

## **DOCUMENTACIÓ PREPARATÒRIA DE LA LICITACIÓ INFORME DE NECESSITAT I MEMÒRIA JUSTIFICATIVA**

Servei de conceptualització creativa, producció, postproducció, adaptació i lliurament final de campanyes publicitàries per a diverses estacions de muntanya gestionades per la divisió turística de Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, en el marc del projecte Pirineu365.

### **1.- Naturalesa i extensió de les necessitats**

#### **1.1 Naturalesa de les necessitats**

FGC Turisme gestiona diverses estacions de muntanya al Pirineu de Catalunya, entre les quals La Molina, Vall de Núria, Vallter, Espot Esquí, Port Ainé i Boí Taüll. Aquestes estacions constitueixen equipaments de referència en l'àmbit de l'esquí, la muntanya, l'oci actiu, l'esport, la natura i el turisme familiar, i formen part de l'activitat turística desenvolupada per Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya.

En els darrers anys, FGC Turisme ha impulsat el projecte Pirineu365 com a marca paraigua i plataforma de comunicació transversal de les estacions de muntanya, amb la voluntat de reforçar-ne el posicionament conjunt, desestacionalitzar l'activitat, diversificar l'oferta i comunicar les experiències disponibles al llarg de tot l'any.

En aquest context, es fa necessari disposar de noves campanyes creatives i publicitàries per a diverses estacions de muntanya, que permetin reforçar-ne la notorietat, actualitzar-ne el relat comunicatiu, millorar-ne la presència als canals publicitaris i adaptar els missatges a les diferents temporades, públics objectiu i suports de comunicació.

Les necessitats a satisfer inclouen la conceptualització creativa, producció, postproducció, adaptació i lliurament final de materials publicitaris, gràfics, audiovisuals i sonors, així com la generació de màsters, arts finals i peces adaptades als diferents canals de difusió previstos.

La naturalesa de les necessitats respon també a un calendari d'execució especialment exigent, atès que els materials finals hauran d'estar disponibles amb l'antelació suficient per permetre la revisió interna, la validació, la planificació de mitjans, la producció de suports i la sortida pública de les campanyes.

En particular, aquesta necessitat es concreta en el compliment d'un calendari en dues fases diferenciades, corresponent al lliurament de les peces màster i al lliurament de les adaptacions, amb dates límit establertes respectivament el 15 d'octubre de 2026 i el 6 de novembre de 2026.

Per aquest motiu, resulta necessari contractar serveis especialitzats en conceptualització creativa, producció publicitària, producció audiovisual, postproducció i adaptació multicanal, amb capacitat suficient per garantir la qualitat dels materials, el compliment dels terminis i la correcta execució de les campanyes.

#### **1.2. Extensió de les necessitats**

- a) Valor estimat i pressupost de licitació

#### **Valor estimat**

El valor estimat de la licitació ascendeix a 99.000,00 €, abans d'IVA, d'acord amb el següent desglossament:

- Pressupost de licitació: 90.000,00 €, abans d'IVA.
- Import previst per a possibles pròrrogues: 0,00 €, abans d'IVA

- Import previst per a possibles modificacions: 9.000,00 €, abans d'IVA, per atendre serveis que no s'han pogut preveure en el moment de preparar la licitació i que derivin de noves campanyes, necessitats addicionals de producció gràfica, nous productes o serveis de les explotacions d'FGC Turisme, o altres necessitats complementàries indispensables per a la correcta execució del contracte.

Amb el següent desglossament per lots i societats:

- Lot 1  
FGC: 2.000,00 €, abans IVA  
Vallter: 2.000,00 €, abans IVA
- Lot 2  
FGC: 3.000,00 €, abans IVA
- Lot 3  
FGC: 1.000,00 €, abans IVA  
AMSA: 1.000,00 €, abans IVA

### Pressupost de licitació

El pressupost de licitació ascendeix a 90.000,00 €, abans d'IVA, d'acord amb el següent desglossament:

Concepte	Pressupost licitació (abans IVA)
<b>Lot 1 Zona La Molina i Vallter</b> – Creació de noves campanyes creatives de peces declinables per a estiu i hivern i cessió dels drets d'explotació	<b>40.000,00 €</b>
- Estació La Molina	20.000,00 €
- Estació Vallter	20.000,00 €
<b>Lot 2 Zona Espot i Port Ainé</b> – Creació de noves campanyes creatives amb una única declinació d'hivern i cessió dels drets d'explotació	<b>30.000,00€</b>
- Estació d'Espot	15.000,00 €
- Estació de Port Ainé	15.000,00 €
<b>Lot 3 Zona Boí Taüll i Vall de Núria</b> – Adaptació i execució de campanyes creatives existents i cessió dels drets d'explotació	<b>20.000,00 €</b>
- Estació de Boí Taüll	10.000,00 €
- Estació de Vall de Núria	10.000,00 €
<b>Pressupost licitació (abans IVA)</b>	<b>90.000,00 €</b>
<b>IVA 21%</b>	<b>18.900,00 €</b>
<b>Pressupost licitació (amb IVA)</b>	<b>108.900,00 €</b>

D'acord amb el següent desglossament per societats i lots:

#### Lot 1:

	Cost directe	Cost indirecte			Total contracte
		Total	Altres despeses	Benefici industrial	
<b>FGC</b>	16.806,72 €	3.193,28 €	2.184,87 €	1.008,40 €	20.000,00 €
		Cost indirecte			
	Cost directe	Total	Altres despeses	Benefici industrial	Total contracte
<b>Vallter</b>	16.806,72 €	3.193,28 €	2.184,87 €	1.008,40 €	20.000,00 €

Lot 2:

	Cost directe	Cost indirecte			Total contracte
		Total	Altres despeses	Benefici industrial	
<b>FGC</b>	24.300,00 €	5.700,00 €	3.900,00 €	1.800,00 €	30.000,00 €

Lot 3:

	Cost directe	Cost indirecte			Total contracte
		Total	Altres despeses	Benefici industrial	
<b>FGC</b>	8.403,36 €	1.596,64 €	1.092,44 €	504,20 €	10.000,00 €
<b>AMSA</b>	Cost directe	Cost indirecte			Total contracte
		Total	Altres despeses	Benefici industrial	
	8.403,36 €	1.596,64 €	1.092,44 €	504,20 €	10.000,00 €

b) Termini d'execució del contracte

Per a tots els lots:

El termini de vigència del contracte s'iniciarà a partir de la data de formalització del contracte i s'estendrà fins a 3 anys o, en cas d'oferta, 4 anys (termini de cessió dels drets d'explotació establert en la documentació contractual) comptadors des de la data de lliurament i validació final dels materials per part d'FGC/Vallter/AMSA.

L'inici previst de l'execució del contracte és l'1 d'agost de 2026, si bé aquesta data podrà variar en funció de si la formalització es produeix abans o després.

A efectes d'aquest contracte, els materials finals s'entendran estructurats en dues fases diferenciades: peces màster i adaptacions, d'acord amb següent calendari:

- Fase 1 – Lliurament de peces màster:

Inclou el vídeo curt de campanya (20 segons), el vídeo digital (aprox. 60 segons) i el visual principal de campanya (cartell).

Data màxima de lliurament: 15 d'octubre de 2026.

- Fase 2 – Lliurament d'adaptacions:

Inclou bàners, continguts per a xarxes socials i altres peces i formats adaptats als canals previstos.

Data màxima de lliurament: 6 de novembre de 2026.

Cessió dels drets d'explotació

La cessió dels drets d'explotació dels materials creatius, audiovisuals, fotogràfics, gràfics, sonors i publicitaris resultants del contracte tindrà una durada mínima de 3 anys, comptadors des de la data de lliurament i validació final dels materials per part d'FGC/Vallter/AMSA.

Aquest termini mínim podrà ser ampliat per part dels licitadors mitjançant el criteri d'adjudicació corresponent, en els termes previstos en aquests plecs i en la documentació contractual.

Arribada la seva data de finalització aquest contracte no es podrà prorrogar.

## **2.- Idoneïtat de l'objecte i contingut per satisfer-lo**

L'objecte del contracte és idoni per satisfer les necessitats descrites, atès que comprèn els serveis de conceptualització creativa, producció, postproducció, adaptació i lliurament final de campanyes publicitàries per a diverses estacions de muntanya gestionades per FGC Turisme en el marc del projecte Pirineu365.

El contingut del contracte permet donar resposta a la necessitat de disposar de campanyes creatives completes, coherents amb el posicionament de Pirineu365 i de les marques de les estacions, i adaptades als diferents canals i formats de difusió, incloent mitjans digitals, xarxes socials, ràdio, televisió, suports impresos, publicitat exterior, canals propis d'FGC Turisme i altres formats necessaris per a la promoció de les estacions.

La divisió en lots és adequada per a la correcta execució de l'objecte contractual, ja que permet distribuir la càrrega de treball entre diferents adjudicataris, atenent a l'abast, naturalesa i complexitat de les prestacions previstes en cada zona. Aquesta divisió contribueix a garantir una dedicació suficient de recursos humans i tècnics, una millor capacitat de resposta i una reducció del risc d'incompliment dels terminis, especialment tenint en compte la simultaneïtat de les campanyes i la necessitat de disposar dels materials finals en una mateixa finestra temporal.

Aquest calendari d'execució s'estructura en dues fites temporals diferenciades, corresponents al lliurament de peces màster i adaptacions, per tal d'assegurar una execució ordenada i compatible amb les necessitats de difusió de les campanyes.

Així mateix, l'objecte del contracte incorpora les prestacions necessàries per garantir la correcta execució de les campanyes, incloent la definició del concepte creatiu, el desenvolupament de la línia gràfica, visual, narrativa i audiovisual, la producció de continguts, la realització de rodatges o sessions fotogràfiques quan correspongui, la postproducció, l'adaptació multicanal, el lliurament de màsters, arts finals i fitxers finals aptes per a difusió, així com la cessió dels drets d'explotació dels materials resultants durant un termini mínim de tres anys.

Per tal de garantir una millor relació qualitat-preu, s'han definit criteris d'adjudicació que permeten valorar tant l'oferta econòmica com la reducció del termini màxim de lliurament dels materials finals i l'ampliació del termini de cessió dels drets d'explotació.

D'aquesta manera, l'objecte i el contingut del contracte resulten proporcionats, adequats i directament vinculats a les necessitats que es pretenen satisfer, i permeten garantir que FGC Turisme disposi dels materials necessaris per a la promoció i comunicació de les seves estacions de muntanya amb la qualitat, coherència i antelació requerides.

## **3.- Incorporació de condicions socials, mediambientals i d'innovació**

S'incorporen condicions socials i mediambientals com a criteri d'adjudicació.

## **4.- Justificació de l'elecció del procediment**

Atenent al valor estimat de la licitació, la contractació es realitzarà a través del procediment obert simplificat.

## 5.- Criteris de solvència

### ***Criteris de solvència econòmica (per a tots els lots)***

Els licitadors hauran d'acreditar la solvència econòmica i financera per a l'execució del contracte, que s'entendrà com l'adequada situació econòmica i financera de l'empresa amb la finalitat de garantir la correcta execució del contracte.

L'òrgan de contractació comprovarà la solvència del licitador en base als següents paràmetres:

- El patrimoni net que reflexa els comptes anyals ha de ser superior a 2/3 parts del capital social.
- El volum de facturació anual de negocis del licitador referit al millor dels tres últims exercicis conclusos anteriors a la data de presentació de les proposicions, ha de tenir un import igual o superior a una vegada el valor anual estimat del present contracte.

La solvència econòmica i financera de l'empresari s'haurà acreditar pels mitjans assenyalats següents:

- Comptes anuals presentats al Registre Mercantil o Registre Oficial que correspongui. Els empresaris no obligats a presentar els comptes en els registres oficials podran aportar, com a mitjà alternatiu d'acreditació, els llibres de comptabilitat degudament legalitzats.

En les unions temporals d'empreses, per tal de determinar la solvència de la unió temporal s'acumula l'acreditada per cadascuna de les seves integrants. A excepció del requisit corresponent al patrimoni net, en que la condició aplicarà, a més, de forma individual a cadascuna de les empreses que conformen la UTE.

A les empreses que, per una raó vàlida, no estiguin en condicions de presentar les referències sol·licitades per acreditar la seva solvència econòmica i financera, se les autoritzarà a acreditar-la per mitjà de qualsevol altre document que l'òrgan de contractació consideri apropiat.

### ***Criteris de solvència tècnica / professional (per a tots els lots)***

Els licitadors hauran d'acreditar disposar dels criteris de solvència tècnica o professional suficients per a l'execució del contracte, entenent-se aquesta com la capacitat per garantir el coneixement tècnic, l'eficàcia, l'experiència i la fiabilitat necessàries per a la correcta execució de les prestacions objecte del contracte.

- a) La solvència tècnica serà acreditada a través de la relació dels serveis realitzats en els darrers tres (3) anys d'igual o similar naturalesa a l'objecte del contracte, en la qual s'indiqui l'import, la data i el destinatari públic o privat dels mateixos, i quin import anual acumulat l'any de major execució sigui igual o superior al 70% de l'annualitat mitjana del contracte o, si escau, del lot al qual es presenti oferta.

Es consideraran serveis d'igual o similar naturalesa els vinculats a la conceptualització, creació, producció, postproducció, adaptació o execució de campanyes publicitàries, campanyes de comunicació, produccions audiovisuals, continguts gràfics o audiovisuals, peces creatives multicanal, campanyes digitals, campanyes en suports impresos o exteriors, o altres serveis equivalents dins l'àmbit de la publicitat, el màrqueting, la comunicació o la producció audiovisual.

*L'acreditació d'aquest criteri es farà a través de l'aportació dels certificats d'execució, indicant dates, import, destinatari, breu resum de les tasques i durada dels serveis, o mitjançant declaració responsable del licitador. A manca d'aquests, es podrà acreditar mitjançant aquella documentació que, a criteri d'FGC, permeti verificar el compliment del requisit, com ara contractes, comandes, factures o documentació equivalent.*

- b) Addicionalment, el licitador haurà d'acreditar haver realitzat, en els darrers tres (3) anys, un mínim de tres (3) serveis d'igual o similar naturalesa a l'objecte del contracte per a empreses o organitzacions del sector turístic, esportiu, cultural, institucional, sector públic o altres entorns assimilables.

Aquest requisit es justifica per la necessitat d'assegurar una execució àgil i eficient del contracte, atenent a terminis ajustats vinculats a les necessitats de la temporada d'hivern, així com per la necessitat de donar resposta a incidències habituals en processos de producció i rotatge de grans espais.

Així mateix, es considera necessari que els licitadors disposin d'experiència en l'ús de llenguatges comunicatius propis dels àmbits turístic, esportiu i institucional, per tal de garantir l'adequació dels materials resultants als objectius de promoció i la correcta transmissió dels continguts. L'exigència d'experiències en entorns similars garanteix una major eficiència en l'execució, una millor adequació als objectius de promoció i una correcta gestió de la coordinació entre agents i canals.

L'acreditació d'experiència prèvia en aquests àmbits permet garantir que els licitadors disposen dels coneixements tècnics, la capacitat organitzativa i els recursos necessaris per gestionar projectes de comunicació de manera integral, assegurar la qualitat dels resultats i adaptar-se als requeriments específics de marques turístiques i institucionals com FGC Turisme i Pirineu365.

*L'acreditació d'aquest criteri es farà a través de l'aportació dels certificats d'execució, indicant dates, import, destinatari, breu resum de les tasques i durada dels serveis, o mitjançant declaració responsable del licitador. A manca d'aquests, es podrà acreditar mitjançant aquella documentació que, a criteri d'FGC, permeti verificar el compliment del requisit.*

- c) El licitador haurà d'adscriure a l'execució del contracte un equip integrat, com a mínim, pels perfils professionals següents:
- a) Un/a (1) director/a de campanya o director/a de projecte amb formació de de llicenciat o graduat en disseny gràfic, màrqueting, publicitat o similars amb un mínim de 10 anys d'experiència acreditable en coordinació de projectes d'algun d'aquests àmbits: comunicació, publicitat, màrqueting, producció creativa o producció audiovisual, incloent planificació, gestió d'equips, seguiment de calendaris, interlocució amb client i control de qualitat de lliuraments, amb mínim 1 servei similars a l'objecte del contracte en empreses del sector turístic o públic. .
  - b) Un/a (1) director/a creatiu/iva i conceptualització amb formació de llicenciat / graduat en disseny gràfic, màrqueting, publicitat o similars amb un mínim de 7 anys d'experiència acreditable en definició d'algun d'aquests àmbits: conceptes creatius, campanyes publicitàries, idees força, relat de campanya, estratègia creativa, desenvolupament de missatges i enfocaments narratius, amb mínim 1 servei similars a l'objecte del contracte en empreses del sector turístic o públic.
  - c) Un/a (1) director/a d'art i desenvolupament visual amb formació de llicenciat / graduat en disseny gràfic, màrqueting, publicitat o similars amb un mínim de 7 anys d'experiència acreditable en algun d'aquests àmbits: disseny gràfic, direcció d'art, identitat visual, tractament gràfic de campanyes, adaptació de peces i desenvolupament visual per a diferents canals i suports, amb mínim 1 servei similars a l'objecte del contracte en empreses del sector turístic o públic.
  - d) Un/a (1) responsable de producció audiovisual, fotografia o continguts amb formació de llicenciat / graduat en fotografia, comunicació audiovisual o similars amb un mínim de 7 anys d'experiència acreditable algun d'aquests àmbits: planificació i execució de rotatges, sessions fotogràfiques, captació de continguts, coordinació de recursos tècnics

i humans, producció de materials gràfics, audiovisuals o sonors i gestió de localitzacions, amb mínim 1 servei similars a l'objecte del contracte en empreses del sector turístic o públic.

- e) Un/a (1) responsable de postproducció, edició o adaptació tècnica amb formació de llicenciat / graduat en comunicació audiovisual, ciències de la comunicació o similars amb un mínim de 5 anys d'experiència acreditable algun d'aquests àmbits: edició, muntatge, tractament d'imatge, tractament de so, grafisme, motion graphics, adaptació de formats, preparació de màsters, arts finals i materials finals aptes per a difusió, amb mínim 1 servei similars a l'objecte del contracte en empreses del sector turístic o públic.
- f) Un/a (1) responsable de disseny gràfic i adaptació multicanal amb formació de llicenciat / graduat en comunicació audiovisual, ciències de la comunicació o similars amb un mínim de 5 anys d'experiència acreditable algun d'aquests àmbits: creació, declinació i adaptació de peces per a mitjans digitals, xarxes socials, suports impresos, publicitat exterior, canals propis, formats audiovisuals i altres canals de difusió.
- g) Un/a (1) responsable de continguts textuais i revisió lingüística amb formació de llicenciat / graduat en comunicació audiovisual, ciències de la comunicació o similars amb un mínim de 5 anys d'experiència algun d'aquests àmbits: redacció publicitària, adaptació de textos, revisió bàsica de continguts, adequació del to comunicatiu i aplicació d'un llenguatge respectuós, inclusiu i no sexista.

*L'acreditació de l'adscripció de mitjans personals es realitzarà mitjançant declaració responsable del licitador i aportació dels currículums dels perfils adscrits, amb detall de la seva experiència professional, funcions a desenvolupar i, si escau, titulacions, formació o coneixements equivalents.*

**Una mateixa persona podrà assumir més d'una de les funcions descrites, sempre que disposi de la qualificació, experiència i capacitat suficients per garantir-ne la correcta execució i sempre que aquesta acumulació de funcions no afecti la qualitat del servei ni el compliment dels terminis establerts.**

*FGC podrà requerir documentació addicional acreditativa quan ho consideri necessari per verificar el compliment dels requisits de solvència i l'adequació dels mitjans personals compromesos.*

## 6.- Criteris d'adjudicació

Els criteris d'adjudicació es distribueixen de la següent manera:

Criteris automàtics (objectius): 100 %

Desglossament criteris d'adjudicació:

- % Criteri econòmic – preu: 60%
- % Criteris tècnics: 28 %
- % Criteris socials: 10%
- % Criteris ambientals: 2%

a) Criteris objectius econòmics: fins a 60 punts

Lot 1: La Molina i Vallter

1) Oferta en concepte de preu: fins a 60 punts.

Els licitadors hauran de presentar una oferta respecte el pressupost de licitació per al servei corresponent a La Molina i Vallter. El licitador no podrà superar en la seva oferta el pressupost de licitació establert com a màxim, això és 40.000,00 €, abans IVA. L'oferta més baixa, la més econòmica, obtindrà la màxima puntuació, això és 60 punts.

A la resta de propostes se les puntuarà d'acord amb la puntuació obtinguda de l'aplicació de la fórmula següent:

$$Pv = [1 - ((Ov - Om) / IL) \times (1 / Vp)] \times 60$$

On:

Pv = Puntuació de l'oferta a valorar

Om = Oferta millor

Ov = Oferta a valorar

IL = Pressupost de licitació del lot

Vp = Valor de ponderació = 1

El licitador que superi en la seva oferta el pressupost de licitació serà exclòs.

El sistema de valoració emprat per valorar les proposicions econòmiques és l'establert a la Directriu 1/2020 d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica de la Direcció General de Contractació Pública.

Lot 2: Espot i Port Ainé

1) Oferta en concepte de preu: fins a 60 punts.

Els licitadors hauran de presentar una oferta respecte el pressupost de licitació per al servei corresponent a Espot i Port Aine. El licitador no podrà superar en la seva oferta el pressupost de licitació establert com a màxim, això és 30.000,00 €, abans IVA. L'oferta més baixa, la més econòmica, obtindrà la màxima puntuació, això és 60 punts.

A la resta de propostes se les puntuarà d'acord amb la puntuació obtinguda de l'aplicació de la fórmula següent:

$$Pv = [1 - ((Ov - Om) / IL) \times (1 / Vp)] \times 60$$

On:

Pv = Puntuació de l'oferta a valorar

Om = Oferta millor

Ov = Oferta a valorar

IL = Pressupost de licitació del lot

Vp = Valor de ponderació = 1

El licitador que superi en la seva oferta el pressupost de licitació serà exclòs.

El sistema de valoració emprat per valorar les proposicions econòmiques és l'establert a la Directriu 1/2020 d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica de la Direcció General de Contractació Pública.

Lot 3 – Boí Taüll i Vall de Núria

1) Oferta en concepte de preu: fins a 60 punts.

Els licitadors hauran de presentar una oferta respecte el pressupost de licitació per al servei corresponent a Boí Taüll i Vall de Núria. El licitador no podrà superar en la seva oferta el pressupost de licitació establert com a màxim, això és 20.000,00 €, abans IVA. L'oferta més baixa, la més econòmica, obtindrà la màxima puntuació, això és 60 punts.

A la resta de propostes se les puntuarà d'acord amb la puntuació obtinguda de l'aplicació de la fórmula següent:

$$Pv = [1 - ((Ov - Om) / IL) \times (1 / Vp)] \times 60$$

On:

Pv = Puntuació de l'oferta a valorar

Om = Oferta millor

Ov = Oferta a valorar

IL = Pressupost de licitació del lot

Vp = Valor de ponderació = 1

El licitador que superi en la seva oferta el pressupost de licitació serà exclòs.

El sistema de valoració emprat per valorar les proposicions econòmiques és l'establert a la Directriu 1/2020 d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica de la Direcció General de Contractació Pública.

b) Criteris objectius tècnics i socialment responsables: fins a 40 punts

1) Reducció del termini de lliurament de les peces màster: fins a 15 punts

Es valorarà que el licitador ofereixi una reducció del termini màxim de lliurament de les peces màster de la campanya, que inclouen com a mínim:

- Vídeo curt de campanya (20 segons)
- Vídeo digital (aprox. 60 segons)
- Visual principal de campanya (cartell)

Respecte la data màxima establerta al plec administratiu d'aquesta licitació del 15/10/26 (l'oferta ha de ser per sota del 15/10/26 i amb un mínim del 30/09/26). El licitador que ofereixi el menor termini d'execució (en dies), obtindrà la màxima puntuació, això és 15 punts:

*Data màxima 14/10/26: 1 punt*  
*Data màxima 13/10/26: 2 punts*  
*Data màxima 12/10/26: 3 punts*  
*Data màxima 11/10/26: 4 punts*  
*Data màxima 10/10/26: 5 punts*  
*Data màxima 09/10/26: 6 punts*  
*Data màxima 08/10/26: 7 punts*  
*Data màxima 07/10/26: 8 punts*  
*Data màxima 06/10/26: 9 punts*  
*Data màxima 05/10/26: 10 punts*

*Data màxima 04/10/26: 11 punts*  
*Data màxima 03/10/26: 12 punts*  
*Data màxima 02/10/26: 13 punts*  
*Data màxima 01/10/26: 14 punts*  
*Data màxima 30/09/26: 15 punts*

La reducció del termini de lliurament dels materials objecte del contracte (màsters), en considerar-se un element directament vinculat a l'objecte del contracte i amb incidència significativa en la seva correcta execució. La necessitat d'aquest criteri es fonamenta en la planificació temporal pròpia de les accions de comunicació i promoció associades a la temporada d'hivern. En concret, es preveu la sol·licitud dels materials en data 15 d'octubre, mentre que la presentació oficial de la temporada està prevista per a principis del mes de novembre. Aquesta circumstància determina que la disponibilitat anticipada dels materials resulti essencial per garantir:

- La correcta planificació, producció i execució de la presentació de temporada, incloent la preparació de suports gràfics, audiovisuals i digitals.
- La participació en fires i esdeveniments del sector, que tenen lloc amb caràcter previ a l'inici de la temporada d'esquí, i que requereixen la producció i disponibilitat prèvia de materials promocionals.
- La programació de campanyes en mitjans de comunicació, atenent als calendaris de tancament editorial, que exigeixen la disponibilitat dels continguts amb suficient antelació.
- Els processos interns de validació, adaptació i producció de peces, així com la coordinació amb tercers proveïdors.

2) Reducció del termini de lliurament de les adaptacions: fins a 10 punts

Es valorarà que el licitador ofereixi una reducció del termini màxim de lliurament de les adaptacions: bàners, continguts xarxes socials i altres especificats:

Respecte la data màxima establerta al plec administratiu d'aquesta licitació del 06/11/26 (l'oferta ha de ser per sota del 06/11/26 i amb un mínim del 27/10/26). El licitador que ofereixi el menor termini d'execució (en dies), obtindrà la màxima puntuació, això és 10 punts:

*Data màxima 05/11/26: 1 punt*  
*Data màxima 04/11/26: 2 punts*  
*Data màxima 03/11/26: 3 punts*  
*Data màxima 02/11/26: 4 punts*  
*Data màxima 01/11/26: 5 punts*  
*Data màxima 31/10/26: 6 punts*  
*Data màxima 30/10/26: 7 punts*  
*Data màxima 29/10/26: 8 punts*  
*Data màxima 28/10/26: 9 punts*  
*Data màxima 27/10/26: 10 punts*

La reducció del termini per a la realització d'adaptacions de materials es considera un element directament vinculat a l'objecte del contracte i amb incidència en la seva correcta execució.

La necessitat d'aquest criteri es fonamenta en la planificació temporal pròpia de les accions de comunicació associades a la temporada d'hivern, que comporten un elevat volum d'adaptacions a diferents canals i suports en períodes de temps reduïts.

En aquest sentit, la reducció dels terminis d'adaptació permet avançar la disponibilitat dels materials i garantir la seva difusió coordinada amb l'inici de la temporada, assegurant la presència de les noves campanyes en tots els canals (digitals, gràfics i audiovisuals) en els temps previstos.

3) Ampliació del termini de cessió dels drets d'explotació dels materials resultants del contracte: fins a 3 punts.

Es valorarà que el licitador ofereixi una ampliació d'un any del termini mínim de cessió dels drets d'explotació dels materials creatius, audiovisuals, fotogràfics, gràfics, sonors i publicitaris resultants del contracte, establert en un mínim de 3 anys.

Aquesta ampliació haurà d'incloure tots els canals, mitjans i suports previstos en el plec tècnic i en la documentació contractual, incloent, entre d'altres, televisió, ràdio, internet, mitjans digitals, xarxes socials, suports impresos, publicitat exterior, canals propis d'FGC Turisme i accions promocionals vinculades a les campanyes.

L'ampliació del termini dels drets de cessió es justifica per la naturalesa dels suports en què s'apliquen els materials, a part de suports digitals, inclou elements físics i de gran format (vinilats, retolació i altres suports expositius), els quals presenten limitacions tècniques per a la seva substitució. A diferència dels suports digitals, aquests elements requereixen una permanència temporal més prolongada.

En aquest context, es preveu com a criteri d'adjudicació la millora consistent en l'ampliació del termini de cessió de drets fins a 4 anys, en la mesura que s'adequa millor a la vida útil real dels suports i a les necessitats d'explotació dels materials.

4) Condicions de qualitat social basada en les condicions laborals dels treballadors: Fins a 5 punts

El licitador que acrediti el major percentatge del personal adscrit a l'execució dels contracte amb contracte laboral indefinit en el moment de presentar l'oferta o compromís de transformació a indefinit abans de la formalització del contracte, se li assignarà la màxima puntuació, això és 5 punts

**Entre aquest personal adscrit s'haurà d'incloure, com a mínim, el requerit a la solvència i és podrà incloure aquell personal que el licitador consideri necessari i imprescindible per a la correcta execució del contracte, amb una dedicació mínima del 50%.**

A la resta se'ls assignarà la puntuació que resulti de l'aplicació de la següent fórmula:

$$\text{Punts atorgats} = \frac{\% \text{ de treballadors indefinits de l'oferta que es puntuarà}}{\% \text{ Major de treballadors indefinits ofertades}} \times 5$$

El percentatge ofert es mantindrà durant tota la vigència del contracte.

Els contractes de serveis es caracteritzen, en general, per la utilització intensiva de mà d'obra. L'estabilitat laboral i les condicions retributives del personal de mà d'obra que ha d'executar el contracte que es licita redunda en el grau de compromís i la qualitat de l'execució de l'actuació.

*L'acreditació d'aquest criteri es farà a través de l'aportació d'una declaració responsable al respecte per part del licitador indicant els treballadors adscrits, la dedicació de cadascun d'ells (mínim 50%), el treball que realitzarà cadascun d'ells en l'execució del contracte i el tipus de contracte (indefinit o temporal, i/o, en aquest últim cas, si escau, compromís de transformació dels temporals en indefinits). FGC podrà requerir altra documentació addicional que acrediti el compliment del criteri.*

5) Condicions d'igualtat de gènere: Fins a 3 punts

Es valorarà que el licitador disposi de dones adscrites a l'execució del contracte en el moment de presentar l'oferta o compromís abans de la formalització del contracte en qualsevol dels

perfils professionals que conformen l'equip mínim, d'acord amb la següent puntuació i fins a un màxim de 3 punts:

*Una professional adscrita al contracte dona = 1 punt  
Dues professionals adscrites al contracte dones = 2 punts  
Tres professionals adscrites al contracte dones = 3 punts*

Haurà de mantenir-se durant tot el termini d'execució del contracte.

El criteri té com a objectiu donar oportunitats a la incorporació de personal femení en el mercat laboral seguint les polítiques de foment de la contractació femenina en sectors més masculinitzats

6) Mesures de conciliació: fins a 2 punts

Es valorarà que el licitador disposi de mesures de conciliació entre la vida personal i laboral a la plantilla que executi el contracte (xecs de serveis, menjadors, guarderies,...) en el moment de presentar l'oferta. S'atorgarà 1 punt per cada mesura, fins un màxim de 2 punts:

*Mesura favorable a la conciliació entre la vida personal i  
laboral a la plantilla que executi el  
contracte = 1 punt*

Atès que es tracta d'un contracte de servei en el qual part de l'execució d'aquest està predeterminat per FGC, no es tindran en compte les mesures de conciliació relatives a reduccions i/o flexibilitzacions de l'horari.

Es considera que la conciliació personal i laboral son criteris vinculats amb la qualitat ja que, en assegurar que l'empresa no menyscaba les condicions de treball, s'evita la precarietat laboral de les persones adscrites a l'execució del contracte i, conseqüentment, s'assoleix una major continuïtat i un millor desenvolupament per part del personal adscrit a l'execució.

*L'acreditació d'aquest criteri es farà a través de l'aportació d'una declaració responsable al respecte per part del licitador indicant les mesures ofertes. FGC podrà requerir altra documentació addicional que acrediti el compliment del criteri.*

7) Condicions ambientals: fins a 2 punts

Adscripció a l'execució del contracte de maquinària, eines o metodologia que redueixin l'impacte al medi ambient.

FGC disposa d'una "Agenda d'Acció Climàtica 2030" que ha d'ajudar a esdevenir una empresa Net Zero el 2050, i que s'alineja amb els compromisos del Govern de la Generalitat de Catalunya davant l'emergència climàtica, on s'inclou l'objectiu d'Integrar l'adaptació al canvi climàtic en la planificació, la construcció i el manteniment d'infraestructures. En aquest sentit, és important que el personal adscrit a l'execució del servei es desplaci amb vehicles amb menors emissions per contribuir a la reducció de la petjada de carboni al territori.

- a) Compromís d'utilització de vehicles elèctrics o de baix consum que es considerin adequats per garantir el desplaçament dels professionals adscrit a l'execució del servei, etc. Es valorarà un màxim de 2 vehicles. Fins a 2 punts.

*Compromís d'utilització de 1 vehicle elèctric o de baix consum  
(distintiu 0 o ECO de la DGT) = 1 punt.  
Compromís d'utilització de 1 vehicle de baix consum  
(distintiu C de la DGT) = 0,5 punt.*

*L'acreditació d'aquest criteri es farà a través de l'aportació de la fitxa tècnica amb el marcatge CE del vehicle o carta de compromís conforme abans de la signatura del contracte es disposarà del vehicle ofert amb la corresponent fitxa tècnica.*

## 7.- Justificació insuficiència de mitjans

FGC Turisme no disposa dels equips tècnics ni humans necessaris i amb l'especificitat tècnica necessària per a l'execució del servei objecte del contracte

## 8.- Decisió de no dividir en lots

La distribució en lots és la següent, d'acord amb les zones, la naturalesa de les prestacions i l'abast creatiu, productiu i operatiu dels treballs a executar en cadascun dels casos:

- Lot 1 – Zona La Molina i Vallter:  
Serveis de creació de noves campanyes creatives 365, amb conceptualització, producció i postproducció de campanyes declinables per a les temporades d'estiu i d'hivern.
- Lot 2 – Zona Espot i Port Ainé:  
Serveis de creació de noves campanyes creatives, amb conceptualització, producció i postproducció, amb una única declinació vinculada a la temporada d'hivern.
- Lot 3 – Zona Boí Taüll i Vall de Núria:  
Serveis d'adaptació i execució de campanyes creatives existents, incloent producció, postproducció, adaptació de peces i lliurament de materials finals, sense desenvolupament de conceptualització creativa de base.

Els licitadors podran presentar oferta per a més d'un lot, però només podran resultar adjudicatariis d'un. En cas que una mateixa empresa presenti la millor oferta en més d'un lot, se li adjudicarà aquell amb el pressupost més alt.

No obstant això, si en un o dos lots només es presenta una única empresa i aquesta també és la millor classificada en un altre lot, podrà resultar adjudicatària de tots.

La divisió en lots respon a la necessitat de diferenciar tipologies de serveis dins l'àmbit de les campanyes creatives d'FGC Turisme, atenent al diferent abast creatiu, productiu i de planificació temporal de les actuacions previstes.

Aquesta divisió no respon únicament a una distribució territorial, sinó també a una necessitat operativa i de garantia d'execució. Les campanyes objecte del contracte comporten treballs de conceptualització, rodatge, producció, postproducció, adaptació multicanal i lliurament d'arts finals que s'hauran d'executar de manera concentrada en el temps i, en bona part, de forma simultània.

La separació en lots permet distribuir adequadament la càrrega de treball entre diferents adjudicatariis, garantir una dedicació suficient de recursos humans i tècnics a cada campanya i reduir el risc d'incompliment dels terminis, especialment tenint en compte que els materials finals hauran d'estar disponibles amb l'antelació necessària per permetre la correcta planificació de mitjans, producció de suports i sortida pública de les campanyes.

### 9.- Aspectes pressupostaris

- Àrea pressupostària
  - FGC Turisme
  - Vallter
  - Boí Taüll
- Concepte pressupostari: (inversió/explotació)

Inversió

- Partida pressupostaria

FGC Turisme

Ordre: 616755

Dotació: 60.000,00

Vallter

Ordre: 615208

Dotació: 20.000,00 €

Boí Taüll

Ordre: 614526

Dotació: 10.000,00€

Enric Serra i Teixidor  
Subdirector de Muntanya FGC Turisme

Signatura electrònica