



MEMÒRIA JUSTIFICATIVA: Licitació Servei de comunicació, màrqueting i publicitat dels productes, activitats i serveis de la sala museïtzada de Can Manent, del Museu Romà i del Museu de l'Estampació de Premià de Mar

L'article 63.3.a) de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes de sector públic (LCSP), indica que s'haurà de publicar en el perfil del contractant una memòria justificativa del contracte i un informe d'insuficiència de mitjans en el cas de contractes de serveis. Pel que fa a la justificació del contracte, l'article 28 de la LCSP estableix que l'Ajuntament no podrà celebrar altres contractes que aquells que siguin necessaris per al compliment i realització dels seus fins institucionals. A tal efecte, la naturalesa i extensió de les necessitats que es pretenen cobrir mitjançant el present contracte, així com la idoneïtat del seu objecte i contingut per a satisfer-les són determinades amb precisió en aquesta memòria, que formarà part de la documentació preparatòria, abans d'iniciar el procediment encaminat a la seva adjudicació.

Per altra banda, l'article 116.4 de la LCSP demana que es justifiqui adequadament en l'expedient les decisions sobre els aspectes següents:

- L'elecció del procediment de licitació.
- La classificació empresarial que podran aportar els licitadors per acreditar la seva solvència.
- Els requisits de solvència tècnica o professional, i econòmica i financera.
- Els criteris de valoració de les ofertes per a adjudicar el contracte.
- Les condicions especials d'execució del contracte.
- El valor estimat del contracte con una indicació de tots els conceptes que l'integren com són el pressupost base de licitació desglossat per costos directes i indirectes (i dins dels costos directes els costos de personals segons categoria professional) de conformitat amb el conveni col·lectiu vigent, les eventuais pròrrogues i els supòsits de modificació de contracte que s'hagin de prever en els plecs de clàusules administratives particulars (desglossant els preus unitaris per al seu càlcul).
- Les necessitats de l'Ajuntament que es pretenen satisfer mitjançant la

Signatura 1 de 1
Ramon Coll Monteagudo
02/06/2026
Tècnic de Patrimoni



Per descarregar una còpia d'aquest document consulteu la següent pàgina web / Para descargar una copia de este documento consulte la siguiente página web	
Codi Segur de Validació	7932675ef2b4401e9b331b7815922d33001
Url de validació	https://www.epremia.net/absis/idi/arx/idiarxabsaweb/catala/asp/verificadorfirma.asp
Metadades	Origen: Origen administració Estat d'elaboració: Original



contractació de les prestacions corresponents; i la seva relació amb l'objecte del contracte, que haurà de ser directa, clara i proporcional.

- En els contractes de serveis, l'informe d'insuficiència de mitjans.
- La decisió de no dividir en lots l'objecte del contracte, quan escaigui.

A aquests efectes s'expedeix la memòria següent:

1. Objecte del contracte

1.1-Objecte del contracte:

L'objecte del contracte és la prestació del servei de comunicació, màrqueting i publicitat dels productes, activitats i serveis de la sala museïtzada de Can Manent¹, del Museu Romà i del Museu de l'Estampació de Premià de Mar.

L'Ajuntament de Premià de Mar disposa de dos museus, el Museu de l'Estampació (en endavant, MEP) del Museu Romà (en endavant, MR), i a partir de maig de 2026 també de la sala museïtzada de Can Manent (en endavant, CM) Tots ells amb la funció de conservar, investigar i difondre el patrimoni històric, etnogràfic i arqueològic de Premià de Mar, tal i com disposa la Llei 17/1990, de Museus i els successius decrets i complements a aquesta Llei. Les diferents funcions fan referència a períodes diferents i amb metodologies també diferents de tractament però amb un nexa comú: la història de Premià de Mar. La diversitat d'aquests espais s'adiu amb les línies d'intervenció comunitària específiques que gestiona la Regidoria de Cultura, i que giren entorn de la dinamització museística i del patrimoni històric i arqueològic de la població. Tenint en compte la idiosincràsia del municipi de Premià de Mar considerem de tot punt necessari que els serveis de comunicació, màrqueting i publicitat d'aquests centres museístics han de fer-se conjuntament atès que es tracta del pal de paller de qualsevol projecte turístic que afecti la població de Premià de Mar.

¹ En el moment de redactar aquests plecs el projecte de la sala museïtzada de Can Manent és a punt d'esdevenir una realitat.



La proporció del serveis de comunicació, màrqueting i publicitat serà la següent:

- 45% Museu de l'Estampació
- 45% Museu Romà
- 10% Sala museïtzada de Can Manent

Tots dos museus i la sala museïtzada donen servei a les inquietuds culturals de la ciutadania. Són eines on el ciutadà pot satisfer part de les seves necessitats socioculturals. Els museus vertebreren les polítiques culturals de la ciutat i són el punt de connexió entre aquestes i la ciutadania a la que van adreçades.

És per això que aquests serveis de comunicació, màrqueting i publicitat que es liciten tenen com a finalitat ajudar en la projecció sociocomunitària dels tres espais. Es pretén la unificació de criteris de funcionament i de projecte i alhora la màxima interdisciplinarietat de les intervencions.

Les presents consideracions s'adiuen també amb l'espai museïtzat de la masia de Can Manent i la seva col·lecció etnogràfica, que es refereix al Premià preindustrial, essencialment agrícola i pescador/mariner, complement idoni dels dos museus referenciats més amunt.

Cal dir igualment que en el moment de redactar aquest text el Museu de l'Estampació es troba en obres, i per tant mentre no hi hagi una data de nova obertura la proporció dels serveis variarà en funció de les necessitats de la resta d'equipaments, sempre d'acord amb la direcció dels museus. D'altra banda, en aproximar-nos a la reobertura del Museu de l'Estampació aquests percentatges necessàriament variaran en benefici seu, en ser necessària una potent campanya de llançament.

Aquest servei alhora permetrà informar millor des de l'àmbit turístic d'altres elements patrimonials i turístics, elaborar estadístiques i recollir dades, atendre al públic, etc. En aquest sentit en cap de setmana i en horari escolar, i prèvia reserva, es realitzen visites guiades i tallers relacionats amb les temàtiques de tots tres espais museístics, que són en l'actualitat l'estampació tèxtil (Museu de l'Estampació) i l'arqueologia local (Museu Romà).



La solució proposada és idònia per als interessos municipals en quant a atenció als museus i cobertura de la llei sobre museus, i també pel que fa a la necessitat de difondre el patrimoni, ja que permet una difusió dels museus amb la qualitat i garanties necessàries.

Aquest servei permetrà una comercialització envers l'àmbit turístic, àmbit escolar, de la gent gran, etc., utilitzant els canals digitals i altres de més tradicionals per tal de difondre a gran escala el patrimoni històric, etnogràfic i arqueològic de Premià de Mar.

La masia de Can Manent es troba ran de mar. És una construcció de l'any 1616, i en l'actualitat acull les colles de cultura popular. Es preveu de manera immediata l'obertura al públic d'una de les seves sales que ha estat museïtzada amb la finalitat de mostrar el Premià preindustrial, essencialment centrat en la vida pagesa i marinera de la població.

El MEP es troba situat en l'espai de l'antiga Fàbrica del Gas. Inicialment obrí les seves portes l'any 1986, en la planta baixa de la masia de Can Manent. L'any 2001, amb una renovació i ampliació del discurs expositiu, obrí les seves portes en l'espai de l'antiga Fàbrica del Gas. En l'actualitat està previst dur a terme una reforma total pel que fa a la seva exposició permanent, però es preveuen activitats alternatives a aquesta visita, com són les exposicions temporals o els tallers. El MEP, que forma part de la Xarxa de Museus Locals de la Diputació de Barcelona i de la Xarxa dels Museus Tèxtils de Catalunya, explica des d'un punt de vista històric i tècnic el procés de l'estampació tèxtil des del segle XVII, fent especial incidència en l'estampació a la lionesa o serigràfica, de la que Premià de Mar va ser capdavanter a l'estat espanyol des de la dècada de 1930 del passat segle XX.

L'edifici octogonal romà de Can Ferrerons fou descobert l'any 2000. Fou declarat Bé Cultural d'Interès Nacional l'any 2014 (DOGC 6709, 18.09.2014). Obrí les seves portes al públic l'any 2015 amb el nom Museu Romà de Premià de Mar. Entre els anys 2018 i 2022 s'han finalitzat les excavacions arqueològiques i l'edifici ha estat museïtzat.

El MR disposa dels següents espais, que es troben en dos edificis propers, només separats per una vorera:

Signatura 1 de 1
Ramon Coll Montegudo
02/06/2026
Tècnic de Patrimoni



Per descarregar una còpia d'aquest document consulteu la següent pàgina web / Para descargar una copia de este documento consulte la siguiente página web	
Codi Segur de Validació	7932675ef2b4401e9b331b7815922d33001
Url de validació	https://www.epremia.net/absis/idi/arx/idiarxabsaweb/catala/asp/verificadorfirma.asp
Metadades	Origen: Origen administració Estat d'elaboració: Original



a) Edifici octogonal romà museïtzat. Pot acollir visites mitjançant àudio guies i també visites guiades específiques personalitzades, que es preveuen molt més esporàdiques i de caràcter especialitzat.

b) Local de recepció, anomenat *Espai Ferrerons*. Es tracta d'un espai polivalent on es realitzarà la recepció al públic assistent, on es durà a terme la venda de marxandatge, les entrades si s'escau, i on hi ha previst desenvolupar-hi tallers i conferències, i també acollir-hi exposicions temporals. Disposa d'una petita exposició permanent dedicada a l'arqueologia romana de Premià.

1.2. L'objecte del contracte de serveis està compost de les prestacions i subprestacions següents:

La comunicació, màrqueting i publicitat dels productes, activitats i serveis tant del MR com del MEP com de CM té com a objectiu aconseguir donar a conèixer aquests equipaments i les seves activitats, i d'aquesta manera atraure visitants de diferents tipus.

Els tipus de públic a què hom preveu adreçar-se són:

- General local
- General nacional
- Públic familiar
- Públic internacional
- Públic especialitzat/expert
- Centres educatius
- Persones interessades
- Públic fidelitzat
- Entitats i associacions (Gent Gran, entitats culturals...)

L'estratègia de promoció es basa en tres eixos fonamentals, i que s'han d'adreçar als diferents tipus de públic:

- Creació d'un producte sòlid i adient, d'acord amb els interessos de difusió patrimonial del MR, de CM i del MEP de Premià de Mar
- Comercialització pensant en els diferents tipus de públic objectius
- Difusió, amb l'objectiu de generar l'interès del públic i atraure visitants als museus de Premià de Mar

Cal que la proposta que es presenti tingui un desenvolupament exhaustiu del pla d'accions de comunicació, màrqueting i publicitat. Les principals accions a desenvolupar en la proposta són:

1. Comunicació, màrqueting i publicitat de l'oferta de CM, del MR i del MEP de Premià de Mar a través de canals digitals. Comporta la gestió del web, comercialitzar l'oferta a través de les agències de viatges *on line* (OTA) (al menys 20 agències de viatges). Creació de continguts i difusió a les xss (*Instagram* vinculat a *Facebook*, xarxa *X* i *TikTok*) d'ambdós museus i de la sala museïtzada, amb accions diàries de difusió: post i boost-post, etc.
2. Captació d'agències de viatges i tour operadors, destacant els museus de Premià de Mar com a oferta destacada en l'entorn turístic, creant una xarxa de tipus relacional i de recomanació amb els agents turístics de l'entorn, tant pel que fa al turisme nacional com per a l'estranger. Al menys a 25 agències de viatges
3. Captació del públic escolar i educatiu de Catalunya, especialment entre les escoles de les comarques del Maresme, els dos Vallès, Baix Llobregat i Barcelonès.
4. Captació del públic de la Tercera Edat (Aules Universitàries, associacions de Gent Gran, etc.). Al menys. 15 aules universitàries.
5. Captació de públics interessats/experts en les matèries que tracten els museus de Premià de Mar: història, història econòmica, arqueologia, arqueologia industrial...
6. Relació amb els agents turístics de l'entorn
7. Coordinació amb els mitjans de comunicació locals i comarcals, quan s'escaigui.
8. Creació d'un *newsletter*
9. *Banners* a webs de turisme i activitats culturals familiars
10. Campanya de posicionament als mitjans digitals



11. Gestió de les activitats als portals dedicats a activitats en família. Es considera imprescindible estar vinculats a les xarxes d'aquests col·lectius per tal de dur una bona gestió publicitària
12. Coordinació amb la premsa local i comarcal. També amb el departament de Comunicació de l'Ajuntament de Premià de Mar
13. Publicacions d'anuncis en revistes especialitzades en difusió històrica, en turisme familiar, etc.

Totes les accions de màrqueting digital han de seguir els següents requisits:

1. Les xarxes socials SÓN TITULARITAT municipal, amb independència de qui les creï. Els administradors hauran de compartir login/password amb els responsables municipals de referència. En cas de finalització de contracte, l'empresa responsable de la gestió es desvincularà completament de les XXSS, assegurant-se que l'Ajuntament té garantit l'accés per a la seva continuïtat
2. L'activitat als espais web dels dos Museus es mesurarà automàticament amb Google Analytics, que activarà l'Ajuntament creant un perfil d'usuari per a l'empresa responsable. Aquesta s'encarregarà de mesurar diferents mètriques de justifiquin les actuacions de màrqueting digital.
3. Totes les actuacions de màrqueting digital han d'anar forçosament lligades a objectius i KPIs. Els objectius han de ser mesurables, amb dades concretes a aconseguir i terminis en el temps, per tal de poder constatar la seva eficàcia amb l'anàlisi de les mètriques.
4. Per a cada objectiu, l'empresa marcarà un Pla de Contingències, que pugui donar resposta a diferents escenaris que no corresponguin amb el futur assoliment de l'objectiu. El Pla de Contingències s'ha de compartir prèviament amb els referents municipals.
5. En cas d'actuacions omnicanal (digital + presencials) o offline, l'empresa està obligada a marcar igualment objectius, KPIs i sistemes de mesura.



6. Els informes d'eficiència de màrqueting digital, amb resum de mètriques (insights de XXSS i software de newsletters, informes de Google Analytics i seguiment d'objectius) s'han de presentar mensualment o habilitar un panell de control online per a un seguiment en temps real.

1.4. Codi CPV dels serveis:

Els codis CPV d'aquest contracte de conformitat amb el Reglament CE 213/2008 de la Comissió, de 28 de novembre de 2007, pel qual es modifica el Reglament CE 2195/2002 del Parlament europeu i el Consell pel qual s'aprova el Vocabulari comú dels contractes públics (CPV), i les Directives 2004/17/CE i 2004/18/CE del Parlament europeu i el Consell sobre els procediments dels contractes públics, pel que fa referència a la revisió del CPV, és:

79340000-9 Serveis de publicitat i de màrqueting

Aquest contracte té incidència sobre els ODS de l'Agenda 2030 de les Nacions Unides² següents:

- 3, 5, 7, 9, 11 i 12

Per quant el contracte incideix en el benestar de les persones, la igualtat de gènere, es desenvolupa a partir de l'ús d'energies *a priori* no contaminants i amb elements innovadors que fan més sostenible la ciutat.

² <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>

2. Subcontractació

Atesa la naturalesa del contracte es considera que les prestacions no són crítiques, i per tant poden ser subcontractades de conformitat amb l'article 215 LCSP.

3. Motivació de la no divisió en lots del contracte

No escau la divisió en lots de l'objecte del contracte perquè:

El conjunt de les prestacions que integren el contracte constitueix una única unitat funcional.

Les tasques de comunicació, màrqueting i publicitat dels productes, activitats i serveis del Museu Romà, de l'espai museïtzat Can Manent i del Museu de l'Estampació de Premià de Mar han de tenir un caràcter continuat per les pròpies raons del servei. Les diferents prestacions del servei estan intrínsecament connectats, per tant, comparteixen recursos que, d'altra banda, haurien de ser dividits i duplicats, el que suposaria un increment del cost. Aquest increment de cost derivat de la divisió en lots no assegura una millora de l'eficàcia del servei, sinó que per contra, podrien donar-se problemes d'eficiència tècnica de les prestacions per duplicat de funcions i indefinició dels límits d'actuació de cada servei contractat en lots i a empreses diferents. Per tant, es conclou que existiria una complicació innecessària de la gestió dels serveis generant disfuncions i conflictes en la identificació del contractista responsable d'hipotètics incompliments contractuals.

En termes generals, per tant, es justifica la no divisió en lots ja que la realització independent de les diverses prestacions compreses en l'objecte d'aquest contracte dificultaria la correcta execució del mateix des del punt de vista tècnic, i podria tenir un risc sobre la correcta execució del contracte en implicar la necessitat de coordinar l'execució de les diferents prestacions, qüestió que podria veure's impossibilitada per la seva divisió en lots i execució per una pluralitat de contractistes diferents. L'operativa conjunta comporta



una millor i més eficaç gestió i coordinació de la prestació i de resultat, i redueix i optimitza els costos derivats dels serveis

Amb la realització d'un servei regular es pot garantir la correcta comunicació, publicitat i màrqueting dels serveis dels dos museus i de l'espai museïtzat. En aquest sentit, les tasques es realitzaran de forma regular i no es dividiran en lots.

4. Idoneïtat del contracte

4.1. L'Ajuntament és competent en matèria de promoció de la cultura i equipaments culturals de conformitat amb la legislació següent:

- Article 25.2 apartat m) de la Llei 7/1985, de 2 d'abril, reguladora de les bases del règim local.
- Articles 3, 30, 43.2 i 67 de la Llei 9/1993, del Patrimoni Cultural Català
- Article 8 de la Llei 17/1990, de Museus (implícitament), i article 29 de la mateixa Llei.

4.2. És tramita ara aquest expedient de contractació de serveis perquè:

L'objecte del contracte es troba actualment prorrogat. Des dels museus de Premià de Mar s'ha dissenyat de nou el servei, que s'ha de licitar per tal de millorar la gestió de la comunicació, publicitat i màrqueting tant del Museu Romà com del Museu de l'Estampació i de Can Manent, amb possibilitat de 3 pròrrogues de 12 mesos.

5. Necessitats a satisfer amb el contracte

Els objectius d'aquest contracte de serveis, de conformitat amb el què estableix la memòria del projecte, són:



- El MEP, el MR i CM són institucions dedicades a la recerca, conservació i difusió de les seves col·leccions. Entre les seves funcions primordials hi ha la correcta divulgació de totes elles, en el benentès que si no ho fem així la recerca i la conservació no tindrien cap sentit, i per tant resulta imprescindible una tasca de comercialització i de comunicació de tots tres equipaments, acurada i de manera conjunta per quant defineixen una part molt important de la cultura del municipi de Premià de Mar.
- La necessitat de realitzar el contracte ve donada perquè es vol poder oferir un servei acurat, de qualitat, amb professionals tècnics que garanteixin la correcta difusió de les col·leccions dels museus de Premià de Mar.

Aquesta solució proposada és idònia per als interessos municipals en quant a la divulgació dels seus fons històrics i arqueològics amb la qualitat i garanties professionals necessàries.

6. Insuficiència de mitjans personals per a dur a terme el contracte de serveis

L'Ajuntament no disposa dels mitjans personals adequats i suficients per a executar directament les prestacions objecte del contracte pels motius següents:

- El Museu de l'Estampació i el Museu Romà disposen de dos tècnics i una directora. No es disposa, per tant, dels mitjans personals suficients, ni dels coneixements específics, per poder realitzar amb personal propi les tasques de comercialització i comunicació que requereixen personal especialitzat. Atès, doncs, que els museus de Premià de Mar no disposen dels recursos humans necessaris per realitzar aquestes tasques, és de tot punt necessari obrir un procés de licitació per contractar externament els esmentats serveis.



7. Requisits de solvència tècnica-professional i econòmica

7.1. Requisits de solvència econòmica i financera mínima a exigir als licitadors:

a) De conformitat amb l'article 87.1.a) de la LCSP:

- Volum anual de negocis, o bé volum anual de negocis en l'àmbit al qual es refereix el contracte, respecte al millor exercici dins dels tres últims disponibles en funció de les dates de constitució o d'inici d'activitats de l'empresari i de presentació de les ofertes per import igual o superior a l'exigit en el anunci de licitació i en els plecs de clàusules, o en el seu defecte l'establert reglamentàriament.

El volum de negocis mínim anual exigit no serà superior d'una vegada i mitja el valor estimat del contracte, excepte en aquells casos degudament justificats.

Per tant en el present cas el volum anual de negocis exigit serà de 40.000€ (sense IVA).

Motivació de l'elecció d'aquest requisit de solvència:

El volum de negoci són els ingressos totals que obté una empresa durant un exercici. Aquest ítem permet saber quin és l'estat de la comptabilitat de l'empresa i quin són els plans financers o estratègies de negocis que pot realitzar l'empresa a curt i a mig termini. Permet igualment saber quina és la capacitat d'endeutament de la companyia. La situació financera i el grau de fortalesa en la estructura, en la magnitud i en la composició del capital social permet presumir d'una manera raonable una capacitat econòmica suficient de l'adjudicatari per fer front a les obligacions econòmiques i financeres que derivin de l'adjudicació del contracte. Amb la solvència econòmica es pretén acreditar que es



disposen dels mitjans per tal d'executar el contracte garantint que el licitador té els mitjans financers per exercir l'activitat.

b) De conformitat amb l'article 87.1.b) de la LCSP:

- Justificant de l'existència d'una assegurança de responsabilitat civil per riscos professionals per import igual o superior a 100.000€

Motivació de l'elecció d'aquest requisit de solvència:

Atès el cost del contracte

7.2. Requisits de solvència tècnica o professional mínima a exigir als licitadors:

a) De conformitat amb l'article 90.1.a) de la LCSP:

- Un llistat de tres serveis realitzats d'igual o similar naturalesa que els que constitueixen l'objecte del contracte en el curs de com a màxim, els tres últims anys, per un import mínim de 20.000€ de cada actuació; en el què s'indiqui l'import, la data i el destinatari, públic o privat dels mateixos. Quan li siguin requerits pel servei de contractació, els serveis efectuats s'acreditaran mitjançant certificats expedits o visats per l'òrgan competent, quan el destinatari sigui una entitat del sector públic; quan el destinatari sigui un subjecte privat, mitjançant un certificat expedit per aquest o, a falta d'aquest certificat, mitjançant una declaració de l'empresari acompanyat dels documents en mans del mateix que acreditin la realització de la prestació; en el seu cas aquests certificats seran comunicats directament a l'òrgan de contractació per l'autoritat competent.



Per a determinar que un servei és d'igual o similar naturalesa al que constitueix l'objecte del contracte, es podrà recórrer a més del CPV, a altres sistemes de classificació d'activitats o productes com el Codi normalitzat de productes i serveis de les Nacions Unides (UNSPSC), a la Classificació central de productes (CPC) o a la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques (CNAE), que en tot cas haurà de garantir la competència efectiva per a l'adjudicació del contracte. En defecte de previsió en el plec es tindran en compte els tres primers dígit dels respectius codis de la CPV.

Motivació de l'elecció d'aquest requisit de solvència: La motivació ve donada per la importància d'una bona qualitat en el servei de comunicació, màrqueting i publicitat. Perquè això es pugui donar cal que l'empresa pugui acreditar una experiència en altres museus o equipaments culturals similars pel que fa a la comunicació, màrqueting i publicitat dels seus productes que pugui demostrar que coneix aquest àmbit i que sap desenvolupar-se en aquests tipus d'activitats.

La realització dels serveis justifiquen l'experiència, els coneixements, fiabilitat dels licitadors en contractes similars i la gestió adequada de la qualitat en els treballs realitzats, garantint l'experiència suficient per desenvolupar el contracte.

b) De conformitat amb l'article 90.1.b) de la LCSP:

- Indicació del personal tècnic o de les unitats tècniques, integrades o no en l'empresa, participants en el contracte, especialment aquelles encarregades del control de qualitat.

Motivació de l'elecció d'aquest requisit de solvència: La motivació ve donada per la importància d'una bona qualitat en el servei. Perquè això es pugui donar cal que el personal estigui format en l'àmbit de la comercialització i la comunicació en el camp dels museus i institucions culturals afins.





c) De conformitat amb l'article 90.1.e) de la LCSP:

- Títols acadèmics i professionals de l'empresari o dels directius de l'empresa i, en particular, del responsable o responsables de l'execució del contracte així com dels tècnics encarregats directament d'aquesta, sempre que no s'avaluïn com un criteri d'adjudicació.

Com a mínim l'equip tècnic destinat a l'execució del contracte haurà d'estar integrat al menys per una persona llicenciada/amb grau o titulació equivalent.

Concretament, el tècnic haurà de tenir la següent formació:

- Grau universitari o titulació equivalent en Comunicació o Màrqueting i Publicitat
- Nivell C2 de català
- Nivell B2 o equivalent d'anglès o francès.

La persona o persones que prestin el servei contractat hauran d'acreditar d'almenys tres anys d'experiència demostrada en gestió, dinamització i creació de contingut per a xarxes socials o tasques similars.

Motivació de l'elecció d'aquest requisit de solvència: La motivació ve donada per la importància d'una bona qualitat en el servei. Perquè això es pugui donar cal que el personal estigui format en l'àmbit de la comunicació, el màrqueting i la publicitat.

8. Termini d'execució o durada del contracte i eventuais pròrrogues

Supòsit A.- Durada del contracte





El contracte tindrà una durada de 12 mesos des del primer dia de formalització del contracte. El contracte es podrà prorrogar 3 vegades, per un període de 12 mesos cada vegada.

9. Elecció del procediment de licitació

Es proposa que la licitació es tramiti pel procediment obert perquè:

És el procediment per defecte de conformitat amb l'article 156 de la LCSP, i l'objecte del contracte és cert i no cal procediment amb negociació per acabar-lo de definir.

10. Aspectes econòmics del contracte

10.1. Pressupost base de licitació i preu del contracte:

10.1.a) *Pressupost base licitació:* Els costos del contracte es limiten a la realització del servei.

El cost de la realització del servei es calcula en base als preus actualment existents en el mercat. Com a punt de partida de la licitació es preveu els següent preu anual, on es contempla a partir del 2026 un increment en l'estratègia de publicitat:

Primer any de contracte	SUBTOTAL	IVA	TOTAL
Comunicació, servei de premsa	6.611,57€	1.388,43	8.000,00€
Estratègia de publicitat (flyers, ràdio...)	8.264,46€	1.735,54	10.000,00€

El pressupost base de licitació és desglossa en el quadre d'anualitats següents:

Any	Base Imposable	IVA	Total
2027 (gener a desembre)	14.876,03 €	3.123,97 €	18.000,00 €
Total	14.876,03€	3.123,97€	18.000,00€



10.2. Valor Estimat del Contracte:

De conformitat amb els articles 101 i 116.4 de la LCSP s'ha calculat el valor estimat del contracte (VEC) de la forma següent:

Concepte	Base imposable
Pressupost base de licitació	14.876,03€
Pròrrogues del contracte	44.628,09€
Supòsits de modificació previstos en el PCAP	No es preveuen
(Prestacions addicionals (article 168.c.2 o 168.e de la LCSP)	
Total	59.504,12€

10.3-Estudi de costos

L'estimació dels costos salarials s'ha calculat prenent com a referència el Conveni col·lectiu de treball del sector d'oficines i despatxos de Catalunya per als anys 2025-2027 (codi de conveni núm. 79000375011994) (Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya) Núm. 9665, del 14.05.2026. El preu hora del personal del Grup I (18,34€/hora) s'ha calculat dividint el cost salarial anual del conveni (31.989,01€) entre la jornada laboral anual establerta per a l'any 2027 (1.744 hores).

Els imports salarials fixats al conveni sectorial és el que regeix als efectes de determinar ofertes anormals i durant l'execució del contracte. El fet de no aplicar el conveni sectorial comporta l'exclusió del procediment o resolució del contracte sempre i quan aquests imports siguin inferiors als establerts al conveni sectorial.

Per al càlcul del preu unitari/hora de publicitat, màrqueting i comercialització del pressupost, i donat que aquests tipus serveis s'acostumen a prestar per professionals



autònoms, s'han tingut en compte els preus de mercat, superiors als que preveu el conveni col·lectiu d'OFICINES I DESPATXOS CATALUNYA i s'ha previst un preu/hora de 20,00 €

Els costos salarials s'han calculat a partir d'una plantilla de persones treballadores que ha d'executar el contracte amb les següents categories professionals i nombre de persones, segons s'especifica en el Plec de prescripcions tècniques (PPT):

Categoria Professional	Retribució Salarial anual	Nº de treballadors/es
Grup I	31.989,01	1

Atès que el present contracte comporta despeses de caràcter plurianual, la seva autorització o realització se subordina al crèdit que per a cada exercici autoritzin els respectius Pressupostos municipals.

A tots els efectes, s'entendrà que les ofertes presentades pels licitadors comprenen, no només el preu del contracte, sinó també l'IVA i els demés tributs que li siguin d'aplicació segons les disposicions de la normativa vigent. En tot cas, la quantitat corresponent a l'IVA figurarà com a partida independent i per la comparació de l'element "preu" en les ofertes es tindrà en comte, exclusivament, el preu sense IVA.

El preu consignat és indiscutible, no admetent-se cap prova d'insuficiència i porta implícits tots aquells conceptes previstos al Plec de Clàusules Administratives Generals aplicables als contractes de serveis d'aquesta Corporació, així com despeses suplides, taxes, timbre de col·legi, si escau, etc.

10.4. Finançament:

L'aplicació pressupostària per a fer front a la despesa és :

- 5008.33302.2270605 Exposicions temporals





Per assegurar l'existència de crèdit suficient i adequat es demanarà a la intervenció municipal l'expedició del document comptable de retenció de crèdit, de conformitat amb l'article 116.3 de la LCSP.

11. Criteris de valoració de les ofertes

L'oferta econòmicament més avantatjosa per a l'interès públic des de la perspectiva de la millor relació qualitat - preu d'aquest contracte es determinarà sobre la base d'una pluralitat de criteris de valoració, els quals tenen una ponderació màxima de 100 punts valuables de conformitat amb els criteris i subcriteris següents:

11.1. Criteris de valoració automàtica o mitjançant formules matemàtiques:

- Preu: 45 punts

Fórmula a aplicar:

Fórmula proposada per defecte:

Es valorarà el percentatge de baixa ofert sobre el pressupost base de licitació IVA exclòs, de conformitat amb la fórmula polinòmica següent:

$$P_i = P \left(1 - \frac{O_i - O_m}{2 \cdot IL} \right)$$

P: punts de l'oferta /
P: punts del criteri preu
O_i: preu de l'oferta /
O_m: preu de la millor oferta
IL: import de licitació

Motivació de l'elecció d'aquest criteri de valoració:

Amb aquest criteri es busca un preu del contracte més baix que el pressupost base de licitació. La fórmula utilitzada garanteix que la millor oferta sempre tingui la màxima puntuació per aquest criteri, també garanteix que dos ofertes amb valors diferents tinguin la mateixa puntuació, i que si un licitador ofereix un preu igual al pressupost base de





licitació obtindrà 0 punts.

11.2. Altres criteris automàtics.

- Preu: 25 punts.

Formació del/s tècnic/s del servei. 10 punts màxim. A raó d'un punt per cada títol d'un mínim de 10h.

- Cursos de formació específics en el camp de la comunicació i indústries culturals, màrqueting i publicitat així com també pel que fa a xarxes socials A raó d'un punt per cada títol d'un mínim de 10h. Màxim 10 punts.

Experiència del/s tècnic/s del servei. 10 punts màxim

- Experiència acreditada en tasques similars, pel personal adscrit a l'execució del contracte, a les contemplades en aquest contracte, essencialment referida als museus i indústries culturals. Un punt per cada semestre acreditat, per sobre de la solvència mínima exigida al PCAp, que és de 3 anys . Màxim 10 punts

Idiomes del/s tècnic/s del servei. 5 punts màxim

- Coneixement superior dels idiomes estrangers exigits en el plec tècnic, o de qualsevol altre idioma estranger. Pel coneixement superior d'idiomes estrangers (C1-C2) dels professionals del servei. A raó de 2,5 punts per idioma. Màxim 5 punts.

Motivació de l'elecció d'aquest criteri de valoració: La motivació ve donada per la importància d'una bona qualitat en el servei, perquè això es pugui donar cal que el personal estigui format continuadament i tingui experiència en l'àmbit de la comunicació i



indústries culturals, màrqueting i publicitat, etc.

11.3. Criteris de valoració mitjançant judici de valor.

- Valor: fins a 30 punts

La singularitat de les activitats que es realitzen en uns museus com els de Premià de Mar i la significació del patrimoni cultural que conserven fa que sigui molt important la tasca de difusió d'aquests equipaments museístics. Cal que hi hagi una política de comunicació, màrqueting i publicitat ben definida, amb unes estratègies i objectius ben determinats per tal d'atraure el potencial públic visitant.

El licitador haurà de presentar una memòria descriptiva indexada i fent referència de manera clara i identificada a cadascun dels punts a valorar. Aquesta haurà de presentar-se en lletra Frankfurt Gòthic 11 o similar, interlineat d'1,5 i amb una extensió d'entre 5 i 7 pàgines DIN A4, portada i índex exclosos. Es tindrà en compte l'adequació i claredat de la informació aportada.

Planificació i organització del servei (fins a un màxim de 10 punts)

Caldrà detallar i definir els següents aspectes de la planificació i organització del servei:

- El circuit de difusió de la publicitat, tant de forma física com telemàtica
- Sistema de recollida de dades del retorn de la publicitat.
- Quantificació de les dades de publicitat i màrqueting
- Descripció dels mitjans humans i funcions dels mateixos i coherència amb els objectius del servei
- Cal desglossar en fases les diferents accions a realitzar

Es descriuen els circuits de difusió, sistemes de planificació i gestió del servei de forma detallada, exhaustiva i encertada. Es detallen	Fins a 10 punts
--	-----------------



totes les accions a fer i es tenen en compte tots els serveis amb els quals pot haver-hi coordinació. També es preveuen possibles incidències en el desenvolupament d'aquests circuits i sistemes i s'hi dona resposta.	
Es descriuen els circuits de difusió, sistemes de planificació i gestió del servei de forma poc detallada i correcta. Es detallen la majoria de les accions a fer i es tenen en compte la majoria dels serveis amb els quals pot haver-hi coordinació. No es preveuen possibles incidències en el desenvolupament d'aquests circuits i sistemes o no s'hi dona resposta.	Fins a 5 punts
S'enumeren els circuits de difusió, sistemes de planificació i gestió del servei sense detall i s'obvien la majoria dels aspectes demanats.	0 punts

Proposta de coordinació amb la direcció del museu i els seus tècnics (fins a un màxim de 10 punts)

Es valoraran les mesures per tal que aquesta relació sigui fluida, transparent, àgil i eficient en tot moment durant tota la prestació del servei.

Es descriuen les propostes i accions de forma detallada. En totes elles es detallen de manera clara i assoleixen l'objectiu de relació fluida, transparent, àgil i eficient	Fins a 10 punts
Es descriuen les propostes i accions de forma poc detallada. No s'assoleixen plenament els objectius de relació fluida, transparent, àgil i eficient	Fins a 5 punts
Les propostes i accions proposades no estan detallades segons el demanat.	0 punts

Proposta de seguiment i avaluació (fins a un màxim de 10 punts)



El licitant haurà de definir els indicadors (utilització de protocols, sistemes de registre, etc.) per tal d'avaluar les atencions realitzades, la metodologia emprada, l'assoliment dels objectius i les accions de seguiment durant la vigència del contracte.

Proposta de seguiment del servei i de l'avaluació que es faci de forma exhaustiva, coherent, correcta i detallada que inclogui els ítems i indicadors així com les eines de registre, la temporalitat de la recollida i posterior anàlisi. Retorn de la publicitat.	Fins a 10 punts
Proposta de seguiment del servei i de l'avaluació que es faci de forma correcta però poc detallada incloent els ítems, indicadors i les eines de registre i temporalitat. No s'inclou la metodologia del retorn de la publicitat.	Fins a 5 punts
Proposta de seguiment del servei i de l'avaluació que inclogui una descripció poc definida i/o obviï algun dels punts demanats en aquest apartat o que no aportï informació rellevant.	0 punts

Motivació de l'elecció d'aquest criteri de valoració: La prestació d'un bon servei precisa també d'organització, de coordinació i de metodologia, a més de coneixements.

Les empreses licitadores que no arribin als 15 punts en la fase de valoració mitjançant judici de valor no passaran a la següent fase del procediment.

11.4- Ofertes anormalment baixes

Es consideraran ofertes anormalment baixes:

En cas que l'òrgan de contractació presumeixi que una oferta resulta inviable per haver estat formulada en termes que la facin anormalment baixa, només podrà excloure-la del



procediment prèvia tramitació del procediment establert a l'article 149 LCSP. Per a determinar si una oferta té valors anormalment baixos:

Si concorre una empresa licitadora, es considera anormalment baixa l'oferta que compleixi els dos criteris següents:

1. Que l'oferta econòmica sigui un 30% més baixa que el pressupost de licitació.
2. Que la puntuació que li correspongui en la resta de criteris d'adjudicació avaluable de forma automàtica diferents del preu sigui superior al 90% de la puntuació total establerta en el plec de clàusules administratives particulars.

b. Si concorren dues empreses licitadores, es considera anormalment baixa l'oferta que compleixi el criteri següent: 1. Que la puntuació total que li correspongui en la suma de punts de tots els criteris d'adjudicació avaluable de forma automàtica sigui superior en més d'un 20% a la puntuació total més baixa.

c. Si concorren tres o més empreses licitadores, es considera anormalment baixa l'oferta que compleixi el criteri següent: 1. Que la puntuació total que li correspongui en la suma de punts de tots els criteris d'adjudicació avaluable de forma automàtica sigui superior a la suma de la mitjana aritmètica de les puntuacions totals de les ofertes i la desviació mitjana d'aquestes puntuacions totals.

Per calcular la desviació mitjana de les puntuacions s'obtindrà, per a cada oferta, el valor absolut de la diferència entre la seva puntuació i la mitjana aritmètica de les puntuacions de totes les ofertes. La desviació mitjana de les puntuacions és igual a la mitjana aritmètica d'aquests valors absoluts.

12. Designació del responsable del contracte i de la unitat de seguiment

La unitat encarregada del seguiment i execució ordinària del contracte, de conformitat amb l'article 62 de la LCSP, és l'Àrea dels Museus, a la qual li correspondrà:

- Assistir al responsable del contracte en allò que precisi.



- Calcular els danys i perjudicis irrogats a l'Ajuntament que poguessin incórrer els contractistes (article 194 LCSP).
- Donar els vistiplau al pla d'autocontrol del compliment de l'article 201 de la LCSP proposat pel contractista.
- Adoptar les mesures i fer el seguiment del compliment de les obligacions socials, laborals i mediambientals del contractista (article 201 LCSP).
- Controlar el compliment de condicions especials d'execució del contracte de caràcter social, ètic, mediambiental o d'un altre ordre (article 202 LCSP).
- Comprovar la idoneïtat de les modificacions plantejades pel responsable del contracte (articles 203 a 207 de la LCSP).
- Promoure la suspensió del contracte quan escaigui (article 208 LCSP).
- Promoure les causes de resolució del contracte taxades en la LCSP (articles 211 a 213 LCSP).
- Autoritzar possibles cessions de contracte (article 214 LCSP).
- Controlar la subcontractació del contracte (article 215 LCSP).
- Pot controlar el pagament del contractista als subcontractistes (articles 216 i 217 LCSP).
- Controlar la subrogació de personal (article 130 LCSP), si escau.
- Controlar situacions que puguin induir a cessió il·legal de treballadors (article 308 LCSP).

La responsable del contracte, de conformitat amb l'article 62 LCSP, és l' Àrea dels Museus, a la qual li correspondrà les funcions següents:

- Supervisar l'execució del contracte i prendre les decisions i dictar les instruccions necessàries per assegurar la correcta realització de la prestació, sempre dins de les facultats que li atorgui l'òrgan de contractació.
- Conformar les factures (article 198 LCSP).
- Efectuar les propostes d'interpretació dels plecs i el contracte a l'òrgan de contractació (article 190 LCSP).
- Promoure les penalitats per incompliment del termini d'execució (article 193 LCSP).



- Denunciar els incompliments parcials o compliments defectuosos dels plecs així com de l'oferta del contractista.
- Adoptar la proposta sobre la imposició de penalitats.
- Proposar els mecanismes interns necessaris per assegurar la qualitat de prestació del servei sens perjudici dels controls de qualitat proposats per l'adjudicatari.
- Assegurar-se que el contracte s'executa a risc i ventura del contractista (art 197 LCSP).

13. Condicions especials d'execució caràcter social, ètic, mediambiental o d'altre tipus

De conformitat amb l'article 202.1 de la LCSP són condicions especials d'execució d'aquest contracte:

13.a) De caràcter mediambiental:

- El manteniment o millora dels valors mediambientals que es puguin veure afectats per l'execució del contracte.
- La promoció del reciclat de productes i l'ús d'envasos reutilitzables.

13.b) De caràcter social:

- Promoure l'ocupació de persones amb especials dificultats d'inserció en el mercat laboral, en particular de les persones amb discapacitat o en situació o risc d'exclusió social a través d'Empreses d'Inserció.
- Eliminar les desigualtats entre l'home i la dona en el mercat de treball de l'àmbit de l'objecte del contracte, afavorint l'aplicació de mesures que fomentin la igualtat entre dones i homes en el treball.
- Afavorir la major participació de la dona en el mercat laboral i la conciliació del treball i la vida familiar.
- Afavorir la formació en el lloc de treball.
- Garantir la seguretat i la protecció de la salut en el lloc de treball i el compliment



- dels convenis col·lectius sectorials i territorials aplicables.
- Mesures per a prevenir la sinistralitat laboral.

Per acreditar el compliment d'aquestes condicions especials el contractista haurà de lliurar la documentació següent:

Memòria o documentació acreditativa

14. Obligacions essencials del contracte

Són obligacions del contracte essencials del contracte:

- Adscriure els mitjans personals i materials als qual s'ha compromès l'empresa contractista de conformitat amb l'article 76.2 de la LCSP.
- Fer us de les dades personals de conformitat amb la finalitat per les quals han estat cedides per l'Ajuntament o els usuaris de conformitat amb l'article 122.2 de la LCSP.
- Complir la normativa nacional i de la Unió Europea en matèria de protecció de dades de conformitat amb l'article 122.2 de la LCSP.
- Presentar abans de la formalització del contracte una declaració en la que posi de manifest on estan ubicats els servidors i des de d'on es prestaran els serveis associats als mateixos de conformitat amb l'article 122.2 de la LCSP.
- L'obligació de comunicar qualsevol canvi d'ubicació dels servidors i dels serveis associats que es produeixi, durant la vida del contracte de conformitat amb l'article 122.2 de la LCSP.
- L'obligació dels licitadores d'indicar en la seva oferta, si tenen previst subcontractar els servidors o els serveis associats als mateixos, el nom o el perfil empresarial, que compleixi les condicions de solvència professional o tècnica, dels subcontractistes als quals s'hagi d'encarregar la seva realització.



- Executar les prestacions objecte de l'oferta del contractista de conformitat amb l'article 122.3 de la LCSP.

L'incompliment de les quals comportarà la resolució anticipada del contracte de conformitat amb l'article 211.1.f) de la LCSP.

15. Supòsits de modificació de contracte que s'han preveure en els plecs

No es preveu cap modificació.

16. Règim de penalitats del contracte

16.1. Penalitat per mora en l'execució:

La constitució en mora del contractista no requereix intimació prèvia per part de l'Ajuntament.

Quan el contractista, per causes que li són imputables, hagi incorregut en demora respecte al compliment del termini total, l'Ajuntament pot optar, ateses les circumstàncies del cas, per la resolució del contracte o per la imposició de les penalitats diàries en la proporció de 0,60 euros per cada 1.000 euros del preu del contracte, IVA exclòs.

Cada vegada que les penalitats per demora arribin a un múltiple del 5 per 100 del preu del contracte, IVA exclòs, l'òrgan de contractació està facultat per procedir a la seva resolució o acordar la continuïtat de la seva execució amb imposició de noves penalitats.

L'Ajuntament té les mateixes facultats a què es refereixen els apartats anteriors respecte a l'incompliment per part del contractista dels terminis parcials, quan s'hagi previst en el plec de clàusules administratives particulars o en el projecte d'obres o quan la demora en el compliment d'aquells faci presumir raonablement la impossibilitat de complir el termini



total.

16.2. Altres penalitzacions per incompliment del contracte

En els supòsits d'incompliment de les obligacions assumides pel contractista, l'Ajuntament podrà constrènyer al compliment del contracte, amb imposició de penalitats, o acordar-ne la resolució.

El incompliment o compliment defectuós de les obligacions contractuals donarà lloc a la imposició de penalitats.

Seràn causes d'imposició de penalitats:

- A.- El compliment defectuós d'alguna prestació o subprestació objecte del contracte.
- B.- L'incompliment o no execució d'alguna prestació o subprestació objecte del contracte.
- C.- L'incompliment o el compliment defectuós de la totalitat o part de l'oferta presentada pel contractista.
- D.- L'Incompliment d'alguna de les condicions especials d'execució.
- E.- L'incompliment d'algun de les obligacions previstes en la LCSP.
- F.- La paralització de l'execució de les prestacions objecte d'aquest contracte imputable al contractista.
- G.- La resistència als requeriments fets per l'Ajuntament, a través de l'òrgan de contractació, de la unitat de seguiment o del responsable del contracte, o la seva inobservança.
- H. La utilització de sistemes de treball, elements, materials, màquines o personal diferents als previstos en els plecs i en les ofertes del contractista, o quan produeixi un perjudici en l'execució del contracte.
- I.- El falsejament de les prestacions consignades pel contractista en el document cobratori.
- J.- El incompliment de les obligacions derivades de la normativa general sobre prevenció de riscos laborals i, en especial, de les del pla de seguretat i salut en les prestacions, si escau.
- K.- El incompliment molt greu de les prescripcions relatives a la subcontractació, si escau.
- L.- Les modificacions en la relació de persones destinades a l'execució del contracte, així com de les seves circumstàncies contractuals, que no es comuniquin al responsable del



contracte, per a donar compte a l'òrgan de contractació o per a l'autorització prèvia d'aquest.

M.- No comunicar les dades de subrogació de personal, si escau, de conformitat amb l'article 130 de la LCSP, amb una data d'antelació de 6 mesos a la finalització del contracte.

N.- Fer un ús indegut dels recursos municipals i el seu equipament durant l'execució del contracte.

Pel que fa a les condicions especials d'execució, de conformitat amb l'article 201 de la LCSP, serà causa d'imposició de penalitats:

A.- L'incompliment de les obligacions aplicables en matèria mediambiental, social o laboral que estableixen el dret de la Unió Europea, el dret nacional, els convenis col·lectius o les disposicions de dret internacional mediambiental, social i laboral que vinculin l'Estat, i en particular les que estableix l'annex V de la LCSP.

B.- No facilitar tota la informació que requereixi l'Ajuntament, en ordre a la identificació de la plantilla i responsables de cada treball.

C.- No documentar i uniformitzar al personal adscrit al servei que hagi de prestar el servei en instal·lacions municipals.

D.- No comunicar immediatament tota resolució administrativa o judicial que afecti al personal depenent de l'adjudicatari.

Independentment del rescabament per danys i perjudicis (article 194 LCSP), en cas d'incompliment que no produeixi resolució del contracte, l'Ajuntament podrà aplicar les penalitats següents, graduades en atenció al grau de perjudici, perillositat i/o reiteració:

- Incompliments considerats molt greus: penalitat de fins a un 10 % del preu del contracte, IVA exclòs. En cas de reiteració, s'acordarà la confiscació de la garantia definitiva.

- Incompliments considerats greus: penalitats de fins a un 6 % del preu del contracte, IVA exclòs.

- Incompliments considerats lleus: penalitats de fins a un 3 % del preu del contracte, IVA exclòs.

El conjunt de les penalitats que es poden interposar durant la vigència d'un contracte no poden superar el 50% del preu d'adjudicació.

En la tramitació de l'expedient, es donarà audiència al contractista, per un termini de 5 des hàbils, per a que pugui formular alegacions, i l'òrgan de contractació resoldrà.

Les penalitats es faran efectives mitjançant la deducció de les quantitats que, en concepte de pagament total o parcial, s'haguessin d'abonar al contractista, o sobre la garantia, conforme a l'article 194.2 de la LCSP. Si aquestes fossin insuficients es podrà confiscar la garantia definitiva.

En cas que es facin efectives sobre la garantia definitiva les penalitats o indemnitzacions exigibles al contractista, aquest ha de reposar o ampliar la garantia, en la quantia que correspongui, en el termini de quinze dies des de l'execució; en cas contrari, incorre en causa de resolució.

17. Règim de facturació del preu

El contracte es facturarà mensualment

18. Cessió de dades al contractista en ocasió del contracte

Informació sobre l'equipament i sobre l'execució de les visites, activitats (tallers, visites guiades o altres) que s'hi duran a terme.

L'empresa no disposarà de dades de caràcter personal dels usuaris.

La finalitat d'aquesta cessió de dades és: la prestació d'un servei de qualitat.

