

Informe justificatiu

Expedient	EMO-2026-350	Modalitat	Contracte Públic
Unitat promotora	Institut Català de Seguretat i Salut Laboral		
Procediment	Obert simplificat	Tipus	Serveis
Objecte	1.2.7 Contracte de serveis per a la creativitat, conceptualització, disseny i producció d'una campanya de publicitat institucional per a la sensibilització de la importància de la correcta gestió de la prevenció de riscos laborals a les empreses.		

	Import base €	IVA €	Import amb IVA €
Pressupost licitació	98.500,00	20.685,00	119.185,00
Valor estimat	98.500,00	-	-

Índex

<u>OBJECTE DEL CONTRACTE</u>	3
<u>Descripció i codi CPV</u>	3
<u>Lots</u>	3
<u>NECESSITAT I IDONEÏTAT DEL CONTRACTE</u>	3
<u>JUSTIFICACIÓ FINALITAT DEL TRACTAMENT DE DADES</u>	5
<u>DADES ECONÒMIQUES</u>	5
<u>Determinació del preu</u>	5
<u>Valor estimat del contracte</u>	7
<u>Pressupost de licitació</u>	7
<u>Partida pressupostària</u> :	12
<u>Revisió de preus</u> :	12
<u>D'acord amb l'article 103 de la LCSP, no procedeix la revisió de preus en aquest contracte, per raó del termini d'execució</u>	12
<u>TERMINI DE DURADA DEL CONTRACTE / D'EXECUCIÓ DE LA PRESTACIÓ</u>	12
<u>Termini del contracte</u>	12
<u>Pròrroga del contracte</u>	13



<u>PROPOSTA D'UTILITZACIÓ DE PROCEDIMENT DE CONTRACTACIÓ</u>	13
<u>TRAMITACIÓ DEL PROCEDIMENT</u>	13
<u>GARANTIES</u>	13
<u>Garantia provisional</u>	13
<u>Garantia definitiva</u>	13
<u>Termini de garantia</u>	13
<u>SOLVÈNCIA</u>	14
<u>Criteris de selecció relatius a la solvència econòmica i financera</u>	14
<u>Criteris de selecció relatius a la solvència tècnica o professional</u>	14
<u>Classificació:</u>	15
<u>Adscripció de mitjans</u>	15
<u>Certificats acreditatius del compliment de les normes de garantia de la qualitat i/o de gestió mediambiental:</u>	15
<u>PROPOSTA DE CRITERIS D'ADJUDICACIÓ</u>	15
<u>CRITERIS PER A LA DETERMINACIÓ DE L'EXISTÈNCIA DE BAIXES PRESUMPTAMENT</u>	15
<u>ANORMALS</u>	21
<u>ALTRA DOCUMENTACIÓ A PRESENTAR PER LES EMPRESES LICITADORES O PER LES EMPRESES PROPOSADES ADJUDICATÀRIES</u>	21
<u>MODIFICACIONS PREVISTES EN EL PCAP</u>	21
<u>CESSIÓ</u>	22
<u>SUBCONTRACTACIÓ</u>	22
<u>CONDICIONS ESPECIALS D'EXECUCIÓ RELACIONADES AMB L'ARTICLE 202 DE LA LCSP</u>	22
<u>PENALITATS:</u>	23
<u>ALTRES REQUISITS DEL CONTRACTE</u>	23
<u>PROPOSTA DE MEMBRES PER A LA MESA DE CONTRACTACIÓ</u>	23
<u>RESPONSABLE DEL CONTRACTE</u>	24



Doc. original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
06/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0QUWPP105TISZ18T1ABI6WI5WET559HI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:25:30

OBJECTE DEL CONTRACTE

Descripció i codi CPV

1.2.7 Contracte de serveis per a la creativitat, conceptualització, disseny i producció d'una campanya de publicitat institucional per a la sensibilització de la importància de la correcta gestió de la prevenció de riscos laborals a les empreses.

Codi CPV: 79341400-0. Serveis de campanya de publicitat.

La descripció completa dels serveis a prestar està descrita al punt 2 del plec de prescripcions tècniques particulars d'aquesta contractació.

Lots

Aquest contracte no es pot dividir en lots pels motius següents:

El servei objecte del contracte no fa possible la divisió en lots d'aquesta contractació ja que obeeix a un únic objecte d'anàlisi, que comporta una única metodologia i tractament conjunt de la informació generada.

A més, tot i que els materials demanats s'aniran efectuant de manera progressiva, tots ells constitueixen un mateix servei que ha de desenvolupar l'equip tècnic sota uns criteris metodològics i de qualitat uniformes.

La naturalesa de l'objecte del contracte fa imprescindible coordinar l'execució de les diferents prestacions ja que té caràcter intel·lectual i la seva execució per part de diverses empreses no és possible per les raons següents:

- En ser un treball de caràcter intel·lectual ha de garantir-se que totes les peces segueixin la mateixa idea creativa, to, estil i imatge gràfica per garantir la unitat de la campanya.
- La coordinació de la campanya amb diferents empreses pot fer que la interpretació dels criteris presentats al briefing siguin interpretats per l'agència de diferent manera i això anirà en detriment de la creació d'una campanya global.

No és possible, doncs, la divisió en lots de l'objecte del contracte perquè la realització independent de les diverses fases del projecte impossibilitaria la seva correcta execució des del punt de vista tècnic. Per tant, és necessari que les tasques que realitzi l'empresa contractista siguin considerades com un servei unitari i indivisible.

NECESSITAT I IDONEÏTAT DEL CONTRACTE

1. Antecedents i context

La prevenció de riscos laborals és una de les prioritats del Departament d'Empresa i Treball, ja que la seguretat i la salut de les persones treballadores és fonamental per assolir una



societat digna i segura. En aquest sentit, tothom, des de les diferents vessants, ha d'articular els esforços necessaris i prendre les decisions adequades per tal de disminuir els accidents laborals i impulsar i crear una cultura preventiva a les empreses.

Des del 2004, el Departament ha difós diverses campanyes de publicitat sota la marca "A la feina, cap risc":

- Campanya "A la feina, cap risc" (2004):
- Campanya "Un accident laboral es comença a evitar molt abans que es produeixi (2006)": <https://www.youtube.com/watch?v=UKc8CgviWEs>
- Campanya "Els accidents no avisen" (2007): <https://www.youtube.com/watch?v=-ZH2j58bE8I>
- Acció especial a l'estació de Plaça Espanya coincidint amb la fira Construmat (2007): <https://www.youtube.com/watch?v=8PPYFU2Cx3c>
- Campanya "Els accidents laborals es prevenen o es lamenten" (2008 i 2009): <https://www.youtube.com/watch?v=w5eye1WZpss>
- Càpsules informatives per a TV i internet (2010): https://youtu.be/T16bco_2mzo; <https://youtu.be/klR8NLKpWUM>; https://youtu.be/4g9_8b5QgQ0
- Vídeo viral per internet (2010): https://youtu.be/K_ZRtgari0
- Campanya per la prevenció de riscos per a joves (2018): https://treball.gencat.cat/ca/ambits/seguretat_i_salut_laboral/promocio_i_campanyes/sensibilitzacio/campanya-joves/
- Campanya "Preparats, previnguts, segurs" (2022): https://treball.gencat.cat/ca/ambits/seguretat_i_salut_laboral/promocio_i_campanyes/sensibilitzacio/contra-sinistralitat-laboral/

Justificació d'una nova campanya

El juny del 2021 es va aprovar l'Estratègia catalana de seguretat i salut laboral 2021-2026 (ECSSL 2021-2026). Aquesta s'ha elaborat i pactat en l'àmbit de la Comissió de Seguretat i Salut Laboral del Consell de Relacions Laborals de Catalunya, com a òrgan de representació social de l'àmbit laboral a Catalunya, on estan representats l'Administració de la Generalitat, les patronals i els sindicats més representatius.

L'ECSSL 2021-2026, que té com a antecedent immediat el Marc Estratègic Català de Seguretat i Salut Laboral 2015-2020, és coherent amb:

- l'Estratègia Espanyola de Seguretat i Salut en el Treball,
- l'Estratègia Europea de Seguretat i Salut en el Treball i,
- l'Agenda 2030 i els seus Objectius de desenvolupament sostenible (ODS), en aquells aspectes que s'hi relacionen.

L'ECSSL 2021-2026 estableix nou objectius estratègics i quaranta objectius operatius (i un de transversal, la perspectiva de gènere) per promocionar la salut al lloc de treball, millorar qualitativament la seguretat i la prevenció de riscos laborals i reduir dràsticament la sinistralitat a la feina.

Per donar compliment als objectius de l'ECSSL, la Direcció General de Relacions Laborals, Treball Autònom, Seguretat i Salut Laboral del Departament d'Empresa i Treball vol impulsar



una nova campanya de publicitat amb l'objectiu de promocionar la cultura preventiva als centres de treball.

Atès que la DGRLTASSL no disposa de mitjans personals ni materials per a la creació i producció d'una campanya, es proposa la contractació d'una empresa especialitzada en l'àmbit de la publicitat i creativitat.

JUSTIFICACIÓ FINALITAT DEL TRACTAMENT DE DADES

No es requereix cessió de dades de caràcter personal al contractista.

DADES ECONÒMIQUES

Determinació del preu

La determinació del preu es realitza mitjançant preus unitaris, d'acord amb l'article 102.4 de la LCSP, ja que la producció final de peces o documents de la campanya es farà en funció de les necessitats finals.

Com que en el sector publicitari no existeixen unes tarifes per als serveis creatius, els preus estimats s'han obtingut a partir de preus de mercat i de l'experiència acumulada observant pressupostos presentats a concursos de campanyes institucionals de gran abast contractades anteriorment per la Generalitat de Catalunya i que tenen unes característiques similars a les requerides per a la campanya objecte d'aquest contracte. A tall d'exemple, s'han pres com a referència contractes del propi departament com l'EMO-2026-201 i l'EMO-2022-349, i d'altres com l'IF-2026-274 del Departament d'Igualtat i Feminisme i l'expedient núm. SAUV0951-MKJ-26-0001 de Loteries de Catalunya, SAU.

Els preus estimats de les prestacions a realitzar, d'acord amb el Plec de prescripcions tècniques són els següents:



Concepte	Preu unitari màxim estimat per concepte (IVA exclòs)	Nombre màxim d'unitats previstes	Import màxim estimat (IVA exclòs)
Preu per a la conceptualització, creativitat i producció d'un espot de durada mínima de 20 segons i màxima de 30 segons	56.000,00 €	1	56.000,00 €
Preu per adaptació d'un espot amb subtítols en idiomes diferents del català	250,00 €	3	750,00 €
Preu per a la conceptualització, creativitat i producció de falques durada mínima de 20 segons i màxima de 30 segons	1.450,00 €	2	2.900,00 €
Preu per a la creativitat i producció d'un original d'anunci per als mitjans impresos en format vertical i en format horitzontal (½ pàgina).	500,00 €	3	1.500,00 €
Preu per a la creativitat i producció d'un original d'anunci per als mitjans i exteriors en format vertical i en format horitzontal.	500,00 €	3	1.500,00 €
Preu per a la creativitat i producció d'un original d'anunci per als mitjans digitals, concretament 1 peça en els dos formats estàndards habituals per a campanya de baner display: (300 x 250 i 300 x 600px). Aquesta peça ha de ser adaptable a Brand days.	150,00 €	2	300,00 €
Preu per una peça tipus reel adaptada per a la difusió de la campanya a les xarxes socials adient per difondre's a les xarxes socials amb una durada de màxim 15 segons i en les quatre resolucions (1080 x 1080 píxels, 1080 x 1920, 1920 x 1080, 1080 x 1440), totes elles amb subtítols i en format MP4.	3.000,00 €	3	9.000,00 €
Preu per l'adaptació d'una peça tipus reel amb subtítols en altres idiomes diferents del català	500,00 €	9	4.500,00 €
Preu per la producció de l'espot en versió digital en una de les resolució següents: 1080 x 1080 píxels, 1080 x 1920, 1920 x 1080, 1080 x 1440, totes elles amb subtítols i en format MP4.	2.000,00 €	4	8.000,00 €
Preu per a la producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis a diferents formats i mides per a la seva inserció al mitjà imprès en format pdf.	100,00 €	25	2.500,00 €
Preu per a la producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis als formats i mides estàndard (opis i marquesines, cartells, tanques, banderoles o altres similars) per a la seva inserció al mitjà exterior.	100,00 €	6	600,00 €
Preu per a la producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis a formats i mides especials (autobusos integrals, tramvia, vinils especials o altres similars) per a la seva inserció al mitjà exterior.	500,00 €	1	500,00 €
Preu per a la producció d'una adaptació de la creativitat dels anuncis als formats i mides display habituals (robaplanes doble, megabaner, sky, o altres similars) per a la seva inserció al mitjà Internet	70,00 €	10	700,00 €
Preu per a l'elaboració d'un manual de la línia gràfica de la campanya	3.000,00 €	1	3.000,00 €
Preu honoraris d'agència	6.750,00 €	1	6.750,00 €

TOTAL (IVA exclòs):	98.500,00 €
----------------------------	--------------------



La licitació s'adjudicarà per preus unitaris i fins a l'import que resulti de multiplicar les unitats màximes pels preus unitaris oferts pel licitador, tanmateix l'Administració no resta obligada a exhaurir l'import d'adjudicació, que té caràcter màxim, IVA exclòs.

El càlcul de costos per conceptes i peces que haurà d'incloure la campanya determina un valor màxim. El càlcul del pressupost de licitació es farà en base als costos directes i indirectes.

Valor estimat del contracte

El valor estimat del contracte és de 98.500,00 euros, atès que no es preveuen pròrrogues ni modificacions del contracte.

Pressupost de licitació

El desglossament del pressupost base de licitació per costos és el següent:

2.1. Costos directes

a) Costos salarials

L'estimació de l'import salarial s'ha realitzat basant-nos en el còmput de temps de dedicació de l'equip de treball detallat a la solvència tècnica i d'acord amb la prestació del servei que ha de fer directament l'empresa contractista.

Com a referència, s'ha pres el Conveni col·lectiu estatal per agències de publicitat, número de conveni [99004225011981](#) i l'[actualització de costos salarials 2022-2025](#). A efectes de l'estimació per a l'any 2026, s'ha aplicat un increment del 4% respecte de les retribucions de 2025, de la mateixa manera com s'ha anat fent cada any des del 2023 fins al 2025 d'acord amb el que estableix la Resolució de 2 d'agost de 2022, de la Direcció General de Treball, per la qual es registra i publica l'acta de revisió i les taules salarials per als anys 2022 a 2025 del conveni esmentat. En conseqüència, els costos salarials estimats són els següents:

Categoria professional	Retribució salarial (brut anual) aplicable a partir 1/1/2026	Nombre de treballadors sol·licitats per a l'execució del contracte (ma d'obra directa)	Import salarial termini execució del contracte (10 % jornada anual de treball de dedicació al projecte)
Director/a creatiu/ua i de producció digital, audiovisual i gràfica (nivell 2)	24.171,05 €	1	2.417,10 €
Director/a d'Art i Copy (nivell 3)	23.031,85 €	1	2.303,19 €
Supervisor/a de comptes (nivell 3)	23.031,85 €	1	2.303,19 €
Redactor/a Copy Junior (nivell 4)	22.904,61 €	1	2.290,46 €
Dissenyador/a gràfic (nivell 5)	22.824,04 €	1	2.282,40 €
Administratiu/iva (nivell 8)	19.603,97 €	1	1.960,40 €
Total:			13.556,74 €



b) Seguretat Social

Els costos de Seguretat Social, a càrrec de l'empresa, s'estimen en un 32,15 % dels costos salarials (23,60 % per contingències comunes + 5,5 % atur + 0,6 % formació professional + 0,2 % fons garantia salarial + 0,75 % Mecanisme d'equitat intergeneracional + 1,50 % AT/EP per a personal que desenvolupa tasques exclusivament d'oficina): 4.358,49 €.

c) Altres despeses associades directament a la prestació objecte del contracte

- Servei de revisió i correcció lingüística i estilística:

Per a la correcció ortogràfica s'ha estimat un volum aproximat de 5.000 paraules per al manual, 1.000 per a l'espot, 700 per a les falques, 500 per a les peces tipus *reel* i 200 paraules en el cas de cartells. Aquesta estimació s'ha realitzat d'acord amb l'experiència de l'ICSSL en actuacions similars i prenent com a referència els materials produïts en els expedients EMO-2026-201, EMO-2023-331, EMO-2024-150 i EMO-2024-150-PRO-1.

Pel que fa al cost, s'ha estimat un preu de 0,050 €/paraula per a la revisió i correcció de textos en català. Ens hem basat en els pressupostos rebuts en els expedients previs EMO-2023-478 i EMO-2022-360 en els quals el preu per paraula era de 0,040 €/paraula i hem aplicat un lleuger increment del 0,010 €/paraula d'ajust inflacionari per actualització de preus.

El càlcul estimat per a la correcció lingüística dels documents és el següent:

	Nombre paraules màx.	Import €/paraula	Import per document €	Unitats màximes	Import total €
Espot	1.000	0,05	50	1	50
Falques	700	0,05	35	2	70
Reel	500	0,05	25	3	75
Cartell	200	0,05	10	3	30
Manual	5.000	0,05	250	1	250
Total					475

L'import màxim de licitació correspondria a l'import de la correcció de tots els textos previstos, ja que es considera que qualsevol document maquetat ha de ser objecte d'una revisió lingüística final.

En tot cas, els preus de correcció estaran inclosos en els preus dels documents presentats per l'empresa licitadora i que preveuen els diferents conceptes.

- Servei de traducció lingüística:

Es preveu la possible necessitat de traducció dels continguts a tres idiomes diferents del català.



Pel que fa a la determinació del cost, s'ha estimat un cost de 0,070 €/paraula per la traducció del català a altres idiomes. Ens hem basat en la licitació de l'expedient anterior EMO-2026-201 en el qual el preu per paraula era de 0,060 €/paraula i hem aplicat un lleuger increment del 0,010 €/paraula atès que el volum de paraules a traduir és molt inferior en l'expedient actual, l'EMO-2026-350.

El càlcul estimat per a la traducció dels documents del català a tres altres idiomes i la correcció lingüística dels documents traduïts és el següent:

	Nombre paraules màx.	Import €/paraula	Import per document €	Unitats màximes	Import total €
Preu per adaptació d'un espot en tres idiomes diferents del català	1.000	0,07	70	3	210
Preu per l'adaptació d'una peça tipus Reel amb subtítols en altres idiomes diferents del català	500	0,07	35	9*	315
Total					525

*S'han calculat tres peces Reel pels tres idiomes diferents del català.

Els preus de traducció i correcció estaran inclosos en els preus dels documents (espot i reels) presentats per l'empresa licitadora.

- Drets d'imatge:

S'hauran d'incloure drets d'imatge d'actors i locutors.

Convé indicar que la durada s'ha determinat per un període de 3 anys atès que la contractació per períodes inferiors i la seva posterior renovació resultaria econòmicament menys eficient, d'acord amb l'experiència dels contractes EMO-2022-349 de creació de la campanya institucional i l'EMO 2024-508 de renovació dels drets de la mateixa. En l'EMO-2022-349 es va estimar un cost de 10.000 € pels drets de les fotografies i d'imatge dels actors/locutors per 2 anys i en l'EMO-2024-508 el pressupost presentat per l'empresa per a la renovació d'aquests drets per a un any més va ser de 9.639,30 €.

Per l'esmentat anteriorment s'estima que el total d'altres despeses associades directament a la prestació objecte del contracte serien aquestes:



Concepte	Import
Drets de les fotografies i d'imatge dels actors/locutors per a 3 anys (*)	15.000,00 €
Servei de revisió i correcció lingüística i estilística	475,00 €
Servei de traducció a tres idiomes diferents del català	525,00 €
Total:	16.000,00 €

(*) Als efectes, si s'escau, que es pogués emetre la campanya durant 3 anys consecutius, és a dir, disposar dels drets durant un període de 3 anys a comptar després del lliurament dels materials. La titularitat d'aquest material, un cop entregat, serà de la DGRLTASSL i en podrà fer ús quan vulgui durant un període de 3 anys. Aquesta previsió serà igualment aplicable a la música, si escau.

d) Producció de falques i de l'espot

Per al càlcul del preu dels serveis de producció de les falques i de l'espot de la campanya, s'ha pres com a referència els preus de mercat i l'experiència acumulada observant els preus mitjans dels pressupostos presentats a concursos de campanyes publicitàries amb unes característiques similars a les requerides per a la campanya objecte d'aquest contracte, com ara l'EMO-2023-331.

Pel que fa a les despeses imputades a l'apartat locució de falques, s'inclouen només les despeses relacionades amb els costos de les persones locutores i a l'ús de sales tècniques de gravació.

Així, per a cada falca és necessària una locució. Els costos de mercat per a cada locució es troben al voltant de 750 € (400 € per els locutors i locutores i 350 € per l'ús de la sala tècnica). Hem previst un cost global de 1.500 €, atès que caldrà la participació de dues persones locutores (veu femenina i masculina) sumats al cost de l'ús d'una sala tècnica per fer dues gravacions.

Així doncs, les despeses serien les següents:

Cost locutors	400,00 €
Cost de la sala de locució	350,00 €
Cost locució	750,00 €
Número de falques	2
Cost total	1.500,00 €

Els costos de locució s'entendran inclosos en els preus de les falques ofertes per l'empresa licitadora.

Quant a la producció de l'espot s'inclouen el conjunt de despeses associades a:

- Preproducció (per exemple càsting, localitzacions, planificació tècnica o altres).
- Producció (per exemple equip de càmera, de so, d' il·luminació, de maquillatge i perruqueria, de vestuari, decorats o altres).
- Postproducció (per exemple edició, efectes visuals, disseny gràfic, so, masterització o altres).



Queden excloses les despeses de conceptualització i de la creativitat, que tampoc s'inclouen en la producció de les falques.

El cost estimat de producció de l'espot és de 52.000,00€.

Així doncs, l'import estimat per a la producció de falques i l'espot serà el següent:

Servei	Total
Producció de l'espot	52.000,00 €
Producció de falques	1.500,00 €
Total	53.500,00 €

En síntesi, l'estimació de costos directes associats a la prestació del servei és la següent:

Concepte de costos directes	Import €
Costos salarials (mà d'obra directa)	13.556,74 €
Seguretat Social a càrrec de l'empresa (32,15 % dels salaris)	4.358,49 €
Despeses associades (revisió i correcció lingüística i estilística, drets d'imatge de fotografies i actors/locutors, material i d'altres...)	16.000,00 €
Producció peces audiovisuals	53.500,00 €
Total	87.415,23 €

2.2.Costos indirectes

S'estimen unes despeses generals d'estructura de 8.741,52 €, equivalents al 10 % dels costos directes. Aquests costos indirectes no es poden determinar de manera exacta i s'han estimat a partir d'una aproximació basada en l'anàlisi del sector amb estructures empresarials majoritàriament mitjanes i petites, especialment pel que fa a les empreses locals.

En aquestes despeses generals d'estructura s'inclouen les despeses no vinculades directament al servei objecte del contracte però que són necessàries per al funcionament de l'empresa (les despeses de lloguers, administració, serveis centralitzats, formació o altres). Se n'exclouen les despeses financeres.

Pel que fa al benefici empresarial, s'estima en un import de 2.343,25 €, un 2,68 % aproximadament respecte dels costos directes.

Concepte de costos indirectes	Import €
Despeses generals d'estructura	8.741,52 €
Benefici empresarial	2.343,25 €
Total	11.084,77 €



Total pressupost de licitació:

Total costos directes	87.415,23 €
Total costos indirectes	11.084,77 €
Total pressupost de licitació	98.500,00 €

L'import resultant del desglossament de costos és de 98.500,00€ que correspon a l'import de licitació, el qual coincideix amb el càlcul estimat del preu en base als serveis que es volen contractar.

Les prestacions objecte del contracte estan subjectes al tipus general del 21 % d'IVA, d'acord amb la Llei 37/1992 de l'Impost sobre el Valor Afegit, o el tipus vigent en el moment de l'emissió de les factures. Per consegüent, el pressupost màxim del contracte és de 98.500,00 euros (119.185,00 IVA inclòs), d'acord amb el desglossament següent:

	TOTAL
Import net (sense IVA)	98.500,00 €
IVA (21%)	20.685,00 €
IMPORT TOTAL AMB IVA	119.185,00 €

Partida pressupostària:

IU1701 D/226000300/3330/0000 Publicitat, difusió i campanyes institucionals.

Anualitats	Import base €	IVA €	Centre gestor	Partida pressupostària
2026	98.500,00	20.685,00	IU1701	D/226000300/3330/0000

Revisió de preus:

D'acord amb l'article 103 de la LCSP, no procedeix la revisió de preus en aquest contracte, per raó del termini d'execució.

TERMINI DE DURADA DEL CONTRACTE / D'EXECUCIÓ DE LA PRESTACIÓ

Termini del contracte

L'execució del contracte serà des del dia següent de la signatura del contracte fins com a màxim el 31 de desembre de 2026.

L'empresa contractista lliurarà el material que la DGRLTASSL consideri necessari per a l'inici de la difusió de la campanya en un termini màxim de 30 dies naturals des de la formalització del contracte.



Un cop iniciada la difusió de la campanya, la Direcció General de Relacions Laborals, Treball Autònom, Seguretat i Salut Laboral podrà requerir noves peces i adaptacions del material en funció de les necessitats i la planificació de la difusió, fins a esgotar el nombre total de peces creatives i adaptacions previstes que s'establiran a l'oferta finalment adjudicada.

El termini màxim de lliurament de materials addicionals de campanya serà de 5 dies naturals des de la petició.

El termini màxim de lliurament de les adaptacions serà de 10 hores des de la petició.

Pròrroga del contracte

No es preveu la pròrroga d'aquest contracte.

PROPOSTA D'UTILITZACIÓ DE PROCEDIMENT DE CONTRACTACIÓ

La unitat promotora considera que el procediment més adequat per a la contractació és el procediment obert simplificat, regulat a l'article 159 de la LCSP, que simplifica els tràmits i alhora permet la màxima concurrència. El valor estimat del contracte compleix els requisits establerts a l'article 159.1.a) de la norma esmentada.

TRAMITACIÓ DEL PROCEDIMENT

Es proposa la tramitació ordinària del procediment de contractació, d'acord amb l'article 116 de la LCSP.

GARANTIES

Garantia provisional

No concorren circumstàncies de caràcter excepcional fonamentades en motius d'interès públic que requereixin exigir als licitadors la constitució de garantia provisional, d'acord amb l'article 159.4.f) de la LCSP.

Garantia definitiva

S'estableix una garantia definitiva del 5% de l'import d'adjudicació (IVA exclòs), d'acord amb l'article 107 de la LCSP.

Termini de garantia

S'estableix com a termini de garantia 3 mesos a comptar des de la finalització de l'execució del contracte.



SOLVÈNCIA

Els licitadors hauran de disposar de la suficient solvència econòmica i financera i tècnica o professional suficient, tal com preveuen els articles 87.1 a) i 90 de la LCSP.

La solvència econòmica i financera exigida permet verificar que l'empresa contractista disposa de capacitat econòmica i financera suficient per efectuar de manera solvent les feines descrites en el contracte.

La solvència tècnica exigida permet verificar que l'empresa contractista disposa de capacitat tècnica i/o coneixements suficients per a la correcta execució de la prestació objecte del contracte.

Criteris de selecció relatius a la solvència econòmica i financera

El volum anual de negocis referit al millor exercici dintre 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, haurà de ser igual o superior a 125.000,00 € (IVA exclòs).

Es justificarà quan s'hagi indicat que aquesta informació consta inscrita en un Registre oficial d'empreses licitadores o bé mitjançant la presentació d'una Declaració responsable signada electrònicament pel representant de l'empresa, relativa al volum anual de negocis esmentat.

Criteris de selecció relatius a la solvència tècnica o professional

Les empreses hauran d'acreditar la suficient solvència tècnica per mitjà d'una relació signada dels principals serveis d'igual o similar naturalesa que els què constitueixen l'objecte del contracte, executats en els darrers tres anys, que inclogui descripció del servei, import, dates i destinatari. En tot cas, s'haurà d'acreditar la realització d'un mínim de tres serveis de característiques similars.

Així mateix, les empreses licitadores hauran d'indicar el personal tècnic adscrit a l'execució del contracte, tant si forma part de la plantilla de l'empresa com si no, participant en el contracte. L'equip mínim requerit per a l'execució del contracte és el següent:

1. Director/a creatiu/va i de producció digital, audiovisual i gràfica.
2. Director/a d'Art i Copy.
3. Supervisor/a de comptes.
4. Redactor/a Copy Junior.
5. Dissenyador/a gràfic.

Per a cadascun dels membres de l'equip, s'haurà d'acreditar llur perfil professional mitjançant la presentació dels corresponents títols acadèmics i professionals, així com el currículum vitae actualitzat en el qual s'especifiqui la seva experiència en projectes similars



a l'objecte d'aquest contracte. En el cas del director creatiu i del director d'Art i Copy es requereix una experiència professional, ocupant càrrecs o desenvolupant tasques similars, mínima de 3 anys.

Quan el contractista sigui una empresa de nova creació, entesa com aquella amb una antiguitat inferior a cinc anys, la solvència tècnica podrà acreditar-se únicament mitjançant la relació del personal tècnic adscrit al contracte i els seus corresponents currículums vitae, sense que sigui exigible l'acreditació d'un nombre mínim de serveis executats.

Classificació:

Els licitadors podran presentar alternativament a la solvència econòmica i financera i tècnica o professional la classificació empresarial especificada a continuació:

Classificació segons RD 773/2015 modificat pel RD 716/2019
Grup: T
Subgrup: 1
Categoria: 1

Adscripció de mitjans

Cal disposar dels mitjans personals suficients per a una correcta execució del contracte. Aquests mitjans són els descrits en la solvència tècnica i el PPT. L'adjudicatari ha de garantir la continuïtat del contracte durant tota la seva vigència, per tant, en cas que es produeixi alguna baixa temporal o sobrevinguda, s'haurà de substituir per una altra que compleixi amb els requisits de solvència tècnica i professionals establerts en els plecs, i amb el mateix perfil professional.

Es justifica l'adscripció dels mitjans personals com a element addicional a la solvència amb caràcter complementari a la capacitat de l'empresa, donada la necessitat que hi hagi la disposició efectiva dels perfils professionals descrits a la solvència, durant tota l'execució del contracte.

Certificats acreditatius del compliment de les normes de garantia de la qualitat i/o de gestió mediambiental:

No escau acreditació de certificats de qualitat i/o de gestió mediambiental. Això no obstant, l'empresa adjudicatària vetllarà perquè l'activitat objecte del contracte es desenvolupi amb el mínim impacte ambiental possible.

PROPOSTA DE CRITERIS D'ADJUDICACIÓ

D'acord amb l'article 145 de la LCSP, la selecció i valoració de les propostes es farà mitjançant l'aplicació d'una pluralitat de criteris d'adjudicació. En el marc dels procediments



oberts simplificats, l'article 159.1.b) de la LCSP estableix que els criteris d'adjudicació han de ser avaluables de forma automàtica i, per al cas de necessitar incorporar criteris avaluables mitjançant judici de valor, la ponderació d'aquests no pot superar el 25% del total, llevat que es tracti d'un contracte amb prestacions de caràcter intel·lectual. En aquest darrer cas, s'admet, excepcionalment, una ponderació dels criteris mitjançant judici de valor fins al 45% del total.

En el cas que ens ocupa, ens trobem en aquest supòsit excepcional, ja que la prestació principal d'aquest contracte és eminentment de caràcter intel·lectual. Es considera de caràcter intel·lectual la creació, la innovació i l'originalitat, és a dir, contractes amb prestacions que impliquen una activitat en què predomina l'element immaterial no quantificable associat als processos mentals pròpiament humans i, a més a més, impliquen l'ús de les més altes facultats intel·lectuals humanes (creació intel·lectual no mera activitat intel·lectual, és a dir, que suposi la creació de productes de caràcter novador i que es puguin diferenciar d'altres preexistents). L'empresa guanyadora haurà d'idear, dissenyar i desenvolupar un seguit de peces creatives per tal d'oferir una campanya el més potent possible, per tal de poder arribar a tot el públic objectiu. Aquestes peces (espots de televisió, falques de ràdio, anuncis de premsa, mitjà exterior i Internet) tenen un eminent caràcter intel·lectual i de creativitat.

A) Criteris que requereixen judici de valor

Proposta tècnica: fins a 45 punts

La proposta tècnica es puntuarà amb un màxim de 45 punts valorant aspectes, tant a nivell d'imatge com funcionals, que contribueixin a assegurar que el missatge a transmetre als ciutadans i ciutadanes de Catalunya s'ajusti als objectius informatius, és a dir, que el missatge es comuniqui d'una forma entenedora, clara i objectiva però també original i notòria per poder captar l'atenció del públic objectiu.

Els criteris específics de valoració de l'oferta tècnica s'han determinat en 6 paràmetres d'anàlisi tenint en compte la forma que adopta la campanya (creativitat, originalitat i notorietat de la imatge) i el fons (claredat i objectivitat pel que fa al contingut del missatge).

Les empreses licitadores han de presentar una proposta tècnica que haurà d'incloure els següents elements:

- Per als mitjans audiovisuals:
Proposta de guió gràfic (story) degudament desenvolupat, escaleta i identificació dels elements que intervenen en l'espot. Es podrà també presentar una maqueta o animàtic que mostri l'estil i tipologia d'imatges i la proposta de muntatge.
- Per als mitjans radiofònics:
Proposta de text-guions escrits per a dues falques de ràdio.
- Per als mitjans impresos:
Tres propostes d'anunci per a premsa escrita en format vertical (pàgina) i horitzontal (½ pàgina).



- d. Per als mitjans exteriors:
Tres propostes d'anunci pel mitjà exterior en format vertical (l'estàndard d'OPIs) i horitzontal (autobusos, tanques).
- e. Per als mitjans digitals:
- o Proposta d'anunci per a una campanya baner display en una de les dues mides (300x250 ó 300x600 px).
 - o Tres propostes de reel amb guió gràfic (story) degudament desenvolupat, escaleta i identificació dels elements que intervenen en les peces. Es podrà també presentar una maqueta o animàtic que mostri l'estil i tipologia d'imatges i la proposta de muntatge. Només serà necessari mostrar-ho en format vertical (1080x1920).
- f. Per al manual de la línia gràfica de la campanya:
Breu proposta d'aquest manual que inclogui el sistema gràfic general, el concepte visual de la campanya i l'aplicació a opuscle, cartell informatiu i caràtula de vídeo.

La no presentació de qualsevol dels elements que cal presentar en la proposta tècnica farà impossible la valoració en el seu conjunt i per tant serà motiu d'exclusió de tota la proposta presentada.

Criteris subjectius de valoració:

1. Elements clau:fins a un màxim de 40 punts

- a. Idea i concepte creatiu: Es valorarà l'originalitat i creativitat del concepte, la seva capacitat d'atracció i impacte, la coherència interna de la idea i el grau de diferenciació respecte d'altres campanyes.....fins a un màxim de 15 punts
- b. Adequació als objectius i al briefing: Es valorarà el grau d'alineació de la proposta amb els objectius definits, la correcta comprensió del briefing i la pertinència del missatge en relació amb el públic objectiu.....fins a un màxim de 5 punts
- c. Missatge: es valorarà el nivell d'adequació i impacte del missatge de campanya i com aquest dona resposta al que es detalla en el briefing.....fins a un màxim de 5 punts
- d. Disseny i estètica: es valorarà l'originalitat i l'impacte de la part formal de la campanya, és a dir el tipus d'imatge, el disseny, la composició gràfica, així com la utilització de recursos que garanteixin el nivell de comprensió.....fins a un màxim de 10 punts
- e. Integració i coherència entre la imatge audiovisual i la imatge gràfica: es valorarà el grau d'integració de totes les peces de campanya (spot, gràfica,) de manera que tots els codis visuals treballin en una mateixa direcció i construeixin una campanya global (que no hi hagi desconexió entre els diferents elements que conformen la campanya).....fins a un màxim de 5 punts



2. Qualitat de la línia gràfica desenvolupada en el manual gràfic

Es valorarà la consistència visual del sistema gràfic proposat, la seva adequació a la identitat de la marca o institució, la qualitat dels elements visuals i la seva capacitat d'adaptació a diferents formats i suports.....fins un màxim de 5 punts
La puntuació esglaonada per a cadascun dels paràmetres es basa en la ponderació següent:

	Puntuació obtinguda (%)	Puntuació obtinguda (fins 15 punts)	Puntuació obtinguda (fins 10 punts)	Puntuació obtinguda (fins 5 punts)
Adequació òptima	100%	15	10	5
Adequació notable	75%	11,25	7,5	3,75
Adequació correcta	50%	7,5	5	2,5
Té algunes mancances	25%	3,75	2,5	1,25
Té moltes mancances	5%	0,75	0,5	0,25

Una vegada valorades les ofertes, sempre i quan alguna de les valoracions de les propostes tècniques assoleixi el valor de 22.5 punts sobre el màxim de valoració possible, 45 punts, s'aplica una fórmula per la qual la proposta tècnica amb la màxima valoració obté la màxima puntuació possible, i la proposta valorada amb zero punts segueix obtenint zero punts i alhora distribueix proporcionalment les puntuacions en relació a les valoracions prèvies obtingudes per les propostes tècniques. La fórmula és la següent:

$$P_{op} = P \times \frac{VT_{op}}{VT_{mv}}$$

P_{op} = Puntuació de l'Oferta a Puntuar
 P = Puntuació del criteri
 VT_{op} = Valoració Tècnica de l'Oferta que es Puntua
 VT_{mv} = Valoració Tècnica de l'oferta Millor Valorada

Si cap de les valoracions de les propostes tècniques assoleix el valor de 22.5 punts sobre el màxim de valoració possible, 45 punts, es considerarà que la puntuació a atorgar és el valor obtingut en la fase de valoració de les propostes tècniques.

B) Criteris avaluable de forma automàtica (55 punts)

1. Preu del servei: fins a 25 punts

L'oferta econòmica més favorable obtindrà la màxima puntuació, i la resta d'ofertes es valoraran de manera proporcional d'acord amb la fórmula següent:



$$P_v = \left[1 - \left(\frac{O_v - O_m}{IL} \right) \times \left(\frac{1}{VP} \right) \right] \times P$$

P_v = Puntuació de l'oferta a Valorar
 P = Punts criteri econòmic
 O_m = Oferta Millor
 O_v = Oferta a Valorar
 IL = Import de Licitació
 VP = Valor de ponderació

Es proposa un valor $VP = 2$, amb l'objectiu de potenciar la valoració de la qualitat per sobre del preu.

En aplicació amb el que estableix l'article 146.2.b) LCSP, es justifica la fórmula proposada, la qual respon a la metodologia establerta per la Comissió Central de Subministraments, permetent la valoració de qualsevol oferta amb independència de la resta de proposicions i alhora mantenint la proporcionalitat desitjada.

Així mateix, la fórmula s'ajusta 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 del Departament d'Economia i Finances de la Generalitat de Catalunya. Aquesta fórmula s'ha calculat en base a una estimació a efectes de determinar l'oferta econòmica més avantatjosa però que no té perquè coincidir amb l'execució real del contracte.

Per a la valoració del criteri de preu, les empreses licitadores hauran de presentar l'Annex del model de proposta econòmica, degudament emplenat, en el qual s'indicaran els preus unitaris oferts i els imports totals oferts per a cadascun dels conceptes.

S'hauran de complir les condicions següents:

- S'haurà d'indicar el preu unitari ofert, expressat en euros i sense IVA, per a cadascun dels conceptes.
- L'import total ofert resultarà de multiplicar el preu unitari ofert pel nombre màxim d'unitats previstes.
- En cap cas el preu unitari ofert ni l'import total podran superar el preu unitari màxim estimat ni l'import màxim estimat establerts en el quadre de l'oferta econòmica.
- Serà obligatori emplenar la totalitat dels conceptes inclosos en el model.

L'import total de l'oferta serà la suma dels imports proposats oferts per a tots els conceptes, IVA exclòs, i serà el que es tindrà en consideració a efectes de la valoració del criteri econòmic.

2. **Millora en el temps de lliurament dels materials** (peces necessàries en funció de la proposta creativa per a la difusió de la campanya i les seves adaptacions). Fins a 6 punts.



Criteri	Puntuació
Lliurament de les peces en un termini igual o inferior a 27 dies naturals des de la data de formalització del contracte (aquest material inclou com a mínim els espots, les falques, els màsters per als mitjans impresos, exterior i Internet).	6
Lliurament en un termini inferior a 30 dies naturals i igual o superior a 28 dies naturals des de la data de formalització del contracte (aquest material inclou com a mínim els espots, les falques, els màsters per als mitjans impresos, exterior i Internet).	3

3. **Millora en el nombre d'adaptacions per als mitjans impresos**, respecte a l'establert al punt 6 del brífing annex al PPT. Fins a 6 punts.

Criteri	Puntuació
Producció d'un nombre igual o inferior a 35 i superior a 30 adaptacions.	6
Producció d'un nombre igual o inferior a 30 i superior a 25 adaptacions.	3

4. **Millora en el nombre d'adaptacions estàndard per als mitjans exteriors**, respecte a l'establert al punt 6 del brífing annex al PPT. Fins a 6 punts

Criteri	Puntuació
Producció d'un nombre igual o inferior a 10 i superior a 8 adaptacions.	6
Producció d'un nombre igual o inferior a 8 i superior a 6 adaptacions.	3

5. **Millora en el nombre d'adaptacions per als mitjans digitals**, respecte a l'establert al punt 6 del brífing annex al PPT. Fins a 6 punts.

Criteri	Puntuació
Producció d'un nombre igual o inferior a 20 i superior a 15 adaptacions en format display.	6
Producció d'un nombre igual o inferior a 15 i superior a 10 adaptacions en format display.	3

6. **Millora en el nombre de gràfiques diferents per premsa**, respecte a l'establert al punt 6 del brífing annex al PPT. Fins a 6 punts.

Criteri	Puntuació
Producció de 5 gràfiques diferents	6
Producció de 4 gràfiques diferents	3



CRITERIS PER A LA DETERMINACIÓ DE L'EXISTÈNCIA DE BAIXES PRESUMPTAMENT ANORMALS

Quan s'identifiqui una proposició susceptible de ser considerada desproporcionada o anormal, l'òrgan de contractació donarà tràmit d'audiència al licitador a efectes de justificar la valoració de la seva oferta.

A la vista de les al·legacions formulades, l'òrgan de contractació resoldrà sobre l'acceptació o el rebuig de la proposició, de manera motivada.

Per a l'apreciació d'ofertes desproporcionades o temeràries es tindrà en compte l'oferta considerada en el seu conjunt i, en cap cas, exclusivament el preu.

Es considerarà que una oferta pot incórrer en valors anormals o desproporcionats, d'acord amb l'article 149 de la LCSP, de la relació entre les magnituds obtingudes de les variables següents, que es calcularan en relació als criteris d'adjudicació que no són preu, és a dir els criteris subjectius i també els automàtics que no siguin preu:

1. La mitjana aritmètica de la puntuació obtinguda per les empreses licitadores
2. La desviació de cada una de les puntuacions obtingudes per les empreses licitadores respecte a la mitjana de les puntuacions
3. El càlcul de la mitjana aritmètica de les desviacions obtingudes, en valor absolut, és a dir, sense tenir en compte el signe més o menys

Es considerarà que una oferta es troba incursa en valors anormals o desproporcionats, quan la puntuació obtinguda estigui per damunt del valor que resulti de la suma de les variables 1 i 3 i que, al mateix temps, la seva oferta econòmica (preu) estigui també per sota de la mitjana de les ofertes econòmiques presentades per les empreses licitadores en un percentatge del 20%, IVA exclòs.

En cas que es presenti un sol licitador es considerarà que l'oferta és anormalment baixa, als efectes de l'article 149 de la LCSP, si es compleixen els dos supòsits:

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

ALTRA DOCUMENTACIÓ A PRESENTAR PER LES EMPRESES LICITADORES O PER LES EMPRESES PROPOSADADES ADJUDICATÀRIES

No s'escau.

MODIFICACIONS PREVISTES EN EL PCAP

No s'escau.



CESSIÓ

No es podrà cedir el contracte perquè les qualitats tècniques de l'empresa adjudicatària com a autora d'una idea creativa i d'una conceptualització de campanya són determinants a l'hora d'adjudicar el contracte.

SUBCONTRACTACIÓ

El contractista pot concertar amb tercers la realització parcial de la prestació amb subjecció al que disposin els plecs i d'acord amb allò recollit a l'article 215 de la LCSP.

Es podrà subcontractar la part corresponent a la producció (no la creativitat), la locució de les peces audiovisuals, la revisió i la correcció estilística dels textos en català i la traducció a altres idiomes amb la correcció corresponent, entenent que una agència de publicitat pot no disposar dins de la seva estructura dels mitjans per dur a terme aquestes tasques. Atès que la direcció en la producció, el seguiment i totes les indicacions per obtenir el resultat final desitjat dependran del contractista, ha de ser el mateix contractista qui gestioni també aquesta part del contracte, i no escau plantejar-la com un lot separat.

La subcontractació d'aquestes prestacions no podrà suposar, en cap cas, una pèrdua de qualitat respecte d'allò que es determini al contracte.

Les tasques pròpies de creativitat han de ser executades directament pel contractista, ja que no poden subcontractar-se per considerar-se tasques clau que condicionen el desenvolupament del contracte, l'èxit i la qualitat del mateix.

Cal afegir que la possibilitat de subcontractar permet l'accés de pimes a més contractes del sector públic (article 1 de la LCSP).

CONDICIONS ESPECIALS D'EXECUCIÓ RELACIONADES AMB L'ARTICLE 202 DE LA LCSP

Durant el període d'execució del contracte, l'empresa està obligada a mantenir els perfils professionals requerits o substituir-los per professionals amb el mateix perfil. Així mateix, haurà de mantenir actualitzades les condicions laborals del personal adscrit al contracte.

Per tal d'aplicar la mesura prevista a l'article 202.2 de la LCSP de foment de la igualtat entre homes i dones en el treball, s'estableix com a condició especial d'execució, la utilització de llenguatge inclusiu, és a dir un llenguatge no sexista en tota la documentació i comunicacions (escrites, orals i visuals) derivades del contracte. Tindrà la consideració de condició essencial del contracte.

De la mateixa manera, cal garantir la correcció ortogràfica i gramatical de totes les peces de comunicació. Els textos han de passar per correcció humana que, en el cas del català, ha de ser d'una persona llicenciada en Filologia Catalana o traducció en aquesta llengua.

En tot cas, l'empresa adjudicatària haurà de complir el que disposa la Llei Orgànica 3/2007, de 22 de març, per a la igualtat efectiva de dones i homes, i la Llei 15/2022, de 12 de juliol,



integral per a la igualtat de tracte i la no discriminació, així com la normativa autonòmica i sectorial aplicable en aquestes matèries.

PENALITATS:

L'empresa contractista haurà de complir amb els terminis i les condicions de subcontractació establertes en aquest informe.

L'empresa contractista haurà de fer un primer lliurament del material necessari per a l'inici de la difusió de la campanya, el termini màxim de lliurament serà de 30 dies naturals des de la formalització del contracte.

D'acord amb els articles 193 i 215 de la LCSP, quan el contractista, per causes que li són imputables, incorri en demora respecte al compliment dels terminis, o incompleixi les condicions per a la subcontractació que disposin els plecs, es consideren:

Infraccions greus:

- En el cas d'una demora superior a 10 dies en el lliurament dels materials s'optaria per la penalització d'un 6% de l'import pel qual s'ha adjudicat el contracte, IVA exclòs.
- L'incompliment de les condicions per a la subcontractació donarà lloc a una penalització d'un 6% de l'import pel qual s'ha adjudicat el contracte, IVA exclòs

Infraccions lleus:

- Quan el contractista, per causes que li són imputables, incorri en demora respecte al compliment dels terminis parcials i total, es preveu la imposició d'una penalitat diària en la proporció de 0,60 euros per cada 1.000 euros del preu pel qual s'ha adjudicat el contracte.

La imposició de la penalitat s'aplicarà, prèvia incoació del procediment corresponent, a partir de l'endemà del termini que l'empresa s'hagi compromès a lliurar els materials. La millora en el temps de lliurament dels materials s'ha considerat com un dels criteris d'adjudicació i per tant la penalització s'ha d'ajustar a la proposta que hagi fet l'empresa contractista.

ALTRES REQUISITS DEL CONTRACTE

En tot cas, l'empresa ha de complir la Llei 31/1995, de 8 de novembre, de prevenció de riscos laborals, i tota la seva normativa de desenvolupament. L'adjudicatari haurà d'acreditar mitjançant declaració responsable el compliment d'aquestes obligacions, sense perjudici de les facultats de verificació de l'òrgan de contractació.

PROPOSTA DE MEMBRES PER A LA MESA DE CONTRACTACIÓ

Es proposen com a vocals de la Mesa:

Núria Lapeña Carbonell (nuria.lapena@gencat.cat)
Cap de l'Àrea Gestió i Coordinació
Institut Català de Seguretat i Salut Laboral



Amàlia Valls Longarte (amalia.valls@gencat.cat)
Cap de l'Àrea de Promoció i Formació
Institut Català de Seguretat i Salut Laboral

I com a substituïts:

Marta Sangrà Ortiz (msangra@gencat.cat)
Oficina de Comunicació
Departament d'Empresa i Treball

Xavier Gea Bacardit (xavier.gea@gencat.cat)
Àrea Gestió i Coordinació
Institut Català de Seguretat i Salut Laboral

RESPONSABLE DEL CONTRACTE

Es proposa com a responsable del contracte a la directora de l'Institut Català de Seguretat i Salut Laboral

La directora general de Relacions Laborals, Treball Autònom, Seguretat i Salut Laboral

Document electrònic administratiu garantit amb signatura electrònica amb certificats del Consorci AOC. La política de signatura aplicable és "Condicions tècniques de signatura electrònica dels actes administratius i de les manifestacions de voluntat en suport informàtic".



Doc. original signat per:
Núria Gilgado Barbadilla
06/05/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al
web csv.gencat.cat fins al 02/06/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0QUWPP105TISZ18T1ABI6WI5WET559HI

Data creació còpia:
02/06/2026 14:25:30