORD MARC. (Incloure al Sobre A)

Núm. de l'expedient de contractació: **V0951-MKJ-26-0004**

Objecte del contracte: Servei de gestió i inserció de publicitat en els mitjans de comunicació per a la difusió de les accions publicitàries de Loteries de Catalunya, SAU, per a l'any 2026.

Nom i cognoms:

Càrrec:

Empresa:

NIF empresa:

Declaro sota la seva responsabilitat que l'empresa a la qual representa, com a licitadora d'aquesta contractació:

1. Que reuneix totes i cadascuna de les condicions exigides per a contractar amb l'Administració, ja que, tenint capacitat d'obrar, no es troba compresa en cap de les circumstàncies de prohibició per contractar amb el sector públic ni amb les Administracions Públiques.
2. Que declara vigents els requisits de capacitat, solvència i representació tal com ho va presentar en la documentació acreditada en l'Acord marc dels serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació que porti a terme l'administració de la Generalitat de Catalunya (expedient número EC 2022 32 – LOT 1).
3. Que en relació als requisits de solvència establerts per a aquest contracte basat (assenyalar l'opció que correspongui):
 - ☐ L'empresa ha acreditat, en el procediment per a l'adjudicació de l'Acord marc, una solvència igual o superior a la requerida per a participar en la licitació de contracte basat.
 - ☐ L'empresa **NO TÉ ACREDITADA**, en el procediment per a l'adjudicació de l'Acord marc, una solvència igual o superior a la requerida per a participar en la licitació de contracte basat, **per la qual cosa presento la corresponent documentació acreditativa**
4. Que en relació al signataris de la proposició d'aquest contracte basat (assenyalar l'opció que correspongui):
 - ☐ Són els mateixos que varen signar la participació a l'Acord Marc.
 - ☐ Són diferents dels que varen signar la participació a l'Acord Marc, **per la qual cosa presento la corresponent documentació acreditativa.**
5. Que els poders són vigents i no han estat modificats, restringits o limitats fins a la data d'avui.
6. Que està al corrent del compliment de les obligacions tributàries i de la seguretat social.

7. Que coneix i accepta incondicionalment el Plec de clàusules administratives particulars i el de prescripcions tècniques que regeixen aquesta licitació, així com, les previsions del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc.
8. Que la informació i documents aportats són de contingut absolutament cert.
9. Que la bústia electrònica on realitzar les comunicacions i notificacions en el procés de licitació i, si s'escau, els posteriors tràmits d'adjudicació, formalització, modificació, negociació, execució i extinció normal o anormal del contracte és l'assenyalada a l'apartat II.A del DEUC.

I perquè així consti, signo aquesta declaració.

ANNEX 2 MODEL D'OFERTA ECONÒMICA (Excel)
(Incloure al Sobre B)

ANNEX MODEL D'OFERTA ECONÒMICA

(Incloure al Sobre B)

Núm. de l'expedient expedient V0951-MKJ-26-0004

Objecte del contracte: Servei de gestió i inserció de publicitat en els mitjans de comunicació per a la difusió de les accions publicitàries de Loteries de Catalunya, SAU, per a l'any 2026.

Nom i cognoms:

Càrrec:

Empresa:

NIF empresa:

Declaro estar assabentat/ada de les condicions i els requisits que s'exigeixen per poder ser adjudicatari/ària del contracte esmentat; entén que el pressupost base de licitació màxim d'**1.975.000 €, IVA inclòs**, té caràcter estimatiu i no vinculant ja que l'import final del contracte resta condicionat a les accions realment efectuades per a Loteries de Catalunya, i en conseqüència, **es compromet**, en nom i representació de l'empresa **a executar-lo amb estricta subjecció als requisits i condicions estipulats en els plecs i pels imports que consten en aquesta oferta econòmica.**

Signatura

NOM EMPRESA LICITADORA

Annex Model d'oferta - Expedient V0951-MKJ-26-0004

Proposició Econòmica - TELEVISIÓ

fins a 24,00 punts

SUPPORTS		CONCEPTE	PUNTS	VALORS PRESENTATS ACORD MARC	VALORS PROPOSTA	
Televisió lineal	TV3	C/GRP* màxim període gener-febrer	0,20	€	€	
		C/GRP* màxim període març-juny	1,00	€	€	
		C/GRP* màxim període juliol	0,40	€	€	
		C/GRP* màxim període agost	1,00	€	€	
		C/GRP* màxim període setembre	1,00	€	€	
		C/GRP* màxim període octubre-24 desembre	2,50	€	€	
		C/GRP* màxim període 25-31 desembre	1,50	€	€	
		DESCOMPTE Mínim*:	0,70	%	%	
	Canals 324, 33, Esport 3	DESCOMPTE Mínim*:	0,50	%	%	
	Altres suports de 3cat	DESCOMPTE Mínim*:	0,20	%	%	
	BTV	DESCOMPTE Mínim*:	0,40	%	%	
	La Xarxa	DESCOMPTE Mínim*:	0,40	%	%	
	TDI	DESCOMPTE Mínim*:	0,40	%	%	
	TVLOCAL.CAT	DESCOMPTE Mínim*:	0,40	%	%	
	Consorci de Televisions Públiques Locals (CTPL)	DESCOMPTE Mínim*:	0,40	%	%	
		Televisions del grup ATRESMEDIA	C/GRP màxim*	0,50	€	€
			DESCOMPTE Mínim*:	0,50	%	%
	Cadenes del grup MEDIASET	C/GRP màxim*	0,50	€	€	
		DESCOMPTE Mínim*:	0,40	%	%	
	Altres cadenes d'àmbit català	DESCOMPTE Mínim*:	1,00	%	%	
Televisió connectada	3cat	CPM Màxim* (individus +18 de Catalunya):	3,00	€	€	
	Plataformes d'streaming de BVOD (contingut digital de les TV's lineals tipus Atresplayer, Mediaset, etc)	CPM Màxim* (individus +18 de Catalunya):	3,00	€	€	
	Plataformes d'streaming de VOD (tipus Movistar, Prime Video, Netflix, Disney, HBO, Dazn, etc)	CPM Màxim* (individus +18 de Catalunya):	3,00	€	€	
	Connected TV programàtica mercat català	CPM Màxim* (individus +18 de Catalunya):	1,00	€	€	
	Recàrrec Televisió Connectada* sobre el cost de compra resultant en el cas de segmentació diferent a individus +18 de Catalunya*		0,10	%	%	

C/GRP màxim*: cost per GRP màxim per espot de 20" que s'aplicarà pel target group individus de 16 o més anys amb un mínim del 45% en prime time.

Contempla tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA.

És **extrapolable** a altres durades segons les equivalències publicades en les polítiques comercials de les cadenes de televisió.

DESCOMPTE mínim*: descompte mínim que s'aplicarà sobre qualsevol format convencional, entès com tot aquell que té una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica el descompte. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA.

CPM Màxim*: cost màxim per cada mil impressions, d'espot de 20" (individus +18 de Catalunya).

Contempla tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA.

És extrapolable a altres durades segons les equivalències publicades en les polítiques comercials en cada cas.

Recàrrec en Televisió Connectada*: cal tenir en compte que es podran fer segmentacions sociodemogràfiques diferents a individus +18. Aquí les empreses no poden carregar un percentatge superior al 0,20%, però sí que poden oferir menys recàrrec.

És imprescindible **omplir totes les caselles TARONGES** del model de proposició econòmica. La manca d'alguna dada serà **objecte d'exclusió**.

Cal tenir en compte que el termini de vigència de l'Acord marc serà de 2 anys, prorrogable a 2 anys més.

NOM EMPRESA LICITADORA

Annex Model d'oferta - Expedient V0951-MKJ-26-0004

Proposició Econòmica - DIGITAL

fins a 20,00 punts

SUPPORTS			CONCEPTE	PUNTS	VALORS PRESENTATS ACORD MARC	VALORS PROPOSTA
Webs	Webs del grup CCMA	DESCOMPTE mínim*	1,50	%	%	
	Webs del grup ATRESMEDIA	DESCOMPTE mínim*	0,25	%	%	
	Webs del grup MEDIASET	DESCOMPTE mínim*	0,25	%	%	
	Webs del grup GODÓ	DESCOMPTE mínim*	1,50	%	%	
	Webs del grup PRENSA IBÉRICA	DESCOMPTE mínim*	1,00	%	%	
	Webs del grup HERMES	DESCOMPTE mínim*	0,50	%	%	
	Webs del grup ARA	DESCOMPTE mínim*	0,50	%	%	
	Webs del grup PRISA	DESCOMPTE mínim*	0,25	%	%	
	Webs del grup VOCENTO	DESCOMPTE mínim*	0,20	%	%	
	Webs del grup UNIDAD EDITORIAL	DESCOMPTE mínim*	0,20	%	%	
	Webs de La Razón	DESCOMPTE mínim*	0,20	%	%	
	Webs de 20Minutos i grup Henneo	DESCOMPTE mínim*	0,50	%	%	
	Webs d'ElConfidencial	DESCOMPTE mínim*	0,20	%	%	
	Webs d'OKDiario	DESCOMPTE mínim*	0,20	%	%	
	Webs de Público	DESCOMPTE mínim*	0,50	%	%	
	Webs d'ElNacional	DESCOMPTE mínim*	0,50	%	%	
	Webs de NacióDigital	DESCOMPTE mínim*	0,50	%	%	
	Webs de Vilaweb	DESCOMPTE mínim*	0,50	%	%	
	Webs d'ElMon	DESCOMPTE mínim*	0,40	%	%	
	Webs de Diario.es	DESCOMPTE mínim*	0,20	%	%	
	Webs de Grupo de Medios Global	DESCOMPTE mínim*	0,20	%	%	
	Webs d'Eleconomista.es	DESCOMPTE mínim*	0,20	%	%	
	Resta de webs catalanes	DESCOMPTE mínim*	0,25	%	%	
	Webs de l'ACPC	DESCOMPTE mínim*	0,20	%	%	
	Webs de l'AMIC	DESCOMPTE mínim*	0,20	%	%	
	Webs de l'APPEC	DESCOMPTE mínim*	0,20	%	%	
Plataformes, cercadors i xarxes socials,	Plataformes de compra programàtica	CPM Màxim* Display (segmentació de 3 nivells*):	0,75	€	€	
		CPM Màxim* Vídeo (segmentació de 3 nivells*):	0,75	€	€	
		CPV Màxim* Vídeo (segmentació de 3 nivells*):	0,40	€	€	
	Plataformes de música i podcast	CPM Màxim* (segmentació de 3 nivells*):	0,36	€	€	
	Cercadors	CPC Màxim* (segmentació de 3 nivells*):	0,75	€	€	
		CPM Màxim* (segmentació de 3 nivells*):	0,38	€	€	
		CPV Màxim* (segmentació de 3 nivells*):	0,38	€	€	
	Meta	CPC Màxim* (segmentació de 3 nivells*):	0,13	€	€	
		CPM Màxim* (segmentació de 3 nivells*):	0,38	€	€	
		CPV Màxim* (segmentació de 3 nivells*):	0,38	€	€	
	X	CPC Màxim* (segmentació de 3 nivells*):	0,13	€	€	
		CPM Màxim* (segmentació de 3 nivells*):	0,38	€	€	
		CPV Màxim* (segmentació de 3 nivells*):	0,38	€	€	
	TikTok	CPC Màxim* (segmentació de 3 nivells*):	0,13	€	€	
		CPM Màxim* (segmentació de 3 nivells*):	0,38	€	€	
		CPV Màxim* (segmentació de 3 nivells*):	0,38	€	€	
Linkedin	CPC Màxim* (segmentació de 3 nivells*):	0,13	€	€		
	CPM Màxim* (segmentació de 3 nivells*):	0,38	€	€		
	CPV Màxim* True View (segmentació de 3 nivells*):	0,75	€	€		
Youtube	CPM Màxim* no saltable (segmentació de 3 nivells*):	0,44	€	€		
Recàrrec sobre el cost de compra resultant en el cas d'aplicar segmentació de 4 o més nivells*			0,13	%	%	
Costos tecnològics	Display Standard	CPM Màxim:	0,38	€	€	
	Vídeo Standard	CPM Màxim*:	0,38	€	€	
	Display Rich Media	CPM Màxim*:	0,38	€	€	
	Vídeo 10 mb	CPM Màxim*:	0,38	€	€	

DESCOMPTE mínim*: descompte mínim que s'aplicarà sobre qualsevol format convencional, entès com tot aquell que té una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica el descompte. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA.

CPM Màxim*: cost màxim per cada mil impressions, inclou tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA

CPV Màxim*: cost màxim per cada visualització. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA.

CPC Màxim*: cost màxim per cada clic. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA.

Segmentació de 3 nivells*: cost basat en una segmentació de 3 nivells, un dels quals és geogràfic (IP Catalunya) i els altres dos poden variar.

Segmentació de 4 o més nivells*: segmentació de 4 o més nivells, un dels quals és geogràfic (IP Catalunya) i els altres tres poden variar. **Aquí les empreses no poden carregar un percentatge superior al 0,20%, però sí que poden oferir menys recàrrec.**

*Costos tecnològics: els costos tecnològics aplicats a les campanyes no portaran comissió d'agència.

És imprescindible **omplir totes les caselles TARONGES** del model de proposició econòmica. La manca d'alguna dada serà **objecte d'exclusió**.

Cal tenir en compte que el termini de vigència de l'Acord marc serà de 2 anys, prorrogable a 2 anys més.

NOM EMPRESA LICITADORA

Annex Model d'oferta - Expedient V0951-MKJ-26-0004

Proposició Econòmica - MITJÀ IMPRÈS

fins a 5,00 punts

SUPORTS	CONCEPTE	PUNTS	VALORS PRESENTATS ACORD MARC	VALORS PROPOSTA
La Vanguardia i publicacions del grup Godó	DESCOMPTE Mínim*	0,70	%	%
El Periódico, Sport, Regió 7, Diari de Girona i publicacions de Prens Ibérica	DESCOMPTE Mínim*	0,60	%	%
El Punt Avui, L'Esportiu i publicacions d'Hermes Comunicacions	DESCOMPTE Mínim*	0,40	%	%
Ara i publicacions de Prens Periódica Ara	DESCOMPTE Mínim*	0,40	%	%
El País, As, Cinco Días i publicacions del Grup Prisa	DESCOMPTE Mínim*	0,25	%	%
El Mundo, Marca, Expansión i publicacions d'Unidad Editorial	DESCOMPTE Mínim*	0,25	%	%
Abc i publicacions del grup Vocento	DESCOMPTE Mínim*	0,10	%	%
La Razón	DESCOMPTE Mínim*	0,10	%	%
Diari de Tarragona	DESCOMPTE Mínim*	0,15	%	%
Segre i publicacions del Grup Segre	DESCOMPTE Mínim*	0,15	%	%
La Mañana	DESCOMPTE Mínim*	0,15	%	%
El 9 Nou	DESCOMPTE Mínim*	0,15	%	%
Diari de Sabadell	DESCOMPTE Mínim*	0,15	%	%
Diari de Terrassa	DESCOMPTE Mínim*	0,15	%	%
20 Minutos i publicacions del grup Henneo	DESCOMPTE Mínim*	0,25	%	%
Diari Més	DESCOMPTE Mínim*	0,15	%	%
Pronto i publicacions del Grup Heres	DESCOMPTE Mínim*	0,10	%	%
Lecturas i publicacions d'RBA Revistas	DESCOMPTE Mínim*	0,10	%	%
Diez Minutos i publicacions de Hearst Magazines	DESCOMPTE Mínim*	0,10	%	%
Suports impresos de l'ACPC	DESCOMPTE Mínim*	0,10	%	%
Suports impresos de l'AMIC	DESCOMPTE Mínim*	0,10	%	%
Suports impresos de l'APPEC	DESCOMPTE Mínim*	0,10	%	%
Altres suports impresos d'àmbit català	DESCOMPTE Mínim*	0,30	%	%

DESCOMPTE mínim*: descompte mínim que s'aplicarà sobre qualsevol format convencional, entès com tot aquell que té una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica el descompte. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA.

És imprescindible **omplir totes les caselles TARONGES** del model de proposició econòmica. La manca d'alguna dada serà **objecte d'exclusió**.

Cal tenir en compte que el termini de vigència de l'Acord marc serà de 2 anys, prorrogable a 2 anys més.

NOM EMPRESA LICITADORA

Annex Model d'oferta - Expedient V0951-MKJ-26-0004

Proposició Econòmica - EXTERIOR

fins a 5,00 punts

SUPORTS	CONCEPTE	PUNTS	VALORS PRESENTATS ACORD MARC	VALORS PROPOSTA
Opis Metro (TMB)	DESCOMPTE Mínim*	0,41	%	%
Opis Renfe (àmbit Catalunya)	DESCOMPTE Mínim*	0,34	%	%
Opis FGC	DESCOMPTE Mínim*	0,41	%	%
Mobiliari urbà Clear Channel	DESCOMPTE Mínim*	0,35	%	%
Mobiliari urbà JCDecaux	DESCOMPTE Mínim*	0,35	%	%
Mobiliari urbà (resta d'exclusivistes àmbit Catalunya)	DESCOMPTE Mínim*	0,27	%	%
Opis centres comercials (àmbit Catalunya)	DESCOMPTE Mínim*	0,27	%	%
Suports d'exterior de l'aeroport (àmbit Catalunya)	DESCOMPTE Mínim*	0,27	%	%
Pàrquings (àmbit Catalunya)	DESCOMPTE Mínim*	0,14	%	%
Tanques 8x3 (àmbit Catalunya)	DESCOMPTE Mínim*	0,20	%	%
Autobusos Global (àmbit Catalunya)	DESCOMPTE Mínim*	0,27	%	%
Autobusos Publicesa (àmbit Catalunya)	DESCOMPTE Mínim*	0,27	%	%
Autobusos Alpha Publicidad (àmbit Catalunya)	DESCOMPTE Mínim*	0,27	%	%
Tramvies (àmbit Catalunya)	DESCOMPTE Mínim*	0,50	%	%
Cinema (àmbit Catalunya)	CPM Màxim*:	0,34	€	€
	DESCOMPTE Mínim*	0,14	%	%
Altres suports d'exterior d'àmbit català	DESCOMPTE Mínim*	0,20	%	%

DESCOMPTE mínim*: descompte mínim que s'aplicarà sobre qualsevol format convencional, sigui analògic o digital, entès com tot aquell que té una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica el descompte. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA.

CPM Màxim*: cost màxim per cada mil espectadors, amb un spot de 20", extrapolable a altres formats segons les polítiques comercials vigents. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA

Cal considerar que l'oferta s'ha de mantenir en cas de canvi d'exclusivista durant la vigència de l'Acord

És imprescindible **omplir totes les caselles TARONGES** del model de proposició econòmica. La manca d'alguna dada serà **objecte d'exclusió**.

Cal tenir en compte que el termini de vigència de l'Acord marc serà de 2 anys, prorrogable a 2 anys més.

NOM EMPRESA LICITADORA

Annex Model d'oferta - Expedient V0951-MKJ-26-0004

Proposició Econòmica - RÀDIO

fins a 12,00 punts

SUPORTS	CONCEPTE	PUNTS	VALORS PRESENTATS ACORD MARC	VALORS PROPOSTA
Emissores del grup Godó	DESCOMPTE Mínim*	2,00	%	%
Catalunya Ràdio	DESCOMPTE Mínim*	1,80	%	%
Reste d'emissores de la CCMA	DESCOMPTE Mínim*	1,80	%	%
Emissores del grup Flaix	DESCOMPTE Mínim*	1,50	%	%
Emissores del grup PRISA	DESCOMPTE Mínim*	0,50	%	%
Emissores del grup COPE	DESCOMPTE Mínim*	0,50	%	%
Emissores del grup Atresmedia	DESCOMPTE Mínim*	1,00	%	%
Radio TeleTaxi	DESCOMPTE Mínim*	0,80	%	%
Kiss FM i suports de Grupo Kiss Media	DESCOMPTE Mínim*	0,80	%	%
Radio Marca	DESCOMPTE Mínim*	0,50	%	%
Altres ràdios d'àmbit català	DESCOMPTE mínim*	0,80	%	%

DESCOMPTE mínim*: descompte mínim que s'aplicarà sobre qualsevol format convencional, entès com tot aquell que té una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica el descompte. Inclou tots els descomptes i càrrecs abans de la comissió d'agència i de l'IVA.

Cal considerar que en molts casos les campanyes seran d'àmbit Catalunya.

És imprescindible **omplir totes les caselles TARONGES** del model de proposició econòmica. La manca d'alguna dada serà **objecte d'exclusió**.

Cal tenir en compte que el termini de vigència de l'Acord marc serà de 2 anys, prorrogable a 2 anys més.

NOM EMPRESA LICITADORA

Annex Model d'oferta - Expedient V0951-MKJ-26-0004

Proposició Econòmica - COMISSIÓ D'AGÈNCIA

fins a 4,00 punts

TIPUS DE SERVEI		PUNTS	VALORS PRESENTATS ACORD MARC	VALORS PROPOSTA
Només compra d'espais en suports i formats que <u>no</u> requereixen estratègia ni negociació, només requereixen tramitar la compra, enviar material i fer el seguiment. Aplica tant a formats amb tarifes publicades, com a formats ad hoc que no tenen tarifa publicada.	COMISSIÓ D'AGÈNCIA Màxima A	1,33	%	%
Contractació de campanyes o d'espais en suports i formats convencionals que requereix estratègia, planificació i negociació.	COMISSIÓ D'AGÈNCIA Màxima B	1,33	%	%
Contractació de campanyes que requereixen estratègia, planificació i negociació en suports i formats convencionals, però també en espais i formats especials adaptats a una estratègia concreta que exigeixen gestions o tasques que van més enllà del dia a dia dels planificadors.	COMISSIÓ D'AGÈNCIA Màxima C	1,34	%	%

És imprescindible **omplir totes les caselles TARONGES** del model de proposició econòmica. La manca d'alguna dada serà **objecte d'exclusió**.

Cal tenir en compte que el termini de vigència de l'Acord marc serà de 2 anys, prorrogable a 2 anys més.

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES DE LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI DE GESTIÓ INTEGRAL I INSERCIÓ DE PUBLICITAT EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ PER A LA DIFUSIÓ DE LES ACCIONS PUBLICITÀRIES DE LOTERIES DE CATALUNYA, SAU PER A L'ANY 2026 expedient V0951-MKJ-26-0004

Primera. Objecte

Aquest plec té per objecte la contractació dels serveis de gestió integral i inserció de publicitat en els mitjans de comunicació durant el 2026 per tal d'aconseguir les millors condicions de gestió i inserció en la difusió dels mitjans de comunicació esmentats al bríng que acompanya aquest plec, per tal de fer arribar el missatge de la forma més efectiva i que permeti optimitzar al màxim el pressupost disponible. La concreció de les campanyes de publicitat i accions puntuals de comunicació, es detallen en el bríng esmentat.

Les actuacions que desenvolupa Loteries de Catalunya necessiten de difusió en el seu àmbit d'actuació per tal de mantenir un grau de notorietat entre el públic objectiu i en relació a la resta de loteries que operen en el territori català.

Les accions publicitàries definides per a l'any 2026 seran per a qualsevol producte del portafoli de Loteries de Catalunya. També es contemplen accions de comunicació publicitària de caràcter corporatiu.

Segona. Exercici a realitzar (Exercici d'estratègia i planificació de mitjans)

Aquest exercici es valorarà d'acord amb els criteris de valoració establerts a l'apartat H.1 del quadre de característiques del Plec de clàusules administratives particulars per la qual cosa cal tenir-los en compte especialment al preparar-ho.

Les empreses licitadores han de presentar la documentació tècnica justificativa de l'estratègia i la planificació de mitjans **(preferiblement en un document pdf)** que haurà d'incloure els següents elements:

- Anàlisi prèvia del mercat i del públic objectiu.
- Plantejament estratègic de la campanya de **La Grossa de Sant Jordi**, amb justificació de la selecció de cadascun dels suports i de les accions, en relació als objectius de mitjans marcats.
- Plantejament tàctic de la campanya de La Grossa de Sant Jordi: detall i justificació de la planificació per a cada mitjà.
- Un quadre resum de la distribució de la inversió de la campanya de La Grossa de Sant Jordi per mitjà.

- Un quadre amb els resultats quantitatius d'abastament obtinguts per a la campanya de La Grossa de Sant Jordi: cobertura, freqüència, GRP's, impactes propis de cada mitjà,...

Als efectes de la gestió i inserció en els mitjans caldrà tenir en compte el següent:

- Televisió

Inclou totes les cadenes de televisió públiques i privades d'àmbit català. Inclou tant la televisió lineal com la televisió connectada, sigui quina sigui la tipologia, la tecnologia o els dispositius que hi hagi darrere en caselles de suports, de grup de suports o de plataformes.

En el model de proposició econòmica del mitjà televisió es demana cost per GRP (C/GRP) referit a espots de 20" i individus adults, amb un mínim del 45% dels GRP's en franja de prime time. També es demana descompte per aplicar sobre qualsevol format convencional, entès com tot aquell que té una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica el descompte. Per a les televisions connectades es demana cost per mil (CPM).

- Mitjans digitals

Inclou totes les variants possibles dins d'aquest àmbit de la publicitat, en caselles de webs, grup de webs, xarxes socials, programàtica, cercadors i altres plataformes.

En el model de proposició econòmica dels Mitjans digitals es demana un descompte per a certs suports, per aplicar sobre qualsevol format convencional, entès com tot aquell que té una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica el descompte. En el cas de les plataformes es demanen preus concrets segons què es contracti: CPM per contractar impressions, CPC per clics, CPV per visionats o CPE per engatjament, etc.

Es demana recàrrecs si s'afegeixen noves segmentacions sobre les ja previstes.

També hi ha un apartat específic per detallar els costos tecnològics en funció del pes de les peces publicitàries de les campanyes.

Per a tots aquests mitjans, si durant la vigència de l'Acord marc es produís una variació en el sistema de contractació d'algun dels seus suports, i no fos possible trobar l'equivalència respecte del ja ofert, es demanarà a les empreses contractistes de l'Acord marc la presentació d'una nova oferta econòmica adaptada al nou sistema de contractació d'aquest o aquests suports. De la nova oferta econòmica es farà l'oportuna publicitat.

- Mitjà imprès

Inclou tots els suports impresos: diaris, suplementos, revistes i qualsevol publicació en paper d'àmbit català, en caselles que especifiquen el suport, el grup editorial o el grup de suports.

Es demana descompte per aplicar sobre qualsevol format convencional, entès com tot aquell que té una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica el descompte, sigui quin sigui l'edició, la secció, el dia de publicació o si és un suplement a banda.

- Ràdio

Inclou totes les emissores de radiodifusió públiques i privades d'àmbit català, en caselles que especifiquen el suport, el grup editorial o el grup de suports.

En el model de proposició econòmica del mitjà ràdio es demana un descompte per aplicar sobre qualsevol format convencional, entès com tot aquell que té una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica el descompte.

- Exterior

Inclou totes les variants possibles dins d'aquest àmbit de la publicitat.

En el model de proposició econòmica del mitjà exterior es demana un descompte per aplicar sobre qualsevol format convencional, entès com tot aquell que té una tarifa publicada a partir de la qual s'aplica el descompte, inclosos els formats digitals d'aquest mitjà.

En el cinema es demana també CPM de 20" i aquest s'extrapolarà a la resta de durades.

- Comissió d'agència

Es demana tres tipus de comissió d'agència en funció dels serveis associats.

- Comissió d'agència màxima A: Només compra d'espais en suports i formats que no requereixen estratègia ni negociació, només requereixen tramitar la compra, enviar material i fer el seguiment. Aplica tant a formats amb tarifes publicades, com a formats adhoc que no tenen tarifa publicada.
- Comissió d'agència màxima B: Contractació de campanyes o d'espais en suports i formats convencionals que requereix estratègia, planificació i negociació.
- Comissió d'agència màxima C: Contractació de campanyes que requereixen estratègia, planificació i negociació en suports i formats convencionals, però també en espais i formats especials adaptats a una estratègia concreta que exigeixen gestions o tasques que van més enllà del dia a dia dels planificadors.

Tercera. Brífig per a l'estratègia i planificació de mitjans de La Grossa de Sant Jordi

Antecedents

Loteries de Catalunya comercialitza des de l'any 2013 la loteria passiva anomenada La Grossa en la qual els participants compren un bitllet amb un número i una sèrie prèviament definits en cadascun dels bitllets.

La Grossa és el producte de Loteries de Catalunya amb major notorietat (97%) i penetració donat que 6 de cada 10 catalans l'han comprat en alguna ocasió.

Producte

Es realitzen 3 sortejos de La Grossa:

- La Grossa de Sant Jordi: sorteig 27 d'abril
- La Grossa de La Diada: sorteig 11 de setembre
- La Grossa de Cap d'Any: sorteig 31 de desembre

Objectius de comunicació

Cobertura: fer que la campanya impacti al major percentatge de població afí arreu de Catalunya de manera que en cadascun dels mitjans de campanya s'assoleixin les pressions periòdiques recomanables.

Maximitzar la **notorietat** dels espais per tal de poder assolir els mínims de top of mind en el públic objectiu.

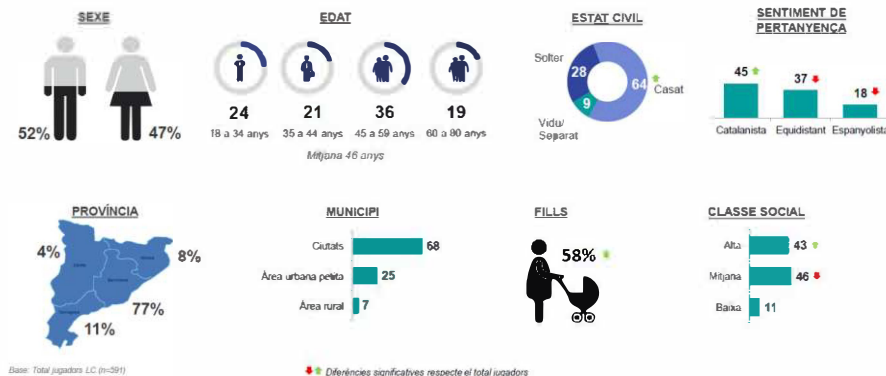
Cal buscar la màxima **afinitat** en els mitjans planificats amb el públic objectiu de la campanya.

Públic objectiu

El perfil de les persones consumidores és una persona de classe social mitja, casada, amb fills, de mitjana edat (45 - 59 anys), que juga sol, principalment compra de forma planificada en estancs i supermercats, on valoren principalment que és una loteria de proximitat.

Viuen principalment en ciutats i un 77% està ubicat a la província de Barcelona.

PERFIL DELS JUGADORS DE LOTERIES DE CATALUNYA



Loteries de Catalunya està perdent penetració entre la base de jugadors actuals i no ha generat una vinculació emocional forta que "retingui" consumidors de la temptació de duplicar amb les altres dues ofertes de loteria existents.

El públic objectiu al que van adreçades les accions publicitàries són la població de Catalunya major de 18 anys amb afinitat a un sentiment de pertinença al territori català.

Pel que fa a internet s'haurà de tenir en compte la segmentació per dispositiu (Desktop/Mòbil) i per individus Catalunya de 25 - 59 anys, així com la localització de la nostra audiència durant el període de la campanya de mitjans.

Xarxa de distribució

Els jugadors poden adquirir aquesta loteria per dues vies diferents:

- En els punts de venda presencials de la xarxa comercial de Loteries de Catalunya.
- En el Web i APP de Loteries de Catalunya.

Acció publicitària La Grossa de Sant Jordi

Està previst que la campanya específica d'aquest producte s'iniciï el 8 d'abril i finalitzi el dia 26 d'abril. El licitador haurà de proposar l'inici de la campanya tenint en compte el pressupost assignat.

Mitjans i disponibilitat de material que previsiblement composaran l'acció publicitària:

Televisió:

- Campanya 100% convencional amb un percentatge de la inversió, a definir per la licitadora, posicionada
- Espot de 20"
- Espot de 10" (Call to action)

Televisió connectada

- Espot de 20"
- Espot de 10" (Call to action)

Ràdio:

- Falca i mencions de 20"

Exteriors:

Internet:

- Suports de Branding
- Suports de Tràfic
- Local MX: campanya digital geolocalitzada

Les licitadores poden proposar nous/més/altres suports dels que figuren al tarifari de l'oferta econòmica que ajudin al compliment dels objectius.

Pressupost

El pressupost d'aquesta licitació és de 1.975.000 € IVA inclòs. Aquest pressupost s'exhaurirà o no en funció de les contractacions que finalment hagi dut a terme Loteries de Catalunya tenint en compte els preus unitaris/descomptes oferts per l'adjudicatari.

En concret, el pressupost assignat pel sorteig de La Grossa de Sant Jordi és de 480.000 € (IVA inclòs).

Costos addicionals

Les empreses licitadores en la seva planificació han d'incloure, a banda dels costos d'inserció, els següents costos relacionats:

- La planificació del mitjà internet ha de contemplar el cost tecnològic (de pes i de seguiment) en funció de les impressions planificades.
- La planificació del mitjà exterior ha de contemplar el cost de la producció.
- Campanyes basades en geolocalització (Local MX)

Codi de publicitat responsable

El Codi de publicitat responsable constitueix el marc general de referència que s'ha de respectar en qualsevol campanya publicitària de Loteries de Catalunya.

La responsabilitat social és una part essencial de Loteries de Catalunya, que es basa en joc responsable i màrqueting responsable dels jocs. Es garanteix, així, que els jocs de loteria es comercialitzen de forma sostenible i responsable envers els jugadors.

1. La publicitat de Loteries de Catalunya té per objectiu difondre entre el públic major de 18 anys l'oferta dels seus jocs de loteria respectant la normativa vigent i d'una forma socialment responsable. Per tant, la publicitat de Loteries de Catalunya ha de mostrar els jocs d'atzar com una activitat més d'oci i entreteniment i contribuir a millorar la informació per a la ciutadania, la prevenció del joc immoderat i la protecció dels menors d'edat.

2. La publicitat de Loteries de Catalunya ha de mostrar l'acte de jugar en un entorn de joc moderat i responsable, evitant situacions com són jugar d'una manera compulsiva, jugar per recuperar les pèrdues o jugar apostant grans quantitats de diners. La publicitat ha de reforçar, en canvi, aspectes positius de l'activitat del joc com són l'emoció per conèixer els resultats d'un joc, la il·lusió per guanyar un premi o el fet de jugar en grup com una activitat de diversió i socialització.
3. La publicitat ha de mostrar qualsevol informació relativa als jocs d'atzar d'una forma objectiva, de manera que la persona jugadora pugui identificar correctament aspectes com les possibilitats de guanyar o les quantitats dels premis de cada joc.
4. La publicitat sempre ha de mostrar la possibilitat de guanyar en els jocs de loteria com a fruit de l'atzar i, per tant, ha d'excloure qualsevol contingut que suggereixi que es poden desenvolupar habilitats en el moment de jugar que permeten millorar les possibilitats de guanyar en els jocs de loteria. No ha de suggerir que jugar no té risc.
5. La publicitat no ha de suggerir que el joc és una alternativa a la feina ni pot treure importància a valors com són el treball o l'esforç personal. La publicitat ha d'evitar tot contingut dissenyat per explotar les preocupacions financeres de les persones, així com relacionar el fet de jugar amb la possibilitat de pagar deutes.
6. La publicitat no ha de menysprear les persones que decideixen no jugar als jocs d'atzar que configuren l'oferta de Loteries de Catalunya. Ha d'evitar la glorificació del joc en el seu màrqueting i respectar la llibertat individual dels consumidors.
7. Les activitats de publicitat i promoció de vendes no han d'oferir incentius desmesurats per fidelitzar els clients, especialment aquells que es relacionin amb l'augment dels premis en una proporció superior a l'augment de les quantitats apostades.
8. La publicitat ha d'excloure qualsevol contingut que fomenti la discriminació de gènere, origen i pertinença cultural, salut física i mental, edat o condició econòmica i/o social.
9. La publicitat ha d'excloure qualsevol contingut violent, d'explotació sexual o que fomenti comportaments il·legals.
10. La publicitat ha d'evitar els continguts que siguin atractius per a les persones menors de 18 anys, així com aquells mitjans de comunicació que estiguin especialment destinats a persones menors de 18 anys. En les campanyes publicitàries, no hi han d'aparèixer persones menors de 18 anys.
11. L'edat mínima per jugar als jocs de Loteries de Catalunya és de 18 anys. Loteries de Catalunya sempre aspira a incloure el logotip de +18 anys en el seu màrqueting visual, o una menció del límit d'edat.
12. La publicitat no ha de mostrar cap tipus d'informació d'empreses que atorguen crèdits ràpids que podrien ser utilitzats per jugar de forma immediata.

13. Les agències que treballin amb Loteries de Catalunya han d'estar involucrades en el joc responsable i els treballadors d'aquestes agències que ens facin el contingut han de tenir una formació en joc responsable.
14. Loteries de Catalunya respecta la intimitat dels seus jugadors i assegura la protecció de les seves dades personals, amb ple respecte a la normativa vigent.
15. En el seu màrqueting, Loteries de Catalunya vetlla per no animar els jugadors a posar en perill la seva posició econòmica, salut, i/o relacions familiars.
16. El màrqueting de Loteries de Catalunya no abusa de la confiança dels consumidors, ni intenta beneficiar-se de la seva inexperiència ni de la manca d'informació.
17. Totes les accions de màrqueting es reconeixen com a màrqueting, sense que es pugui interpretar com a publicitat subliminal.
18. El màrqueting de Loteries de Catalunya no fa ús de mètodes que es poden considerar agressius. En conseqüència, les vendes i el màrqueting dels jocs de Loteries de Catalunya es caracteritzen pel següent:
 - El màrqueting dels jocs de Loteries de Catalunya no anima la ciutadania a finançar propòsits de caritat mitjançant el joc.
 - Podem oferir informació sobre els beneficiaris de les activitats de Loteries de Catalunya i la distribució dels beneficis obtinguts amb els seus jocs, però no en el context del màrqueting dels jocs.
19. Loteries de Catalunya actua responsablement en les seves comunicacions als clients i en les seves vendes, complint els principis aprovats de màrqueting directe just.
20. Loteries de Catalunya no implementa mesures de promoció de vendes enganyoses. La informació sobre joc en el material publicitari i les comunicacions de màrqueting que Loteries de Catalunya ofereix en els punts de venda, les fires i els esdeveniments, és correcta i pertinent.
21. Loteries de Catalunya exigeix als seus detallistes, venedors, o persones o entitats implicats en la promoció de vendes de jocs a no actuar d'una manera que disminueixi la confiança dels jugadors cap a Loteries de Catalunya.
22. En el servei d'atenció als jugadors, Loteries de Catalunya sempre actua discretament, de manera que aquests no experimentin pressió.
23. La cooperació de màrqueting de Loteries de Catalunya s'ajusta a la llei i a la pràctica justa, i, s'adhereix als principis generals aprovats de joc net i íntegre.
24. La cooperació de màrqueting de Loteries de Catalunya sempre es basa en obligacions acordades voluntàriament i mútuament.
25. Loteries de Catalunya abandonarà immediatament qualsevol cooperació que mostri pràctiques fraudulentas o contràries al bon gust i maneres, o que sigui il·legal.

26. Tot el màrqueting ha de ser clarament reconeixible com a màrqueting de Loteries de Catalunya i mai es pot percebre com màrqueting ocult. Tot el contingut produït en la cooperació amb altres persones o entitats es comprova i és aprovat prèviament i per escrit per Loteries de Catalunya.
27. Tot el material de promoció de vendes disponible en els punts de venda és produït o autoritzat per Loteries de Catalunya.
28. Tots els punts de venda han de rebre formació proporcionada per Loteries de Catalunya, que ha d'incloure una secció sobre joc responsable.

A la data de la signatura electrònica de la directora de Màrqueting i Jocs de Loteries de Catalunya, SAU.

Pilar Martin
Serrano - DN
33964988Z
(TCAT)

Signat digitalment
per Pilar Martin
Serrano - DN
33964988Z (TCAT)
Data: 2025.01.21
12:50:41 +01'00'

**CERTIFICAT DE RESERVA DE CRÈDIT
PRESSUPOST EXERCICI 2026
RC Expedient: V0951-MKJ-26-0004**

D'acord amb l'informe de necessitats i quantificació del preu emès per la Directora de Màrqueting i Jocs, i amb el vistiplau i conformitat de l'Àrea de Compliance, es certifica l'existència de crèdit suficient en la partida i per l'import que seguidament s'indiquen, a fi d'atendre els serveis de gestió i inserció de publicitat amb la finalitat de fer arribar al públic objectiu el missatge de la forma més efectiva possible i, alhora, optimitzant al màxim els recursos necessaris en el marc de la disponibilitat pressupostària de Loteries de Catalunya en aquesta matèria per a l'any 2026.

ANUALITAT	PARTIDA PRESSUPOSTÀRIA	IMPORT (iva inclòs)
2026	6230/D/2260003- Publicitat, difusió i campanyes institucionals	1.958.677,68€

I perquè així consti als efectes oportuns, es signa la present a Barcelona, a la data de la signatura electrònica.

Informe de crèdit

Document signat digitalment per:
Marta Rodelas García
Cap de l'Àrea Econòmica i Financera

2026.01.21
13:06:07
+01'00'

Marta Rodelas García

Àrea Econòmica i Financera