

UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNiques

CONTRACTE RELATIU AL

**SERVEI DE CONTRACTACIÓ D'AGÈNCIES DE COMUNICACIÓ PER A PLANS I
CAMPANYES DE COMUNICACIÓ EXTERNA I DE MARCA, SERVEIS
ESPECIALITZATS EN COMUNICACIÓ INTERNA I CULTURA ORGANITZATIVA,
PRODUCCIÓ DE PRODUCTES CORPORATIUS, ASSESSORIES DE
COMUNICACIÓ I WORKSHOPS DE COMUNICACIÓ PER A LA UOC**

EXPEDIENT HSE00009/2026

ÍNDEX

1. Introducció
2. Objecte i finalitat del contracte
3. Abast i descripció del servei
 - 3.1. Lot 1. Plans i campanyes de comunicació externa i de marca
 - 3.1.1. Fase de preparació
 - 3.1.2. Fase d'execució i seguiment
 - 3.1.3. Fase de tancament
 - 3.2. Lot 2. **Serveis especialitzats en comunicació interna i cultura organitzativa**
 - 3.2.1. Fase de preparació
 - 3.2.2. Fase d'execució i seguiment
 - 3.2.3. Fase de tancament
 - 3.3. Lot 3. Producció de productes corporatius
 - 3.3.1. Fase de preparació
 - 3.3.2. Fase d'execució i seguiment
 - 3.3.3. Fase de tancament
 - 3.4. Lot 4. Assessoria de comunicació
 - 3.4.1. Fase de preparació
 - 3.4.2. Fase d'execució i seguiment
 - 3.4.3. Fase de tancament
 - 3.5. Lot 5. *Workshops*
 - 3.5.1. Fase de preparació
 - 3.5.2. Fase d'execució i seguiment
 - 3.5.3. Fase de tancament
4. Condicions del servei
 - 4.1. Model de relació
 - 4.1.1. Comitè de direcció
 - 4.1.2. Equip de treball i perfils professionals
 - 4.1.2.1. Lot 1
 - 4.1.2.2. Lot 2
 - 4.1.2.3. Lot 3
 - 4.1.2.4. Lot 4
 - 4.1.2.5. Lot 5
 - 4.2. Execució del servei
 - 4.2.1. Requisits d'execució del servei
 - 4.2.2. Gestió de documents o lliurables
 - 4.2.2.1. Lot 1
 - 4.2.2.2. Lot 2
 - 4.2.2.3. Lot 3
 - 4.2.2.4. Lot 4
 - 4.2.2.5. Lot 5

- 4.2.3. Confidencialitat i protecció de dades
 - 4.2.4. Acords de Nivell de Servei (ANS)
 - 4.2.5. Sistema de penalitzacions
- 5. Auditories
- 6. Volums
- 7. Altres condicions
 - 7.1. Horari del servei
 - 7.2. Mitjans tècnics requerits
 - 7.3. Ubicació del servei
 - 7.4. Desplaçaments

1. INTRODUCCIÓ

La Universitat Oberta de Catalunya (d'ara endavant, "la UOC"), va néixer el 1995 com la primera universitat en línia del món amb la voluntat d'utilitzar la tecnologia per a obrir l'accés a l'ensenyament universitari de qualitat a totes les persones, amb el mèrit com a únic criteri. És una universitat innovadora, arrelada a Catalunya i oberta al món, i té més de 97.500 estudiants, 133.000 graduats i graduades.

La UOC té el propòsit d'impulsar l'accés a una educació superior de qualitat que permeti a les persones transformar la seva vida i la del seu entorn. Aquest propòsit és el punt de partida de tot el que és i fa la Universitat.

Gràcies a un model 100% en línia, flexible, rigorós i centrat en l'estudiant, la UOC ha transformat la formació superior en una educació més accessible, inclusiva i adaptada a cada moment de la vida.

Amb més de 97.000 estudiants i una comunitat formada per persones de més de 150 països, la UOC ofereix una formació orientada als reptes del present i del futur i disposa d'una oferta acadèmica àmplia (des de graus i màsters universitaris fins a programes de formació contínua i microcredencials).

La UOC és una universitat amb vocació de transformar la societat. A través de la recerca, els projectes amb impacte social, les aliances, l'emprenedoria i la transferència de coneixement, la institució es compromet amb el seu entorn i amb els grans desafiaments locals i globals. El seu model combina qualitat acadèmica, innovació pedagògica i acompanyament a les persones durant tota la vida.

Més informació sobre la institució:

- ❖ Web corporativa: www.uoc.edu
- ❖ Sobre la Universitat: <https://www.uoc.edu/ca/universitat>

2. OBJECTE I FINALITAT DEL CONTRACTE

Fruit del creixement sostingut de la UOC en els darrers anys i per donar resposta a l'augment de les necessitats de comunicació corporativa, tant interna com externa, cal disposar d'una agència o d'agències de comunicació corporativa que ajudin a projectar i posicionar la UOC com a universitat singular i referent a Catalunya, Espanya, Llatinoamèrica i Europa, amb l'objectiu de connectar amb els seus públics mitjançant campanyes de comunicació, la conceptualització i el disseny d'estratègies de comunicació de fets i esdeveniments, i l'elaboració de les propostes creatives que les acompanyin.

La UOC disposa d'un equip intern de comunicació; no obstant això, a causa del creixement de la demanda i l'alta especialització tècnica requerida per al posicionament estratègic i la consolidació de la marca institucional, els mitjans humans actuals són insuficients per a assumir la totalitat de les tasques de conceptualització i producció creativa. Per això, d'acord amb l'art. 28 de la LCSP, es justifica la contractació externa per manca de mitjans propis suficients per a aquestes finalitats específiques. La contractació externa d'aquests serveis respon a criteris d'eficiència i economia, evitant el sobredimensionament de l'estructura de personal de la Universitat i permetent l'accés a eines tecnològiques i perfils creatius d'alt nivell de manera flexible segons les necessitats de cada campanya.

Per fer-ho, els contractistes partiran d'una anàlisi prèvia elaborada internament i, a partir d'aquesta, hauran de proposar estratègies, dissenyar solucions creatives, conceptualitzar i produir productes corporatius multiformat, desenvolupar plans de comunicació i executar accions de comunicació en canals i mitjans diversos.

L'objectiu d'aquest plec és regular les condicions tècniques que han de regir la contractació per a la prestació dels serveis corresponents a les necessitats següents, agrupades en cinc lots segons el tipus de servei i l'experiència sol·licitats:

- **Lot 1: Plans i campanyes de comunicació externa i de marca**

Conceptualitzar, dissenyar, executar i fer el seguiment i el tancament de plans i campanyes de comunicació externa i de marca

- **Lot 2: Serveis especialitzats en comunicació interna i cultura organitzativa**

Projectes i campanyes de comunicació interna amb visió estratègica, enfocats especialment a acompanyar la gestió del canvi organitzatiu, potenciar el compromís (*engagement*) i l'experiència de les persones treballadores, i consolidar una cultura organitzativa compartida i alineada amb el propòsit institucional.

- **Lot 3: Producció de productes corporatius.**

Conceptualitzar i produir productes corporatius multiformat. Adaptar el relat corporatiu per a públics, contextos i canals.

- **Lot 4: Assessoria estratègica de comunicació.**

Assessoria estratègica per al posicionament institucional, els assumptes públics i la gestió de la reputació corporativa de la UOC. Inclou la definició del relat, gestió de crisi, intel·ligència de dades i auditories de riscos i ESG.

- **Lot 5: Workshops de comunicació.**

Disseny i execució de tallers (workshops) sobre temes, eines o tendències específiques de comunicació per a les persones o equips de comunicació de la UOC.

3. **ABAST I DESCRIPCIÓ DEL SERVEI**

Descripció general dels serveis:

- La UOC realitza per mitjà de diferents àrees i equips de la institució (de Comunicació, d'Acompanyament i Orientació de l'Estudiantat, de Solucions Digitals per a l'Aprenentatge, d'Experiència de l'Estudiantat i del Docent, d'Aliances, Comunitat i Equitat, de Cultura, de Gestió i Impuls a la Recerca, etc.) diferents accions comunicatives per a projectar i posicionar la UOC.
- Per a cada encàrrec, la UOC definirà un responsable de projecte que serà l'encarregat de la coordinació del projecte i intervinirà com a interlocutor entre la UOC i el contractista i, per tant, serà qui haurà d'informar de les condicions i descripció base de les tasques que caldrà dur a terme. La UOC comunicarà al responsable de l'encàrrec quina serà la casuística i el format de les accions que formaran el conjunt de l'encàrrec, així com la relació estètica i formal amb anteriors o futures peces (si escau).
- El contractista haurà de desenvolupar l'encàrrec a partir del *briefing* presentat per la UOC. És important recordar que els productes s'hauran de lliurar seguint les indicacions del llibre d'estil de la UOC (i les guies que el conformen) i tenint molt present la narrativa de marca de la Universitat.
- L'àmbit d'aplicació del servei objecte d'aquest contracte és l'àmbit de comunicació corporativa de la UOC, per tant, queden fora d'aquest plec les campanyes de publicitat, les tasques exclusivament de disseny gràfic i la producció audiovisual com a prestacions autònomes i independents. Sí que podran incloure's, en canvi, peces gràfiques o audiovisuals accessòries i instrumentals integrades en un pla, campanya o projecte de comunicació comprès en algun dels lots.

El servei sol·licitat per la UOC a través d'aquest plec de prescripcions tècniques comprèn un conjunt d'activitats necessàries per a complir els objectius descrits en l'apartat anterior i garantir el correcte funcionament del servei durant el període de durada del contracte. A continuació, es detallen els requeriments tècnics de cadascun dels lots:

3.1. Lot 1: Plans i campanyes de comunicació externa i de marca

Conceptualitzar, dissenyar, executar i fer el seguiment i el tancament de plans i campanyes de comunicació externa i de marca per als equips de la UOC que ho requereixin. L'objectiu final és consolidar el posicionament de la institució, accelerar el seu reconeixement i assegurar una presència sòlida en el sector.

Aquest acompanyament comunicatiu està orientat a donar resposta a projectes concrets (com la commemoració d'efemèrides), equips, centres de recerca (ex. elearning Innovation Center), iniciatives acadèmiques o esdeveniments institucionals (com la lliçó inaugural).

L'agència haurà de conceptualitzar cada pla o campanya mitjançant l'elaboració d'un document estratègic que reculli la idea creativa, el full de ruta i les accions específiques. Aquest procés ha de partir sempre d'una visió 360° i omnicanal, on la creativitat i l'estratègia de canals permetin maximitzar l'impacte i diversificar els punts de contacte amb l'audiència.

Com a exemple, l'agència podrà encarregar-se del pla de comunicació per a la Fira Virtual d'Ocupació, la campanya de la lliçó inaugural o el desenvolupament d'una campanya de marca específica sobre la recerca a la UOC.

A més de la conceptualització i l'estratègia, l'agència haurà de dissenyar i executar diverses accions en funció de les audiències i els canals triats. Això inclou, entre d'altres, la creació de material gràfic per a entorns en línia i fora de línia, la producció de continguts audiovisuals o el desenvolupament d'iniciatives específiques (com, per exemple, cicles de seminaris web). Aquestes necessitats s'especificaran en cada encàrrec concret i dependran de les accions tàctiques que incorpori el pla o campanya de comunicació de cada projecte.

Finalment, l'agència serà responsable de realitzar el seguiment constant de les accions plantejades, garantint l'optimització dels resultats i elaborant, en finalitzar cada projecte, un breu informe amb conclusions i tancament final.

Les campanyes de comunicació a executar poden ser:

en l'àmbit estratègic

- de posicionament i notorietat: per a reforçar la percepció de la marca en la ment dels públics objectiu i augmentar la seva visibilitat.
- de rebranding: per a renovar la imatge de marca o adaptar-la a nous públics, entorns o tendències actuals.
- de co-branding: accions de col·laboració estratègica amb altres marques o institucions per a generar valor compartit i ampliar l'abast.
- de responsabilitat social corporativa: per a la promoció de valors, sostenibilitat i compromís social.
- d'informació, prevenció i comunitat: per a informar i dinamitzar accions de caràcter pedagògic.

en l'àmbit relacional

- amb enfocament B2B: per a enfortir el vincle amb la comunitat universitària i incrementar el seu sentiment de pertinença.
- amb enfocament B2C: per a connectar amb entorns corporatius o institucionals.
- relacions públiques: per a gestionar la reputació i la relació amb els mitjans i/o prescriptors

3.1.1. Fase de conceptualització

- La UOC facilitarà el *briefing* a l'agència perquè pugui arrencar amb l'encàrrec.
- *Kick off*: reunions de coordinació i de traspàs d'informació per a poder entendre el marc de l'encàrrec. Serà molt important programar una reunió inicial de *kick off* per a conceptualitzar i orientar el projecte i els objectius que es pretenen aconseguir.
- El proveïdor ha de dissenyar el pla de comunicació/campanya a partir de la demanda concreta, perquè aquesta resolgui les necessitats comunicatives del projecte.
- Definició conjunta del calendari de treball específic per al projecte, així com de la metodologia de treball a seguir.

3.1.2. Fase de disseny i execució

-
- Executar el pla/campanya específic: redacció, disseny, creació de continguts en línia i fora de línia, etc.
- Revisió dels projectes a partir de les validacions (parcials o finals) que es vagin desenvolupant.
-

3.1.3. Fase de seguiment i tancament del projecte

- Seguiment comunicatiu del projecte, incloent les mètriques d'avaluació de l'impacte assolit.
- Finalització de totes les tasques especificades en el pla o campanya definit en la fase de preparació.
- Realització d'informe amb conclusions (si escau, incloure mètriques).

3.2. Lot 2: Serveis especialitzats en comunicació interna i cultura organitzativa

L'objecte d'aquest lot és la prestació de serveis especialitzats en comunicació interna i cultura per a acompanyar estratègicament la transformació organitzativa de la UOC, posant en el centre l'experiència de les persones treballadores i potenciant la Universitat com a marca ocupadora (employer branding).

L'agència adjudicatària durà a terme aquest acompanyament estratègic mitjançant les següents accions:

- **Acompanyament estratègic:** Suport en el desplegament del pla d'accions de comunicació interna i cultura de la institució.
- **Gestió de campanyes:** Conceptualització, execució i mesurament de l'impacte assolit en campanyes internes dissenyades per a mobilitzar les persones i desenvolupar el seu compromís.
- **Gestió del canvi (change management):** Desplegament de plans i accions específiques de comunicació per a acompanyar la transformació organitzativa i el desplegament de projectes clau.
- **Dinamització i experiència: Creació d'accions enfocades a potenciar la Universitat com a marca ocupadora, millorar l'experiència de les persones treballadores i comprometre i mobilitzar líders, professionals i altres grups d'interès.**

Tots els projectes i campanyes desenvolupades dins d'aquest lot hauran d'estar orientats a donar resposta als quatre grans objectius de la UOC en comunicació interna:

- **Alineament:** Impulsar una comunicació interna estratègica, coherent i alineada amb el propòsit institucional.

- **Participació:** Fomentar la participació i la col·laboració per a construir una cultura compartida.
- **Segmentació:** Desenvolupar una comunicació segmentada i efectiva per als diversos col·lectius interns.
- **Vincle:** Reforçar el vincle emocional, el benestar i el sentiment de pertinença a la institució.

Conceptualitzar, dissenyar, executar i fer el seguiment i el tancament (si escau) de projectes o plans de comunicació interna i de cultura organitzativa dirigits a l'equip propi de la UOC. Entenem per conceptualització d'un pla o campanya o projecte, un document que reculli les estratègies i accions que se seguiran per dur a terme adequadament una acció, canvi o projecte concret a la comunitat de persones treballadores de la institució. L'agència haurà de conceptualitzar aquest pla o campanya o projecte, i també executar-lo segons les previsions i fer el seguiment (i conclusions i tancament final). Els projectes tindran caràcter intern, dirigint-se fonamentalment a l'equip propi (personal de gestió, professorat docent i investigador, personal investigador a temps complet...), i es podran resoldre amb l'elaboració de productes o la realització d'accions diverses en funció del missatge i el canal intern (Intranet, *newsletters*, esdeveniments d'equip, etc.). Per exemple: es pot requerir la creació de material gràfic, càpsules audiovisuals, guies didàctiques o dinàmiques participatives com un dels punts del pla de comunicació definit. Aquestes qüestions s'especificaran per a cada encàrrec concret.

3.2.1. Fase de preparació

- La UOC facilitarà el *briefing* al proveïdor perquè pugui arrencar amb l'encàrrec.
- *Kick off*: reunions de coordinació i de traspàs d'informació per a poder entendre el marc de l'encàrrec. Serà molt important programar una reunió inicial de *kick off* per a conceptualitzar i orientar el projecte i els objectius que es pretenen aconseguir.
- El proveïdor ha de dissenyar el projecte o el pla de comunicació/campanya a partir de la demanda concreta, perquè aquesta resolgui les necessitats comunicatives del projecte.
- Definició conjunta del calendari de treball específic per al projecte, així com de la metodologia de treball a seguir.

3.2.2. Fase d'execució

- Conceptualització, assessorament i acompanyament integral a projectes, iniciatives o esdeveniments institucionals.
- Executar el pla/campanya específic: redacció, disseny, creació de continguts en digital o en format físic, etc.
- Revisió dels projectes a partir de les validacions (parcials o finals) que es vagin desenvolupant.
- Fer el seguiment comunicatiu del projecte, incloent les mètriques d'avaluació de l'impacte assolit.

3.2.3. Fase de tancament

- Finalització de totes les tasques especificades en el pla o campanya definit en la fase de preparació.
- Informe de mètriques del projecte, la campanya o pla (si escau).

3.3. Lot 3: Producció de productes corporatius

Conceptualització i creació de productes corporatius en diversos formats (físic, digital o web) seguint les directrius i indicacions de l'equip de comunicació de la UOC responsable de l'encàrrec. En cap cas aquesta producció inclourà les tasques d'impressió del producte, ja licitades.

Quan parlem de productes corporatius, fem referència a material que ens serveixi per a explicar la Universitat, que pot prendre diverses formes en funció de la necessitat concreta que sigui necessari resoldre. Entenem per producte corporatiu des de la creació d'un dossier de premsa per a explicar la Universitat fins a material per a presentacions institucionals, un quadríptic o una web específica, o un document de text que ens ajudi a adaptar el relat de la institució en algun àmbit concret (per exemple, sobre la recerca a la UOC). Aquest lot inclou des de la conceptualització fins a l'execució del producte (sense la impressió, que, si fos necessària, es vehicularia per una altra de les contractacions licitades a la UOC), per tant, aquesta tasca pot requerir diversos rols segons el format que adopti el projecte, que serà el que es consideri més adequat per a respondre a les necessitats de l'encàrrec.

3.3.1. Fase de preparació

- Enviar el *briefing* al proveïdor perquè pugui treballar l'estratègia i concepció del producte corporatiu: definir, organitzar, estructurar i coordinar el projecte.
- *Kick off*: reunions de coordinació i de traspàs d'informació per a poder entendre el marc de l'encàrrec. Serà molt important programar una reunió inicial de *kick off* per a conceptualitzar i orientar el projecte.
- Calendarització de l'encàrrec.

3.3.2. Fase d'execució

- Guionització i redacció de continguts: definir el fil argumental i crear continguts que s'adaptin als objectius comunicatius del producte.
- Concepte i direcció d'art: traslladar el concepte a transmetre gràficament seguint sempre el paraigua de la identitat de la marca UOC.
- Execució del disseny gràfic i/o interactivitat, depenent de les necessitats de cada producte corporatiu.
- Seguiment periòdic de cadascuna de les fases d'execució.
- En aquesta fase també es realitzaran les validacions i revisions corresponents.

3.3.3. Fase de tancament

- Crear les versions necessàries del producte per idiomes (la UOC sovint treballa en català, castellà i anglès. Les traduccions són a càrrec del propi Servei Lingüístic de la Universitat, però el proveïdor haurà de lliurar el producte en els idiomes que corresponguin)
- Lliurar els arts finals en els formats pactats i en el calendari marcat.
- Lliurar els documents de treball del producte.

3.4. Lot 4: Assessoria estratègica de comunicació

Assessoria estratègica integral per al posicionament institucional, els assumptes públics (public affairs) i la gestió de la reputació corporativa de la UOC. Inclou l'acompanyament i la consultoria per a la definició i l'activació del relat institucional i les seves narratives, la gestió de crisis comunicatives i litigis, i el desplegament de noves estratègies davant grups d'interès clau. També inclou l'elaboració d'auditories de percepció, el mesurament i la quantificació de riscos reputacionals, la integració de criteris ESG, informes de tendències (benchmarking mitjançant social listening i intel·ligència de dades), diagnòstics i plans d'acció que consolidin el lideratge de la Universitat en el sector educatiu.

3.4.1. Fase de preparació

- Reunions de treball per a traslladar a l'empresa l'encàrrec del projecte. Serà molt important programar una reunió inicial de *kick off* per a conceptualitzar i orientar el projecte.
- La UOC farà arribar a l'empresa les fonts d'informació adequades per a gestionar el projecte.
- Calendarització.

3.4.2. Fase d'execució

- Seguiment durant el temps establert.
- Realització de les reunions de treball necessàries per a dur a terme l'assessoria, en el format que es pacti entre la UOC i l'empresa responsable de l'assessoria.
- Execució de l'assessoria, i presentació davant l'equip corresponent.

3.4.3. Fase de tancament

- Lliurament de l'informe o projecte final (segons el que s'hagi definit en la fase de preparació) amb els resultats de l'assessoria.

3.5. Lot 5: Workshops de comunicació

L'objecte d'aquesta contractació és l'acompanyament als diversos equips de la UOC per oferir tallers i formacions específiques en àmbits concrets de comunicació. Poden ser tallers (workshops) relacionats amb la projecció, la comunicació i la representativitat tant dels agents interns (la comunitat UOC) com dels externs (mitjans de comunicació, institucions, ciutadania, xarxa universitària, etc.). Per exemple, es pot requerir la formació dels portaveus de l'organització per atendre mitjans de comunicació. Aquests tallers serviran per adquirir habilitats o ampliar coneixements en algun àmbit concret de la comunicació.

3.5.1. Fase de preparació

- Definició de les necessitats i dels continguts: serà molt important programar una reunió inicial de *kick off* per a conceptualitzar i orientar el projecte.
- Creació dels continguts específics per a cada *workshop*.
- Proposta de dinàmica i selecció del conductor de la sessió, en el cas que sigui extern.

3.5.2. Fase d'execució

- Calendarització de les formacions
- Execució de les formacions corresponents sempre que es doni el cas. L'agència ha d'aportar els mitjans perquè es puguin dur a terme les formacions corresponents, mitjans que s'especificaran concretament en l'encàrrec (a títol d'exemple poden ser presentacions, enllaços a convocatòries per videotrucada, documentació prèvia per a treballar, entre altres...).
- El taller (workshop) pot ser en línia (no presencial) o presencial, qüestió que es determinarà en l'encàrrec.

Pot passar que en algun cas concret, el *workshop* ho executi algun membre intern de l'organització, amb el suport de l'empresa licitada.

3.5.3. Fase de tancament

- Valoració dels tallers (workshops).
- Lliurament dels materials compartits durant les sessions, així com un informe amb les conclusions o resum de la dinàmica.

4. CONDICIONS DEL SERVEI PER A AQUESTS LOTS

4.1. Model de relació

El model de relació defineix les funcions i responsabilitats de l'empresa adjudicatària i la UOC en un marc d'actuació comuna, per a assegurar el compliment de les obligacions de cadascuna de les parts. És un marc de relació que permet acordar el contingut i nivell de la prestació dels serveis, així com el seguiment de la prestació real en els aspectes estratègics, contractuals, tàctics i operatius.

La supervisió dels treballs, així com les funcions de Direcció General de les accions que ha de dur a terme l'empresa adjudicatària, corresponen als responsables de l'Àrea de Comunicació / equip d'Imatge Corporativa i Reputació de la UOC, i, si aquests ho consideren convenient, podran establir determinades normes de procediment. Les normes de procediment poden preveure els aspectes següents:

- Reunions de treball amb l'empresa adjudicatària.
- Informes sobre com s'està duent a terme el servei.
- Aspectes de caràcter auxiliar no previstos expressament en els documents contractuals i que siguin convenients de regular.

Els responsables de l'Àrea de Comunicació / equip d'Imatge Corporativa i Reputació de la UOC exerciran les següents funcions:

- Vetllar per la correcta realització del servei
- Garantir que la informació aportada per l'empresa adjudicatària sigui fiable.
- Determinar i fer complir el protocol establert per a la realització del servei contractat.
- Fixar el calendari i la metodologia de reunions amb el contractista.
- Aquells aspectes de caràcter auxiliar no previstos expressament en els documents contractuals que convingués regular.

Per part de la UOC, es designarà una persona responsable del servei com a única interlocutora amb l'empresa adjudicatària.

Per part de l'empresa adjudicatària, es designarà una persona responsable del servei com a única interlocutora amb la UOC, amb la funció de canalitzar les comunicacions, instruccions, consultes i modificacions que es produeixin en l'execució del contracte, així com dur a terme les activitats necessàries, en l'àmbit dels serveis, per prestar-los correctament.

La persona responsable del contracte de la UOC col·laborarà estretament amb la persona responsable del contracte de l'empresa adjudicatària, que, com a interlocutora única, proporcionarà tota la informació necessària per conèixer amb prou detall l'evolució del servei en curs.

4.1.1. Comitè de Direcció

Sense perjudici de les funcions atribuïdes al responsable del Contracte, la supervisió dels treballs, així com les funcions de Direcció General de les accions que ha de dur a terme l'empresa adjudicatària, corresponen a les persones responsables de l'Àrea de Comunicació / equip d'Imatge Corporativa i Reputació de la UOC, o els equips que es designin específicament per a cada projecte, i, si aquests ho consideren convenient, podran establir determinades normes de procediment.

La coordinació de les tasques es durà a terme via telefònica, via telemàtica o mitjançant reunions de seguiment per a presentar de manera presencial les tasques realitzades. L'Àrea de Comunicació / equip d'Imatge Corporativa i Reputació de la UOC podrà designar altres equips de la UOC per a fer les tasques de seguiment i coordinació de cada projecte.

El contractista treballarà per projectes. El projecte es plantejarà per objectius i hi haurà terminis de lliurament de les diverses tasques a les quals el contractista haurà de donar compliment. L'Àrea de Comunicació / equip d'Imatge Corporativa i Reputació de la UOC establirà el sistema de supervisió dels projectes que consideri adequat en cada fase. Els terminis de lliurament de cada encàrrec quedaran establerts en cada calendarització inicial.

4.1.2. Equip de treball: perfils professionals

Per a la gestió de **qualsevol dels cinc lots** es requereix un perfil sènior de **responsable o coordinador de projectes**, amb una experiència mínima de cinc (5) anys en l'àmbit corresponent al lot en qüestió. Serà l'interlocutor únic tot i que pot haver-hi la necessitat puntual de parlar directament amb alguna altra persona de l'equip. Com a responsable del projecte ha de coordinar l'execució dels treballs i realitzar la planificació d'aquests, així com supervisar i controlar la qualitat de les activitats desenvolupades pel seu equip.

En el cas que aquest responsable de comptes/projectes no es trobi en disposició d'encarregar-se de les tasques descrites en el present Plec de Prescripcions Tècniques per motius de qualsevol índole (vacances, baixa per malaltia, etc.), un altre gestor de comptes amb les mateixes característiques tècniques i els mateixos coneixements sobre el compte de la UOC serà el responsable de gestionar les funcions relatives a la seva tasca assignada, prèvia validació de la UOC amb acreditació de l'experiència mínima exigida a aquest perfil.

Per a la prestació del servei el licitador es compromet a assignar persones amb una solvència que

permeti dur a terme les tasques definides en el punt 3 d'aquest Plec de Prescripcions Tècniques. L'empresa adjudicatària ha de disposar d'un equip de professionals prou extens per a poder donar solució i cobertura a la UOC en funció de les seves necessitats que, en tot cas, haurà de complir amb les exigències mínimes descrites en els plecs. Per tant, serà responsabilitat de l'empresa adjudicatària disposar dels recursos necessaris per a la realització del servei complint amb el nivell de servei establert.

A més, per a cada lot es requerirà un equip tècnic. Els professionals que en formin part hauran de disposar d'una experiència de, com a mínim, dos (2) anys en els últims tres (3) anys desenvolupant projectes similars a l'objecte contractual del lot en qüestió.

En el cas que qualsevol dels perfils que conformen l'equip tècnic de cadascun dels lots no es trobin en disposició d'encarregar-se de les tasques descrites en el present Plec de Prescripcions Tècniques per motius de qualsevol índole (vacances, baixa per malaltia, substitució, etc.), aquests perfils podran substituir-se per altres persones amb les mateixes característiques tècniques, coneixements i experiència requerits a cada lot, prèvia autorització de la UOC i amb l'acreditació relativa a l'experiència mínima exigida a cada lot.

D'altra banda, per a cada lot, en el cas que el Contractista hagués aportat evidències (veure apartat I del PCP) per a obtenir puntuació en els criteris automàtics diferents del preu fixats en el Sobre 3, qualsevol canvi o substitució d'aquests perfils tècnics s'haurà de fer prèvia autorització de la UOC i amb l'obligació de mantenir uns perfils adscrits a l'execució del Contracte que permetin el manteniment de les condicions ofertes a la licitació quant als criteris automàtics diferents del preu. L'autorització que la UOC farà al canvi o substitució dels perfils tècnics es farà prèvia acreditació de l'experiència d'aquests perfils per a poder comprovar el manteniment de les condicions ofertes a la licitació quant als criteris automàtics diferents del preu.

Adicionalment als requisits d'experiència sol·licitats, tant el perfil de Responsable o coordinador del projecte com el d'Editor/a de continguts especialista en narratives (o redactor/a copywriter) hauran d'acreditar disposar del nivell C de català (o certificació equivalent). Atès que els projectes i l'operativa diària s'executaran de forma vehicular en aquesta llengua, és imprescindible acreditar el seu domini per a assegurar la qualitat dels lliurables i de la interlocució

Equip tècnic:

LOT 1 - Plans i campanyes de comunicació externa i de marca

- Digital *media strategist*
- Copywriter o redactor de continguts on/off
- Dissenyador/a
- Editor/a de vídeo
- Director/a d'art
-

Per a aquest lot, es requerirà que algun dels perfils detallats -mínim un (1) perfil- tingui experiència en:

- Haver realitzat o participat en la realització de, com a mínim, cinc (5) plans de comunicació externa per a grans empreses i/o institucions de més de 1.500 treballadors/es.
- Haver realitzat o participat en la realització de, com a mínim cinc (5) projectes de definició de relat institucional i creació de narratives estratègiques de comunicació.

LOT 2 - Serveis especialitzats en comunicació interna i cultura organitzativa

- Especialista en transformació cultural i gestió del canvi organitzatiu
- Especialista en mobilització i *engagement*
- Consultor de comunicació
- Dissenyador/a
- Director/a d'art
- Editor de vídeo

Per a aquest lot, es requerirà que algun dels perfils detallats (mínim un (1) perfil) tingui experiència en:

- Haver realitzat o participat en la realització de, com a mínim, dues (2) plans de comunicació interna o projectes de cultura corporativa per a grans empreses i/o institucions de més de 1.500 treballadors/es.
- Haver realitzat o participat en l'execució d'1 o més projectes de gestió del canvi (*change management*), transformació interna o acompanyament en la implantació de nous valors corporatius.

LOT 3 - Producció de productes corporatius

- Director/a d'art
- Dissenyador/a
- Maquetador/a
- Editor de continguts especialista en narratives
- Programador/a

Per a aquest lot, es requerirà que algun dels perfils detallats (mínim un (1) perfil):

- hagi rebut, com a mínim, dos (2) premis i/o reconeixements per la conceptualització, disseny o desenvolupament de productes corporatius,

- tingui experiència d'haver realitzat o participat, com a mínim, en un (1) projecte de conceptualització de productes corporatius multiformat.

LOT 4 - Assessoria

- Assessor/a sènior especialista en reputació corporativa i/o assumptes públics (Public Affairs).
- Assessor/a especialista en gestió de crisi reputacionals i criteris ESG.
- Assessor/a o Analista especialista en intel·ligència de dades (Data Intelligence) i auditories.

Per a aquest lot, es requerirà que algun dels perfils detallats (mínim un (1) perfil):

- tingui experiència en l'assessorament o acompanyament de dos (2) projectes estratègics vinculats al posicionament institucional, els assumptes públics (*Public Affairs*) o la gestió de la reputació corporativa en institucions dins de l'àmbit educatiu.

LOT 5 - Workshops

- Formador/a especialista en l'àmbit de la comunicació.

Per a aquest lot, es requerirà que algun dels perfils detallats (mínim un (1) perfil):

- tingui experiència d'haver realitzat, com a mínim, tres (3) Workshops sobre comunicació per a membres d'equips directius (formació de portaveu, habilitats comunicatives, gestió de crisi, etc.).
- tingui experiència d'haver realitzat, com a mínim, tres (3) Workshops per a àrees/equips de comunicació (per a conèixer noves eines o formats, simulacions de comunicació de crisi, etc.).
- tingui experiència d'haver realitzat com a mínim, tres (3) Workshops per a àrees/equips de comunicació sobre l'afectació de la IA en àmbits comunicatius.

4.2. Execució del servei

4.2.1. Condicions específiques per a executar el servei

- Se celebraran trobades presencials i/o virtuals síncrones amb la plataforma que determini la UOC entre els tècnics i responsables de la UOC i els de l'empresa adjudicatària, siguin periòdiques o discrecionals. És molt probable que a l'inici del període de prestació del servei hagin de celebrar-se reunions presencials i/o virtuals síncrones amb més freqüència. És lògic preveure que les primeres tasques requereixin un esforç especial.
- Si escau, s'establiran reunions presencials a les instal·lacions de la UOC. Els motius d'aquestes reunions poden ser de rendició de comptes, d'anàlisi i discussió, de preparació, etc.
- A més de les reunions en els centres de treball de la UOC i/o virtuals síncrones, hi haurà altres vies de comunicació per al treball ordinari: correu electrònic, telèfon o d'altres, sempre

en el context del treball d'oficina. L'empresa adjudicatària també ha d'estar disposada a rebre tècnics i responsables de la UOC en les seves instal·lacions, per a efectuar reunions presencials. La intenció és que la flexibilitat i les possibilitats siguin màximes, perquè la relació resulti fluida i eficaç.

- L'empresa adjudicatària s'obliga a complir les condicions següents:
 - El contractista té l'obligació de posar els mitjans necessaris (tecnologia, programari, recursos humans...) amb la finalitat d'obtenir la millor gestió i optimització del servei.
 - Complir amb els terminis establerts per a cada projecte.
 - Seguir i complir amb les indicacions del llibre d'estil UOC per a poder assegurar la correcta aplicació de la imatge i marca de la UOC.

4.2.2. Gestió de documents o lliurables

Per a complir amb la correcta prestació del servei, l'empresa adjudicatària haurà de presentar, amb caràcter obligatori, els lliurables previstos en aquest document dins del termini establert i en els termes i condicions previstos que s'especificaran en el *briefing* inicial o s'acordaran en el *kick off* per a cadascun dels projectes.

La UOC establirà, si escau, en el *briefing* de cada encàrrec i en funció de cada projecte, com es gestionarà en cada cas l'ús de recursos de qualsevol tipus de titularitat de tercers que l'adjudicatària hagi d'incorporar als lliurables finals que ha de lliurar a la UOC per a la correcta execució de les tasques previstes en els diferents lots del contracte.

- Banc d'imatges UOC

La UOC, si escau, facilitarà accés a l'adjudicatària als recursos del Banc d'imatges que aquesta gestiona que siguin necessaris perquè els incorpori als lliurables de les peces finals. Els recursos seran seleccionats per part de l'adjudicatària que notificarà a la UOC quins recursos del Banc d'imatges vol usar en les peces finals. En aquest cas, la UOC serà la responsable de disposar dels corresponents drets d'ús dels recursos seleccionats del Banc d'imatges per fer possible la incorporació esmentada i l'ús en la peça final amb l'abast requerit per la UOC i previst en el Plec de Clàusules Particulars.

- Compra de recursos

En el cas que el contractista necessiti recursos que no es trobin en el Banc d'imatges gestionat per la UOC o qualsevol altre tipus de recursos de titularitat de tercers, l'adjudicatària buscarà i proposarà l'ús d'imatges, fotografies o altres recursos, ja siguin audiovisuals o recursos de qualsevol altra tipologia, per a la seva incorporació a la versió final dels lliurables que s'han de lliurar, mitjançant la compra d'aquests a empreses especialitzades o la realització de sessions de fotografia específiques. Aquesta compra haurà de ser validada per la UOC que fixarà un pressupost màxim de compra d'acord amb el que es disposa en el Plec de Clàusules Particulars.

En aquest supòsit, amb la validació prèvia de la UOC l'adjudicatària es compromet a gestionar i obtenir, en nom i per compte de la UOC, les autoritzacions, llicències d'ús o cessió de drets de propietat intel·lectual o industrial que siguin necessàries per a l'ús dels recursos de qualsevol tipus de titularitat de tercers i, en el cas de les fotografies fetes en la sessió fotogràfica o recursos audiovisuals que incorporin la imatge i veu de persones físiques identificades o identificables, la gestió dels drets d'imatge (consentiment informat i exprés) amb l'abast necessari perquè la UOC pugui fer un ús pacífic d'aquests recursos en els lliurables finals que s'han de lliurar a la UOC amb l'abast previst en

el Plec de Clàusules Particulars. L'adjudicatària facilitarà a la UOC la documentació acreditativa corresponent.

El cost d'aquest concepte serà el cost real del producte segons el preu del mercat, segons es defineix en l'apartat corresponent del Plec de Clàusules Particulars. El procediment que se seguirà per a la compra d'aquests altres recursos és també el que es defineix en el Plec de Clàusules Particulars.

4.2.2.1. Lot 1: Plans i campanyes de comunicació.

Els treballs seran presentats en suport informàtic preparat per a ser imprès i en format paper (si és necessari). També es presentaran els originals en formats pactats per a cada cas.

Serà necessari lliurar:

- Informe amb el pla de comunicació / campanya detallat.
- Calendarització del projecte.
- Informe de conclusions i mètriques del pla o campanya.
- També es presentaran els originals en els formats pactats.

Així mateix, la UOC revisarà els lliurables i, si escau, requerirà al contractista les esmenes o correccions necessàries perquè la qualitat dels materials sigui l'òptima. L'acceptació dels materials estarà supeditada al compliment estricte del Llibre d'Estil de la UOC i a la validació tècnica del responsable del contracte.

Quant als terminis de lliurament, s'identificaran amb més concreció a l'inici de cada projecte. Si no s'indica el contrari, una vegada sol·licitada la reunió de *kick off* de projecte, no es poden sobrepassar els 15 dies naturals per programar la primera reunió (segons s'indica en el 3.1.1 de la fase de preparació PPT). Tampoc es poden sobrepassar els 15 dies naturals des de la petició feta per la UOC o des de la primera reunió, per a tenir un primer desenvolupament de la tasca encarregada (lliurables especificats en aquest apartat). És important realitzar reunions periòdiques de seguiment del projecte, segons el que s'indiqui a l'inici del projecte. Les esmenes o correccions hauran d'efectuar-se en un termini màxim de 48 hores (2 dies laborables) des de la petició enviada per correu electrònic per l'equip corresponent.

Les traduccions (si escau) dels documents finals, es presentaran en un termini de 10 dies laborables a partir de l'encàrrec (els textos els traduirà el Servei Lingüístic de la UOC, la tasca que caldrà fer és l'adaptació gràfica corresponent).

4.2.2.2. Lot 2: Serveis especialitzats en comunicació interna i cultura organitzativa

Els treballs seran presentats en suport informàtic preparat per a ser imprès i en format paper (si és necessari). També es presentaran els originals en formats pactats per a cada cas.

Serà necessari lliurar:

- Informe amb el pla de comunicació / campanya detallat.
- Calendarització del projecte.
- Informe de conclusions i mètriques del pla o campanya.
- També es presentaran els originals en els formats adequats.

Així mateix, la UOC revisarà els lliurables i, si escau, requerirà al contractista les esmenes o

correccions necessàries perquè la qualitat dels materials sigui l'òptima.

Quant als terminis de lliurament, s'identificaran amb més concreció a l'inici de cada projecte. Si no s'indica el contrari, una vegada sol·licitada la reunió de *kick off* de projecte, no es poden sobrepassar els 15 dies naturals per programar la primera reunió (segons s'indica en el 3.1.1 de la fase de preparació PPT). Tampoc es poden sobrepassar els 15 dies naturals des de la petició feta per la UOC o des de la primera reunió, per a tenir un primer desenvolupament de la tasca encarregada (lliurables especificats en aquest apartat). És important realitzar reunions periòdiques de seguiment del projecte, segons el que s'indiqui a l'inici del projecte. Les esmenes o correccions hauran d'efectuar-se en un termini màxim de 48 hores (2 dies laborables) des de la petició enviada per correu electrònic per l'equip corresponent.

Les traduccions (si escau) dels documents finals, es presentaran en un termini de 10 dies laborables a partir de l'encàrrec (els textos els traduirà el Servei Lingüístic de la UOC, la tasca que caldrà fer és l'adaptació gràfica corresponent).

4.2.2.3. Lot 3: Producció de productes corporatius.

Els treballs seran presentats en suport informàtic preparat per a ser imprès i en format paper (si és necessari). També es presentaran els originals en els formats més adequats per a cada cas, per exemple:

- PSD en capes.
- Indesign.
- Adobe Illustrator (paquet Adobe).
- PDF editable i optimitzat per a impressió.
- HTML

o equivalents

L'Àrea de Comunicació o l'equip designat per a la gestió del contracte pot determinar altres formats de lliurament segons les necessitats del projecte. A partir dels originals, la UOC podrà realitzar adaptacions i actualitzar el contingut sense necessitat de sol·licitar aquest servei a l'empresa adjudicatària.

Així mateix, la UOC revisarà els lliurables i, si escau, requerirà al contractista les esmenes o correccions necessàries perquè la qualitat dels materials sigui l'òptima, dins dels terminis que s'estableixin per a cadascun dels projectes.

Quant als terminis de lliurament i de resposta, s'identificaran amb més concreció a l'inici de cada projecte. Si no s'indica el contrari, una vegada sol·licitada la reunió de *kick off* de projecte (segons s'indica en el 3.2.1 de la fase de preparació PPT), no es poden sobrepassar els 15 dies naturals per programar la primera reunió. Tampoc es poden sobrepassar els 15 dies naturals des de la petició feta per la UOC o des de la primera reunió, per a tenir un primer esbós (proposta textual i/o gràfica) del producte corporatiu. És important realitzar reunions periòdiques de seguiment del projecte, segons el que s'indiqui a l'inici del projecte. Les esmenes o correccions hauran d'efectuar-se en un termini màxim de 48 hores (2 dies laborables) des de la petició enviada per correu electrònic per l'equip corresponent.

Les traduccions (si escau) del document, es presentaran en un termini de 10 dies laborables a partir de l'encàrrec (els textos els traduirà el Servei Lingüístic de la UOC, la tasca que caldrà fer és l'adaptació gràfica corresponent).

- **4.2.2.4. Lot 4: Assessoria estratègica de comunicació.**

Els treballs seran presentats en suport informàtic preparat per a ser imprès i en format paper (si és necessari). Es pactaran en cadascun dels encàrrecs realitzats, però seran, fonamentalment, informes o presentacions (de tendències, auditories i diagnòstics i *benchmarks*). Els terminis també s'estipularan a l'inici de cada projecte.

Quant als terminis de lliurament i de resposta, s'identificaran amb més concreció a l'inici de cada projecte. Si no s'indica el contrari, una vegada sol·licitada la reunió de *kick off* de projecte (segons s'indica en el 3.3.1 de la fase de preparació PPT), no es poden sobrepassar els 15 dies naturals per programar la primera reunió. Tampoc es poden sobrepassar els 15 dies naturals des de la petició feta per la UOC o des de la primera reunió, per a tenir un primer esbós (proposta textual i/o gràfica) de concreció del projecte.

- **4.2.2.5. Lot 5: *Workshops* de comunicació.**

Més enllà de l'execució dels tallers (*workshops*) (en format presencial o en línia), també es presentaran els materials treballats en els tallers (*workshops*) perquè puguin ser d'ús i consulta de l'Àrea pertinent, així com un informe amb les conclusions de la dinàmica.

Quant als terminis de lliurament i de resposta, s'identificaran amb més concreció a l'inici de cada projecte. Si no s'indica el contrari, una vegada sol·licitada la reunió de *kick off* de projecte (segons s'indica en el 3.4.1 de la fase de preparació del PPT), no es poden sobrepassar els 15 dies naturals per programar la primera reunió.

A la finalització / fase de tancament del projecte (segons indicació en el 3.4.3 del PPT), tindran un termini de 7 dies laborables per a poder presentar aquesta documentació a l'àrea o equip corresponent, tret que per a un projecte concret, l'equip de treball del contractista indiqui específicament uns terminis diferents, acordats prèviament amb la UOC.

4.2.3. Confidencialitat i protecció de dades

L'empresa adjudicatària complirà estrictament la normativa vigent a cada moment sobre protecció de dades i adoptarà les mesures legalment exigibles per a la seva protecció, preservant la seva privacitat i confidencialitat.

L'empresa adjudicatària s'obliga a mantenir com a confidencial la documentació, materials i continguts que aquesta li hagi facilitat o als quals tingui accés en el desenvolupament de les tasques objecte del contracte, així com els lliurables de la UOC abans de la seva publicació o difusió, i s'obliga a no utilitzar-los amb finalitats diferents de les estipulades en la present licitació.

L'empresa adjudicatària haurà de comunicar a la UOC aquelles situacions concretes que puguin generar un conflicte d'interès real o potencial, o comprometre la confidencialitat, independència o

correcta execució del contracte, especialment quan afectin projectes concurrents en l'àmbit universitari o educatiu directament relacionats amb l'objecte del contracte.

L'empresa adjudicatària sol·licitarà permís previ i exprés a la UOC per a poder publicar en el seu web o utilitzar o incloure en qualsevol dels seus materials o suports d'informació i publicitat, la denominació i logotips de la UOC, treballs o imatges dels treballs realitzats per a la UOC en el marc de l'execució del contracte.

La UOC proporcionarà a les persones expressament designades per l'empresa adjudicatària accés als sistemes interns i comptes corporatius de la seva titularitat que siguin necessaris per a la realització de les tasques compreses en la prestació dels serveis objecte del contracte. L'accés serà restringit a través d'un usuari i contrasenya facilitats per la UOC i limitat al mateix temps que sigui absolutament necessari per a l'execució del servei durant la vigència del contracte. L'empresa contractista actuarà amb diligència respecte a l'ús i conservació de les credencials per l'accés als sistemes i comptes corporatius esmentats. Hi haurà només accessos autoritzats limitats i cap tractament per compte de la UOC.

En cas que, per error o accident, el contractista tingui accés a dades de caràcter personal de les quals la UOC és responsable o a informació confidencial que no sigui necessària per a la realització de les tasques compreses en la prestació dels serveis objecte del contracte, haurà d'informar la UOC com més aviat millor.

Així mateix, l'empresa adjudicatària s'obliga a comunicar a tots els empleats assignats a les tasques compreses en el contracte la seva obligació de guardar secret professional i notificar qualsevol accés indegut a dades de caràcter personal o informació confidencial que es produeixi.

L'empresa adjudicatària té expressament prohibida la utilització i obtenció dels serveis i continguts del compte corporatiu que la UOC té en les plataformes publicitàries de cercadors per procediments diferents dels estipulats en les presents condicions d'ús.

4.2.4. Acords de Nivell de Servei (ANS)

Els ANS serviran per a definir els compromisos de servei acordats entre la UOC i el contractista del contracte de licitació i s'hauran d'aplicar els mecanismes de gestió necessaris per a controlar el seu grau de compliment.

Es considerarà que l'empresa adjudicatària incompleix obligacions derivades del contracte de licitació i es procedirà a la imposició de penalitats en els supòsits següents:

- No respectar els terminis establerts en l'apartat 4.2.2. "*Gestió de documents o lliurables*".
- No comunicar d'incidències en un període màxim de 24 hores laborables (l'empresa adjudicatària haurà de fer aquesta comunicació via telèfon i/o correu electrònic).

A l'efecte del contracte, s'entendrà per incidència qualsevol fet o circumstància que pugui afectar el compliment dels terminis, la qualitat dels lliurables, la disponibilitat de l'equip adscrit, l'accés a sistemes o a la correcta prestació del servei, i que requereixi coneixement o intervenció de la UOC.

- També s'ha de complir tot l'estipulat en el punt 4.2.1.

4.2.5. Sistema de Penalitzacions

El contractista estarà subjecte al sistema de penalitzacions fixat en el Plec de Clàusules Particulars, que també inclouen l'incompliment dels nivells de servei establerts en el Plec de Clàusules Particulars.

5. AUDITORIES

La UOC es reserva el dret a realitzar tots els controls i inspeccions que consideri oportuns amb la finalitat de garantir el compliment del contracte, de manera que podrà realitzar auditories per a verificar el compliment dels compromisos contractuals i la fiabilitat de la informació facilitada. El contractista proporcionarà la seva total cooperació en la realització d'aquestes auditories. Això inclourà el lliurament de documentació i l'accés físic a les instal·lacions on es duguin a terme els serveis objecte del contracte, al personal de la UOC o als tercers subcontractats. No serà necessari donar avís previ per a fer tasques d'auditoria on no es requereixi col·laboració activa del personal del contractista. En els casos en què la UOC demani una col·laboració activa del personal del contractista, es donarà avís amb una setmana d'antelació.

6. VOLUMS

	Lot 1: Plans i campanyes de comunicació	Lot 2: Serveis especialitzats en comunicació interna i cultura organitzativa	Lot 3: Producció de productes corporatius	Lot 4: Assessoria de comunicació	Lot 5: Workshops
Cost total aproximat (anual)	80.000€	70.000€	50.000€	80.000€	30.000€
Nombre de projectes anuals estimats	8	7	6	8	4

El valor estimat del contracte s'ha calculat a partir del detall de l'apartat E del PCP.

En la data de redacció d'aquests plecs, no es coneix amb exactitud del volum d'inversió que es farà més enllà de 2026; dependrà del pressupost disponible a l'Àrea (i de la Universitat) i dels projectes aprovats per a cada any d'execució (cal assenyalar que aquests volums es tanquen per anys individualment i poden variar en funció del pressupost de la FUOC). Malgrat tot, s'han tingut en compte els projectes realitzats durant els últims anys d'execució i els preus de mercat actuals (preu/h).

En aquest sentit, és important tenir en compte que la inversió que cal fer és a títol informatiu i ha d'interpretar-se com una simple estimació no vinculant del servei a dur a terme per l'empresa que resulti contractista.

A continuació, s'exposen els preus i les previsions estimats, juntament amb les unitats i els indicadors de referència per a la prestació del servei:

LOT 1 – Campanyes externes	Preu màxim per tipologia de producte (IVA no inclòs)	Previsió de volums estimats	Import previst total (IVA no inclòs)	Hores de dedicació màximes per campanya*	Preu/hora (IVA exclòs)
Campanyes petites	6.000 €	5	30.000 €	170h	35,29€/h
Campanyes mitjanes	10.000 €	2	20.000 €	285h	35,09€/h
Campanyes grans	30.000 €	1	30.000 €	900h	33,33€/h
TOTAL		8	80.000 €		

S'entén per campanya petita la que requereix fins a 170h; campanya mitjana la que requereix de 171h a 285h; i campanya gran la que requereix de 286h fins a 900h.

LOT 2 – Projectes o campanyes internes	Preu màxim per tipologia de producte (IVA no inclòs)	Previsió de volums estimats	Import previst total (IVA no inclòs)	Hores de dedicació màximes per projecte o campanya*	Preu/hora (IVA exclòs)
Projectes o campanyes petites	6.000 €	5	30.000 €	170h	35,29€/h
Projectes o campanyes mitjanes	10.000 €	1	10.000 €	285h	35,09€/h
Projectes o campanyes grans	30.000 €	1	30.000 €	900h	33,33€/h
TOTAL		7	70.000 €		

S'entén per campanya petita la que requereix fins a 170h; campanya mitjana la que requereix de 171h a 285h; i campanya gran la que requereix de 286h fins a 900h.

LOT 3 Productes corporatius	Preu màxim per tipologia de producte (IVA no inclòs)	Previsió de volums estimats	Import previst total (IVA no inclòs)	Hores de dedicació màximes per producte*	Preu/hora (IVA exclòs)
Productes petits	5.000 €	3	15.000 €	135h	37,04€
Productes mitjans	10.000 €	2	20.000 €	275h	36,36€

Productes grans	15.000 €	1	15.000 €	420h	35,71€
TOTAL		6	50.000 €		

S'entén per producte petit el que requereix fins a 135h; producte mitjà el que requereix de 136h a 275h; i producte gran el que requereix de 276h a 420h.

LOT 4 Assessoria	Preu màxim per tipologia de producte (IVA no inclòs)	Previsió de volums estimats	Import previst total (IVA no inclòs)	Hores de dedicació màximes per assessoria*	Preu/hora (IVA exclòs)
Assessoria Petita	5.000 €	4	20.000 €	65h	76,92€
Assessoria Gran	15.000 €	4	60.000 €	200h	75,00€
TOTAL		8	80.000 €		

S'entén per assessoria petita la que requereix fins a 65h; i assessoria gran la que requereix de 66h a 200h.

LOT 5 Workshops	Preu màxim per tipologia de producte (IVA no inclòs)	Previsió de volums estimats	Import previst total (IVA no inclòs)	Hores de dedicació màximes per workshop*	Preu/hora (IVA exclòs)
<i>Workshop petit</i>	5.000 €	2	10.000 €	75h	66,67€
<i>Workshop gran</i>	10.000 €	2	20.000 €	150h	66,67€
TOTAL		4	30.000 €		

S'entén per workshop petit el que requereix fins a 75h; i workshop gran el que requereix de 76h a 150h.

L'envergadura del projecte (si és petit, mitjà o gran) s'estableix a partir de l'estimació de les hores de dedicació en aquest projecte.

El preu hora s'ha calculat tenint en compte el preu màxim per campanya que la UOC pot assumir i el volum màxim d'hores que es preveu que siguin necessàries per dur a terme cada tipologia de producte.

Hem de remarcar que aquestes previsions són unes aproximacions a les comandes que possiblement es realitzaran i aquestes poden variar en funció de cada tipologia, sempre sense superar el preu màxim fixat per aquesta licitació ni els preus unitaris màxims estipulats. En aquest sentit, cal tenir en compte que els volums que s'indiquen en el plec de prescripcions tècniques són a títol informatiu i han d'interpretar-se com una simple estimació no vinculant del servei que s'ha de dur a terme per l'empresa que resulti adjudicatària.

7. ALTRES CONDICIONS

7.1. Horari del servei

Es considerarà franja de servei normal el tram horari en el qual es desenvoluparà el servei de manera habitual. La franja de servei normal s'estableix de dilluns a divendres de 09.00 a 19.00 hores, tenint en compte el calendari de festes de Catalunya i el municipi on es presti el servei. Durant aquesta franja horària l'empresa adjudicatària atindrà qualsevol petició telefònica del personal de la UOC.

7.2. Mitjans tècnics requerits

L'empresa adjudicatària ha de disposar dels següents mitjans tècnics:

- Maquinari: ordinadors i connexió a internet.
- Programari:
 - Eines bàsiques d'ofimàtica: Word, Excel, PowerPoint, PDF... o equivalents
 - Programari per a videoconferències: Meet, Hangout, Zoom o equivalents
 - Ús d'altres eines en línia de Google (GCalendar, Meet, Drive, Analytics) o equivalents
 - Eines i programes informàtics de disseny necessaris per a oferir el servei, i les últimes versions del programari (Photoshop, Indesign, paquet Office o equivalents)
 - Eines d'IA: Gemini, ChatGPT o equivalents

7.3. Ubicació del servei

Donada la pròpia naturalesa del servei objecte del contracte, l'empresa adjudicatària pot prestar els seus serveis des del seu centre de treball o instal·lacions, excepte en aquells casos en què es requereixi la presència del contractista a les instal·lacions de la UOC.

7.4. Desplaçaments

L'empresa adjudicatària ha d'estar disposada a desplaçar-se al campus de la UOC per dur a terme reunions i/o presentacions. Els costos derivats de qualsevol d'aquests desplaçaments a les dependències de la UOC seran a càrrec del contractista i amb mitjans de transport facilitats per ell mateix. El contractista haurà de poder prestar el servei en la seu general de la UOC:

- Campus UOC (Rambla del Poblenou, 156, 08018 Barcelona).
- El contractista també haurà de prestar serveis presencials si l'acompanyament comunicatiu és d'un esdeveniment presencial concret, fins i tot si aquest no es duu a terme en una seu de la UOC.

Barcelona,

Sra. Ester Medico

Directora de Comunicació de la Universitat Oberta de Catalunya