

MEMÒRIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRACTACIÓ DE: Servei integral de captació i activació de mecenatge de l'Any Gaudí 2026 de la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)

NÚM. D'EXPEDIENT: SE183159HO2026034

L'article 116 de la Llei de contractes del sector públic estableix que la celebració de contractes per part de les Administracions públiques requereix la prèvia tramitació de l'expedient.

L'article 116.4 estableix que en l'expedient es justificarà adequadament l'elecció del procediment de licitació; la classificació exigida als participants; els criteris de solvència tècnica o professional i econòmica i els criteris que es tindran en consideració per adjudicar el contracte i les condicions especials d'execució; el valor estimat del contracte; la necessitat de l'Administració i la seva relació amb l'objecte del contracte; l'informe d'insuficiència de mitjans pels contractes de serveis i finalment la decisió de no dividir en lots l'objecte del contracte, en el seu cas.

Per tot això, passem a justificar els aspectes esmentats:

1. Objecte del contracte i lots:

Objecte: Servei integral de captació i activació de mecenatge de l'Any Gaudí 2026 de la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)

L'objecte del contracte és la prestació del servei integral i especialitzat de consultoria, planificació, execució, seguiment i avaluació per a la captació de recursos privats (mecenatge i patrocini) i el disseny i implementació d'una estratègia creativa d'activació de marca per al programa estratègic científic i cultural "Any Gaudí" de la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC).

El servei abraça des de la diagnosi inicial i el disseny de la plataforma creativa global fins a la prospecció i negociació d'acords, la producció de continguts de *branded* content, l'execució d'activacions experiencials (IRL) i la justificació i liquidació final de resultats. Totes les actuacions s'hauran de realitzar garantint l'alineament amb el llegat d'Antoni Gaudí, la imatge institucional i els valors científics i culturals de la Universitat.

El servei comprèn de manera indivisible dos blocs funcionals:

- Bloc A: Captació i gestió de mecenatge i patrocini.
- Bloc B: Estratègia creativa, activació de marca i continguts associats als acords de mecenatge i patrocini.

El licitador haurà d'assumir obligatòriament la prestació dels dos blocs esmentats, per la qual cosa no s'admetran ofertes que excloguin totalment o parcialment algun dels blocs definits en aquest plec, atesa la necessitat de coordinar de forma unívoca la narrativa creativa amb la gestió comercial.

En definitiva, l'objecte del present contracte és únic i, per tant, també ho serà la seva adjudicació, que no es podrà dividir en parts o en lots.

Lots: no.

Es considera que la divisió en lots del present contracte no és procedent, atès que l'objecte constitueix una entitat funcional en si mateixa que requereix una execució integral.

La integració dels Blocs A (Captació) i Bloc B (Estratègia Creativa i Activació) és indispensable pels motius següents:

SC

Original signat per:

GALDRIC SANTANA ROMA
Signat en: 02-06-2026 09:11:26
GMT+2



- Interdependència tècnica i funcional (Sinergia operativa): L'estratègia creativa i la plataforma de marca (Bloc B) constitueixen l'eina fonamental i el suport de venda necessari per a la tasca de prospecció i negociació comercial (Bloc A). La narrativa del projecte "Any Gaudí" ha d'estar perfectament alineada amb les propostes que es presenten als patrocinadors; separar aquestes funcions entre diferents contractistes provocaria una pèrdua de coherència en el relat i dificultaria críticament el tancament d'acords.
- Risc per a la coordinació i l'execució del contracte: La naturalesa de l'objecte implica la necessitat constant d'un intercanvi d'informació en temps real entre la gestió comercial i la producció de continguts. La divisió en lots obligaria a la Universitat a realitzar tasques de coordinació extremadament complexes entre una pluralitat de contractistes amb metodologies de treball possiblement diferents, fet que posaria en risc l'execució en els terminis ajustats del programa commemoratiu (anualitat 2026) i la qualitat de les activacions.
- Unitat de missatge i protecció reputacional: Atès que el projecte gira entorn del llegat d'Antoni Gaudí i la reputació de la UPC, és crític mantenir un control integral sobre com s'activa la marca en cada patrocini. Un servei integral garanteix que tant la captació de fons com les experiències de marca (IRL) respectin rigorosament els valors científics i culturals de la institució sota una única direcció tècnica, evitant la banalització del projecte.
- Eficiència en la gestió de resultats (KPIs): El sistema de retribució inclou una part variable lligada a la captació (Bloc A) i un bonus per qualitat de les activacions (Bloc B). Atès que la satisfacció dels patrocinadors depèn directament de com s'hagi gestionat la relació comercial i creativa des de l'inici, l'avaluació dels indicadors de rendiment (KPIs) només és factible i objectiva si la responsabilitat de tot el procés recau en un únic adjudicatari.

D'acord amb l'article 99.3 b) de la LCSP, la realització independent de les diverses prestacions comprendria una dificultat tècnica que podria veure's impossibilitada per la divisió en lots, ja que la successió d'etapes (diagnosi, prospecció, activació i liquidació) estan estretament vinculades entre elles.

La intervenció de diferents contractistes comportaria duplicitat de processos i riscos operatius que no garantirien la correcta consecució dels objectius de finançament privat del programa "Any Gaudí".

En definitiva, l'objecte del present contracte és únic i, per tant, també ho serà la seva adjudicació, que no es podrà dividir en parts o en lots.

2. Elecció del procediment de licitació:

Ateses les característiques objecte de la contractació i d'acord amb les previsions dels articles 131.2 i 156 a 158 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic, el procediment d'adjudicació adequat és l'obert subjecte a regulació harmonitzada, atenent les característiques i valor estimat de la contractació.

Aquesta elecció es basa en l'anàlisi sistemàtica dels procediments regulats als articles 156 a 182 de la Llei de contractes del sector públic.

3. Criteris de solvència i classificació

Atesa la naturalesa, l'objecte i el valor estimat del contracte, es consideren proporcionals i adequats els següents requisits de solvència:

SC

Original signat per:

GALDRIC SANTANA ROMA
Signat en: 02-06-2026 09:11:26
GMT+2



a) Solvència econòmica i financera i tècnica o professional

Els empresaris hauran d'acreditar estar en possessió de les condicions mínimes de solvència econòmica i financera i professional o tècnica de conformitat amb el previst als articles 86, 87, 90 i 92 de la LCSP.

La solvència econòmica i financera de l'empresari haurà d'acreditar-se pels següents mitjans:

Volum anual de negocis, o bé volum anual de negocis en l'àmbit al que es refereix el contracte, referit al millor exercici dins dels tres últims disponibles en funció de les dates de constitució o d'inici d'activitats de l'empresari i de presentació de les ofertes per import igual o superior a l'exigit al pressupost base de licitació, que es fixa en 521.000,00 € (IVA exclòs).

La relació entre el volum de negoci i el pressupost base del contracte garanteix que l'empresa licitadora disposa d'una estructura econòmica estable i d'una capacitat d'absorció de riscos suficient reduint la probabilitat d'incompliment per motius econòmics. Així mateix, és un criteri ajustat a la dimensió econòmica del contracte i que respecta el principi de proporcionalitat sense limitar injustificadament la concurrència.

La solvència professional o tècnica del licitador s'acreditarà amb els següents mitjans:

Relació, amb les justificacions adients, dels principals treballs de serveis d'igual o similar naturalesa que els que constitueixen l'objecte del contracte, realitzats en els últims 3 anys, l'import anual dels quals acumulat l'any de més execució sigui igual o superior al 70 per cent de l'annualitat mitjana del contracte.

El criteri de solvència tècnica és el previst per defecte en l'article 90.1 a) LCSP, atès que el contracte no presenta una complexitat tècnica excepcional que justifiqui uns requisits superiors dels previstos amb caràcter predeterminat. Així doncs, es respecta l'estàndard legal per assegurar la capacitat tècnica dels licitadors, sense provocar barreres o restringir la injustificadament la concurrència.

b) Classificació empresarial

El contracte no està inclòs en la classificació de cap grup o subgrup vigents.

4. Criteris d'adjudicació

De conformitat amb els articles 145 i 146 de la LCSP i atenent l'objecte del contracte de referència, es proposen els següents criteris d'adjudicació en base a la millor relació qualitat-preu, amb la finalitat d'obtenir un servei de gran qualitat que respongui el millor possible a les necessitats que es pretenen contractar.

a) Criteris la quantificació dels quals depèn d'un judici de valor

Criteris sotmesos a judici de valor		
	Descripció del criteri	Ponderació
1	Metodologia de captació de mecenatge i patrocini (Bloc A) Es valorarà: <ul style="list-style-type: none">Claredat i coherència del pla de captació proposat (segmentació de mercats i sectors, prioritització de perfils d'empresa/fundació, estratègies	Fins a 20 punts

SC

Original signat per:

GALDRIC SANTANA ROMA
Signat en: 02-06-2026 09:11:26
GMT+2



	<p>d'aproximació, calendaris)..... Fins a 10 punts</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adequació de les eines comercials i de reporting proposades (CRM, informes periòdics, etc.)..... Fins a 5 punts • Mecanismes per garantir la coordinació amb la UPC i la traçabilitat de les oportunitats..... Fins a 5 punts 	
2	<p>Proposta de plataforma creativa “Any Gaudí” i marc de marca per a patrocinadors (Bloc B) Es valorarà:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La qualitat i coherència del relat creatiu i dels eixos de comunicació proposats..... Fins a 5 punts • L'encaix amb la imatge institucional de la UPC i amb els valors culturals i científics de l'“Any Gaudí”.....Fins a 2,5 punts • La claredat del manual per a patrocinadors proposat (ús de marca, co-branding, exemples).....Fins a 2,5 punts 	Fins a 10 punts
3	<p>Proposta d'activacions de marca i experiències (Bloc B) Es valorarà, a partir d'una relació d'exemples no limitatius:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La capacitat de les activacions proposades per generar experiències rellevants en l'àmbit cultural, similar a bones pràctiques en festivals i programes culturals (espais de marca, instal·lacions artístiques, experiències participatives, etc.).....Fins a 5 punts • El grau d'alineament amb el llegat de Gaudí i amb el caràcter universitari/científic del programa.....Fins a 2 punts • La viabilitat organitzativa i pressupostària de les propostes..... Fins a 2 punts 	Fins a 9 punts
4	<p>Equip de treball i experiència en projectes anàlegs Es valorarà:</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'experiència específica del responsable de captació en projectes de patrocini i mecenatge cultural/institucional.....Fins a 4 punts • L'experiència del responsable creatiu en projectes de <i>branded</i> content i activació de patrocini cultural o de ciutat.....Fins a 3 punts • La composició de l'equip (perfils comercials, creatius, de producció i digitals) i el grau d'implicació efectiva en el projecte (dedicacions, presència local, etc.).....Fins a 2 punts 	Fins a 9 punts
Total		48 punts

Fases de valoració de les ofertes: No procedeix.

Limitació a les ofertes: Es limita el número de pàgines de la proposta tècnica en 25 pàgines, lletra Arial 10, interlineat simple, marges normals i mida A4. No es tindran en consideració les

SC

Original signat per:

GALDRIC SANTANA ROMA
Signat en: 02-06-2026 09:11:26
GMT+2



pàgines en excés als límits marcats, a partir de la pàgina límit. Es donarà puntuació a qui presenti un millor desenvolupament i coherència de cada procediment en relació a la gestió global dels treballs i a la qualitat òptima de l'oferta. La resta d'ofertes es puntuarà proporcionalment a llurs valoracions. No es valorarà informació no rellevant.

ÍNDEX OFERTA TÈCNICA

Les ofertes que presenten les empreses licitadores han de seguir el següent índex:

1. Metodologia de captació de mecenatge i patrocini (Bloc A)
2. Proposta de plataforma creativa "Any Gaudí" i marc de marca per a patrocinadors (Bloc B)
3. Proposta d'activacions de marca i experiències (Bloc B)
4. Equip de treball i experiència en projectes anàlegs

b) Criteris avaluables de forma automàtica

Criteris avaluables de forma automàtica (mitjançant l'aplicació de fórmules)		
	Descripció del criteri	Ponderació
1	<p>Oferta econòmica</p> <p>1. Part variable (Bloc A) Fins a 25 punts 1r Tram fins 1.500.000 €</p> <p>La puntuació es calcularà aplicant la següent fórmula:</p> $P = \frac{\text{Punts màx. criteri} \times \% \text{ de comissió més reduït}}{\% \text{ de comissió ofert}}$ <p>Sent: P = Punts criteri econòmic</p> <p><u>En aquesta apartat el licitador haurà d'igualar el 15% o reduir el percentatge en concepte de comissió sobre l'aportació neta de mecenatge i patrocini, en cas contrari serà exclòs.</u></p> <p>2. Part variable (Bloc A) 2n tram.....Fins a 15 punts 2n Tram fins 4.000.000 €</p> <p>La puntuació es calcularà aplicant la següent fórmula:</p> $P = \frac{\text{Punts màx. criteri} \times \% \text{ de comissió més reduït}}{\% \text{ de comissió ofert}}$ <p>Sent: P = Punts criteri econòmic</p> <p><u>En aquesta apartat el licitador haurà d'igualar el 11% o reduir el percentatge en concepte de comissió sobre l'aportació neta de mecenatge i patrocini, en cas contrari serà exclòs.</u></p>	Fins a 52 punts

SC

Original signat per:

GALDRIC SANTANA ROMA
Signat en: 02-06-2026 09:11:26
GMT+2





	<p>3. Part variable (Bloc B)Fins a 7 punts</p> $P = \frac{\text{Punts màx. criteri} \times \% \text{ d'assoliment que es puntua}}{\% \text{ d'assolimen KPI ofert més elevat}}$ <p>Sent: P = Punts criteri econòmic</p> <p><u>En aquesta apartat el licitador haurà d'oferir el 50% o augmentar el percentatge d'assoliment dels KPIs per poder obtenir els bonus per qualitat del servei previst per la part variable del Bloc B d'acord apartat 9.4 del plec de prescripcions tècniques particulars.</u></p> <p>4. Part fixa (Bloc A + Bloc B)Fins a 5 punts</p> <p>La puntuació es calcularà aplicant la següent fórmula:</p> $Pv = \left[1 - \left(\frac{Ov - Om}{IL} \right) \right] \times P$ <p>Sent: Pv= Puntuació de l'oferta a Valorar Ov = Oferta a Valorar Om = Oferta Millor IL = Import de Licitació P = Punts criteri econòmic</p> <p>Proposta econòmica del Bloc A i B:</p> <p><u>El preu màxim ofert pel Bloc A no pot superar l'import de licitació de 6.000 € (IVA exclòs).</u></p> <p><u>El preu màxim ofert pel Bloc B no pot superar l'import de licitació de 10.000 € (IVA exclòs).</u></p> <p><u>El preu màxim ofert (Bloc A i B) no pot superar l'import de licitació de 16.000 € (IVA exclòs).</u></p> <p>Quedaran excloses les ofertes que presentin un import superior al preu de licitació.</p>	
Total		52 punts

Justificació dels criteris d'adjudicació

1. L'elecció del criteri "Oferta econòmica: l'objectiu principal de la UPC és l'obtenció de recursos externs. Per tant, el benefici real per a la Universitat no resideix en l'estalvi sobre la part fixa (que cobreix tasques de gestió administrativa mínima), sinó en la

SC

Original signat per:

GALDRIC SANTANA ROMA
Signat en: 02-06-2026 09:11:26
GMT+2





minimització del cost de la captació (el percentatge de comissió). En aquest sentit, s'ha fet amb la distribució següent:

- Part variable (Bloc A) 1r Tram fins 1.500.000 €: s'ha triat aquesta fórmula perquè tot i que no ajusta proporcionalment les puntuacions assignades amb la proporció existent entre l'import de les ofertes presentades i el pressupost de licitació, les puntuacions d'aquesta fórmula depenen directament de la rebaixa de la millor oferta respecte el pressupost de licitació i té un efecte d'increment de la distància entre la puntuació de la millor oferta i la següent respecte les distàncies que separen les puntuacions de les ofertes més llunyanes a la millor oferta. Aquesta fórmula atorga a la millor oferta la millor puntuació i l'oferta que no presenta cap baixa respecte l'import de licitació, no obté 0 punts.
 - Part variable (Bloc A) 2n tram fins 4.000.000 €: s'ha triat aquesta fórmula perquè tot i que no ajusta proporcionalment les puntuacions assignades amb la proporció existent entre l'import de les ofertes presentades i el pressupost de licitació, les puntuacions d'aquesta fórmula depenen directament de la rebaixa de la millor oferta respecte el pressupost de licitació i té un efecte d'increment de la distància entre la puntuació de la millor oferta i la següent respecte les distàncies que separen les puntuacions de les ofertes més llunyanes a la millor oferta. Aquesta fórmula atorga a la millor oferta la millor puntuació i l'oferta que no presenta cap baixa respecte l'import de licitació, no obté 0 punts.
 - Part variable (Bloc B): es justifica per la necessitat d'orientar l'execució del contracte cap a l'assoliment d'uns nivells de qualitat superiors en les prestacions del Bloc B (estratègia creativa i activacions). Atès que la part fixa d'aquest bloc retribueix les tasques bàsiques, la introducció d'una part variable vinculada a indicadors de rendiment (KPIs) actua com un mecanisme d'incentivació activa per al contractista. La fórmula de valoració automàtica premia els licitadors que assumeixen un compromís més exigent amb els resultats, garantint que la retribució de la UPC sigui estrictament proporcional a l'impacte i èxit real del servei.
 - Part fixa (Bloc A+Bloc B): s'ha triat aquesta fórmula perquè atorga la puntuació als licitadors en proporció lineal a l'oferta més baixa de les presentades, de manera que es garanteixi l'assignació dels punts de manera proporcional i objectiva, atorgant a la millor oferta la millor puntuació i l'oferta que no presenta cap baixa respecte l'import de licitació, no obté 0 punts
2. L'elecció del criteri "Metodologia de captació de mecenatge i patrocini (Bloc A)": es considera essencial avaluar la metodologia de treball atès que la captació de fons privats en l'àmbit cultural i científic requereix una prospecció professionalitzada i adaptada a diferents sectors i àmbits geogràfics (local, estatal i internacional). La valoració del pla de captació, de les eines de reporting i del CRM proposat garanteix que el licitador disposa d'una estructura organitzativa capaç d'assegurar la traçabilitat de les negociacions i la transparència en la gestió dels recursos, minimitzant el risc d'una execució erràtica que podria comprometre el finançament del programa.
 3. L'elecció del criteri "Proposta de plataforma creativa "Any Gaudí" i marc de marca per a patrocinadors (Bloc B)": es justifica per la necessitat de protegir la integritat de la imatge institucional de la UPC i el llegat d'Antoni Gaudí. Donat que el servei inclou el disseny d'un relat de marca central i un manual per a patrocinadors, cal un judici de valor expert per assegurar que la narrativa creativa no banalitzava el projecte i que el *co-branding* amb les empreses privades es realitza sota criteris de rigor científic i cultural, evitant propostes merament comercials que contravinguin els valors de la Universitat.
 4. L'elecció del criteri "Proposta d'activacions de marca i experiències (Bloc B)": es motiva l'avaluació de les activacions presencials (IRL) en el fet que l'experiència comparada demostra que la qualitat de l'experiència de l'usuari millora substancialment el retorn reputacional per a la institució i la satisfacció dels patrocinadors. Cal valorar subjectivament la capacitat d'innovació de les experiències proposades (espais de marca, instal·lacions artístiques o experiències participatives) per garantir que siguin viables organitzativament i que generin un impacte real i positiu en l'espai públic i en la comunitat universitària.
 5. L'elecció del criteri "Equip de treball i experiència en projectes anàlegs": és necessari perquè el contracte és de naturalesa prestacionalment intensiva en capital humà

SC

Original signat per:

GALDRIC SANTANA ROMA
Signat en: 02-06-2026 09:11:26
GMT+2





especialitzat. L'èxit del servei integral depèn de la capacitat intel·lectual i de les xarxes de relació dels perfils clau (responsables de captació i de creativitat). Avaluat l'experiència específica en projectes de mecenatge institucional i *branded content* permet a la UPC assegurar que l'equip assignat té el *know-how* necessari per a una interlocució experta amb grans mecenes i per a la gestió de contrapartides complexes, garantint l'estabilitat i la solvència tècnica durant tota la vigència del contracte.

Criteris per determinar l'existència de baixes anormals

En el cas que concorri a la licitació 1 única empresa, es considerarà que l'oferta és anormalment baixa si es compleixen aquests dos supòsits:

1. El preu ofert sigui inferior al pressupost de licitació en un percentatge superior al 40%.
2. La puntuació dels criteris d'adjudicació que no siguin preu sigui superior al 80% de la puntuació total d'aquests criteris.

En el cas que concorrin a la licitació 2 empreses, es considerarà que l'oferta és anormalment baixa si es compleixen aquests dos supòsits:

1. El preu ofert per una de les empreses és inferior en més d'un 20% al preu ofert per l'altra empresa.
2. El sumatori de les puntuacions diferents del preu d'una de les empreses és superior en més d'un 20% al sumatori de les puntuacions diferents del preu de l'altra empresa.

En el cas que concorrin a la licitació més de 2 empreses, es considerarà oferta anormalment baixa si es compleixen aquests dos supòsits:

1. El preu ofert sigui inferior a la mitjana aritmètica dels preus oferts en un percentatge superior al 20%.
2. La puntuació obtinguda pels criteris d'adjudicació que no són preu estigui per damunt de la suma de les següents variables a) i b)
 - a) La mitjana aritmètica de la puntuació obtinguda per les empreses licitadores en els criteris d'adjudicació que no són preu.
 - b) El càlcul de la mitjana aritmètica de les desviacions obtingudes, en valor absolut, és a dir, sense tenir en compte el signe positiu o negatiu, pels criteris que no són preu. La desviació és la diferència de cadascuna de les puntuacions obtingudes per les empreses licitadores respecte a la mitjana de les puntuacions en els criteris que no són preu.

Per a l'aplicació d'aquestes fórmules, es considerarà com a preu ofert el Valor Econòmic de l'Oferta calculat sobre la base de la suma de la part fixa (Bloc A i B) i l'estimació de la part variable oferta pel Bloc A (% de comissió sobre els imports màxims de licitació previstos).

5. Condicions especials d'execució

El plec de clàusules administratives establirà les següents condicions especials d'execució:

- a) Caràcter ètic.

SC

Original signat per:

GALDRIC SANTANA ROMA
Signat en: 02-06-2026 09:11:26
GMT+2





- b) Igualtat de gènere: l'empresa contractista, en l'elaboració i presentació de l'objecte del contracte, ha d'incorporar la perspectiva de gènere i evitar els elements de discriminació sexista en l'ús del llenguatge i de la imatge.
- c) Foment de la petita i mitjana empresa: el contractista, sempre i quan es requereixi per la UPC, ha d'acreditar el compromís amb el subcontractista de pagament en un termini, que no pot ser superior al termini efectiu de pagament per part de l'Administració.
- d) Altres: Clàusula específica de **cessió en exclusiva de tots els drets d'exploració** (reproducció, distribució, comunicació pública i transformació) a favor de la UPC per a tot l'àmbit mundial i durant tota la vigència legal dels drets, per evitar limitacions en l'ús futur dels materials de l'Any Gaudí.

Per altre banda, les obligacions previstes als apartats següents tenen la consideració d'obligacions essencials del contracte, als efectes previstos de l'article 211.1.f) de la LCSP, atesa la seva incidència directa en la correcta execució del programa de suport a l'AEIP, en la traçabilitat de les operacions i en la possibilitat d'obtenir les certificacions i reconeixements previs necessaris per a l'aplicació dels beneficis fiscals corresponents:

a) L'empresa contractista haurà d'executar totes les prestacions objecte del contracte amb ple sotmetiment a la normativa reguladora del programa de suport a l'Aconteixement d'Excepcional Interès Públic "Centenario Gaudí 2026 / Any Gaudí 2026", i en particular a la Llei 49/2002, al Reial decret 1270/2003, al Reial decret-llei 8/2025, al Conveni de creació de la Comissió Interadministrativa, al Manual d'Identitat i al Manual d'Informació i Ajuda per a Empreses Col·laboradores, així com als acords, criteris, instruccions i resolucions que adopti la Comissió Interadministrativa durant la vigència del contracte. Les actuacions només es podran executar en la mesura que s'ajustin als plans i programes aprovats per la Comissió Interadministrativa.

b) L'empresa contractista haurà d'analitzar i proposar, amb caràcter previ a la seva formalització, la qualificació jurídica de cada operació de col·laboració, distingint, com a mínim, entre donació pura i simple, conveni de col·laboració empresarial i despesa de propaganda i publicitat susceptible de generar beneficis fiscals AEIP, i sotmetre aquesta proposta a validació prèvia de la UPC quan l'operació pugui tenir transcendència fiscal o requereixi certificació de la Comissió Interadministrativa.

c) L'empresa contractista no podrà llançar, difondre ni executar cap campanya, suport, activació, creativitat, peça gràfica, suport digital, acció experiencial o qualsevol altre element susceptible d'encaix en el règim AEIP sense la validació prèvia de la UPC quan sigui necessari verificar-ne l'adequació al programa oficial, als criteris de la Comissió Interadministrativa o al Manual d'Identitat. En particular, l'empresa contractista haurà de respectar les regles d'ús del logotip, denominacions, llegendes, formats, dimensions, ubicació i resta de requisits tècnics aplicables a cada suport.

d) En cas de subcontractació o intervenció de tercers en la producció, emissió, distribució o execució de les actuacions, l'empresa contractista haurà de garantir contractualment que aquests tercers compleixin les mateixes obligacions relatives a identitat visual, adequació al programa AEIP, obtenció d'evidències, certificacions de difusió, lliurament documental, confidencialitat i conservació de la informació, restant en tot cas l'empresa contractista com a única responsable davant la UPC del compliment íntegre d'aquestes obligacions

6. Pressupost base de licitació i valor estimat del contracte

El pressupost de la licitació s'ha determinat a tant alçat en base als preus de referència en el mercat per a aquest tipus de servei i per altres adquisicions similars realitzades per la Universitat en anys recents, per la qual cosa en resulta l'import següent:

SC

Original signat per:

GALDRIC SANTANA ROMA
Signat en: 02-06-2026 09:11:26
GMT+2



	Import base	% IVA	Import IVA	Import total
Part fixa	16.000,00 €	21%	3.360,00 €	19.360,00 €
Part variable*	505.000,00 €	21%	106.050,00 €	611.050,00 €
Total	521.000,00 €	21%	109.410,00 €	630.410,00 €

* El pressupost de la part variable té caràcter orientatiu i no vinculant de despesa per a la Universitat Politècnica de Catalunya. L'efectivitat del pagament d'aquestes quantitats queden condicionades exclusivament a l'assoliment dels objectius i resultats fixats en el plec de prescripcions tècniques particulars i el plec de clàusules administratives.

El present contracte té la consideració de contracte de serveis a preu mixt, integrat per una part fixa i una part variable, d'acord amb el que estableixen els articles 100 i 102 concordants de la LCSP.

El preu del contracte queda estructurat de la manera següent:

Part fixa

La part fixa es descompondrà internament en:

- Import fix corresponent al Bloc A pel servei de disseny i execució del Pla de mecenatge i patrocini, prospecció, negociació, informes i gestió relacional bàsica.
- Import fix corresponent al Bloc B pel servei de disseny de la plataforma creativa, manual per a patrocinadors i producció/adequació de peces base mínimes).

Aquesta part anirà destinada a retribuir les prestacions bàsiques dels blocs A (captació i gestió de mecenatge i patrocini) i B (estratègia creativa, activació de marca i continguts), amb independència del volum d'aportacions privades finalment captades.

Part variable associada al Bloc A (captació de mecenatge i patrocini)

- La part variable associada al Bloc A consistirà en una comissió percentual sobre l'aportació neta de mecenatge i patrocini captada per l'empresa adjudicatària i acceptada per la UPC, d'acord amb la definició i condicions que s'estableixen al PCAP.
- S'entendrà, amb caràcter general, per aportació neta l'import efectivament ingressat per la UPC procedent de mecenes i patrocinadors, derivat d'acords en què l'empresa adjudicatària hagi intervingut de manera significativa en la prospecció i negociació, un cop descomptades, si escau, aquelles despeses que, d'acord amb la normativa i amb els acords corresponents, no quedin a disposició de la UPC.
- El PCAP fixarà el percentatge de comissió, així com els límits màxims de la part variable (per contracte i, si escau, per anualitat), tenint en compte les previsions de volum de patrocini per al càlcul del valor estimat.

Part variable associada al Bloc B – Bonus per qualitat del servei

Sense perjudici del que es preveu per a la part variable associada al Bloc A, la part variable vinculada al Bloc B consistirà en una borsa màxima anual de bonus vinculada al grau de compliment dels indicadors de rendiment (KPIs) definits al Plec de Prescripcions Tècniques, destinada a incentivar una millor execució de les prestacions creatives, d'activació de marca i de producció de continguts.

L'import màxim anual d'aquesta borsa de bonus es fixarà al Plec de Clàusules Administratives Particulars i, en cap cas, podrà superar el 50 % de l'import anual de la part fixa corresponent al Bloc B.

La "Part Fixa" es desglossa en el següent pressupost:

	Import base	% IVA	Import IVA	Import total
Part fixa – BLOC A	6.000,00 €	21%	1.260,00 €	7.260,00 €
Part fixa – BLOC B	10.000,00 €	21%	2.100,00 €	12.100,00 €
Total part fixa	16.000,00 €	21%	3.360,00 €	19.360,00 €

SC

Original signat per:

GALDRIC SANTANA ROMA
Signat en: 02-06-2026 09:11:26
GMT+2



La "Part variable" es desglossa en el següent pressupost:

	Import base	% IVA	Import IVA	Import total
Part variable – BLOC A Tram fins 1.500.000 € (15% sobre l'aportació neta de mecenatge i patrocini)	225.000,00 €	21%	47.250,00 €	272.250,00 €
Part variable – BLOC A Tram que excedeixi de 1.500.000 € fins a 4M € (11% sobre l'aportació neta de mecenatge i patrocini)	275.000,00 €	21%	57.750,00 €	332.750,00 €
Part variable – BLOC B 50% sobre grau de compliment dels indicadors de rendiment (KPIs)	5.000,00 €	21%	1.050,00 €	6.050,00 €
TOTAL	505.000,00 €	21%	106.050,00 €	611.050,00 €

Desglossament per conceptes:

Pressupost d'execució (IVA exclòs)	Costos directes	372.142,86 €
	Costos indirectes	65.672,27 €
Total costos directes + indirectes		437.815,13 €
13% despeses generals sobre aquest import		56.915,97 €
6% benefici empresarial sobre aquest import		26.268,90 €
Subtotal		521.000,00 €
21% IVA sobre el subtotal		109.410,00 €
Import total (IVA inclòs)		630.410,00 €

El valor estimat del contracte és de 637.950,00 € segons el següent desglossament:

	Import base
Contracte inicial – part fixa (Bloc A i Bloc B)	16.000,00 €
Contracte inicial – part variable (Bloc A 1r i 2n tram i Bloc B)	505.000,00 €
Possibles pròrroques	12.750,00 €
Possibles modificacions	104.200,00 €
Import total VEC	637.950,00 €

El pressupost màxim de la part variable del Bloc A s'estableix sobre una previsió de captació de fins a 4.000.000 €. Per a aquells imports que superin aquesta xifra, la UPC podrà fer ús de la clàusula de modificació prevista del contracte fins al límit del 20% del preu inicial previst. En aquest supòsit, les aportacions netes que superin els 4.000.000 € meritran una comissió del 8%, que s'imputarà a la partida de modificacions fins a l'esgotament de la mateixa.

SC

Original signat per:

GALDRIC SANTANA ROMA
Signat en: 02-06-2026 09:11:26
GMT+2



Les causes que podran donar lloc a aquesta modificació són:

Excedents per èxit excepcional: En el cas que l'aportació neta de mecenatge i patrocini captada i acceptada per la UPC excedeixi l'import total de 4.000.000 a fi de garantir la continuïtat de l'incentiu comercial sota criteris de màxima eficiència econòmica per a la Universitat.

En cas de produir-se la modificació serà necessari un informe del responsable del contracte i la posterior resolució de modificació i formalització de la mateixa.

7. Justificació de la necessitat i idoneïtat del contracte

La UPC impulsa la commemoració de l'Any Gaudí" com a programa estratègic de caràcter científic, cultural i divulgatiu, amb la finalitat de promoure el coneixement, la recerca, la innovació i la difusió del llegat d'Antoni Gaudí, així com de reforçar la projecció nacional i internacional de la institució i del territori.

Les activitats associades a l'Any Gaudí" inclouen, entre d'altres, congressos, jornades científiques, exposicions, itineraris, activitats educatives, intervencions culturals a l'espai públic i programes de comunicació i divulgació, que requereixen recursos addicionals a la dotació pressupostària ordinària.

D'acord amb les tendències actuals de finançament de projectes culturals i científics, es considera estratègic fomentar la participació del sector privat mitjançant instruments de mecenatge i patrocini cultural, complementant els fons públics i altres vies de finançament.

L'experiència comparada d'altres administracions i entitats en programes de ciutat, festivals i grans esdeveniments culturals mostra que la combinació de captació professionalitzada de patrocinadors i el disseny d'activacions de marca i continguts culturals de qualitat millora substancialment els resultats econòmics i reputacionals dels programes.

En aquest context, la UPC considera necessari contractar un servei especialitzat extern que integri, en un únic contracte, la planificació i execució de la captació de mecenatge i patrocini, així com la definició i implementació de les corresponents activacions de marca i continguts associats.

Es considera que mitjançant el present contracte es satisfaran de forma directa, clara i proporcional les necessitats anteriorment referides.

8. Insuficiència de mitjans

A la plantilla de la UPC no existeixen els mitjans tècnics, ni els perfils professionals necessaris per atendre els treballs que requereix aquest servei, al tractar-se de funcions específiques i concretes del camp objecte d'aquest contracte, que ha de ser prestat per personal especialitzat.

9. Altres aspectes

a) Responsable del contracte: per a un seguiment adequat del contracte es designa com a persona responsable a Helena Martínez Piñeiro, cap del Gabinet de Relacions Internacionals .

b) Subcontractació: es permet subcontractar part de l'objecte del contracte, sempre i quan es compleixin les condicions previstes als plecs.

SC

Original signat per:

GALDRIC SANTANA ROMA
Signat en: 02-06-2026 09:11:26
GMT+2



c) Garantia definitiva:

Import del 5% sobre el preu ofert de la part fixa i import fix adicional de la part variable:

- 5% del preu final ofert (IVA exclòs) sobre la part fixa (Bloc A + B), i
- Import fix de 25.250,00 €, equivalent al 5% del pressupost base de licitació de la part variable (Bloc A+B)

d) Modificacions:

Excedents per èxit excepcional: En el cas que l'aportació neta de mecenatge i patrocini captada i acceptada per la UPC excedeixi l'import total de 4.000.000 a fi de garantir la continuïtat de l'incentiu comercial sota criteris de màxima eficiència econòmica per a la Universitat.

En cas de produir-se la modificació serà necessari un informe del responsable del contracte i la posterior resolució de modificació i formalització de la mateixa.

e) Pagament:

La part fixa del contracte es meritirà d'acord amb el calendari següent (a concretar):

- a) Un primer pagament associat a la presentació i aprovació del pla de mecenatge i patrocini i de la plataforma creativa (50% del fix).
- b) Pagaments periòdics (mensuals/trimestrals) per la resta de la vigència, vinculats a la prestació efectiva dels serveis.

La part variable associada al Bloc A es meritirà en el moment en què la UPC hagi percebut efectivament les aportacions de mecenatge i patrocini corresponents. L'empresa adjudicatària emetrà, en els terminis que es fixin, la factura corresponent a la comissió devengada, amb el detall justificatiu de les operacions.

La part variable associada al Bloc B (bonus) es meritirà, si escau, un cop aprovat per la Direcció del contracte l'informe anual de compliment dels KPIs, i es facturarà mitjançant una factura específica.

Totes les factures s'emetràn amb la desagregació de la base imposable i l'IVA que correspongui, d'acord amb la normativa tributària vigent, i seran tramitades per la UPC conforme al procediment intern de gestió de la despesa.

En atenció a tot el que s'ha exposat anteriorment, s'efectua la següent PROPOSTA DE CONTRACTACIÓ:

La Càtedra Gaudí proposa que doneu les ordres oportunes perquè es tramiti, d'acord amb el contingut d'aquesta proposta, l'expedient per a la contractació del Servei integral de captació i activació de mecenatge de l'Any Gaudí 2026 de la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC), per un pressupost base de la part fixa de 16.000,00 euros, més 3.360,00 euros (21 % d'IVA), per un import total de 19.360,00 euros i a càrrec de:

ANUALITAT	IMPORT	PARTIDA PRESSUPOSTÀRIA	CENTRE GESTOR
2026	19.360,00	G/22760/CTT	183159

SC

Original signat per:

GALDRIC SANTANA ROMA
Signat en: 02-06-2026 09:11:26
GMT+2



Contractació finançada amb fons europeus: No

El responsable del contracte

Galdric Santana Roma,
Director de la Càtedra Gaudí

Barcelona, a la data de la signatura electrònica

Universitat Politècnica de Catalunya
Podeu verificar la integritat d'aquest document a: <https://seuelectronica.upc.edu/verifica-integritat-del-document>
Codi Segur de Verificació: wNlNrlMZDyvcyQJUbRz

SC

Original signat per:

GALDRIC SANTANA ROMA
Signat en: 02-06-2026 09:11:26
GMT+2

