



MEMÒRIA JUSTIFICATIVA DEL CONTRACTE DE LA CONTRACTACIÓ D'UN SERVEI DE CREATIVITAT, DISSENY, REALITZACIÓ I PRODUCCIÓ D'UNA CAMPANYA DE PUBLICITAT INSTITUCIONAL DE L'OFERTA ACADÈMICA DE MÀSTERS I ESTUDIS DE POSTGRAU DE LA UNIVERSITAT DE BARCELONA.

EXPEDIENT 2026/107

En data 7 de setembre de 2026, Lourdes Sesma Ortí, cap de la Unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting de la Universitat de Barcelona va sol·licitar mitjançant el formulari establert l'inici dels tràmits per a la contractació d'un *servei de creativitat, disseny, realització i producció d'una campanya de publicitat institucional de l'oferta acadèmica de màsters i estudis de postgrau de la Universitat de Barcelona*.

0.- DESCRIPCIÓ DE LA NECESSITAT A COBRIR I MOTIUS QUE JUSTIFIQUEN LA CONTRACTACIÓ

La Universitat de Barcelona necessita reforçar la promoció de la seva oferta de màsters i postgraus mitjançant una comunicació audiovisual i digital actual, transversal i adaptada als diferents públics. Per assolir aquest objectiu, es requereixen recursos professionals especialitzats en conceptualització creativa, desenvolupament gràfic i producció audiovisual que la Universitat no disposa dels mitjans tècnics suficients per assumir íntegrament amb recursos propis. La necessitat és puntual i està vinculada al desenvolupament d'una campanya específica, amb previsió de reutilització dels materials durant tres anys.

1.- DESCRIPCIÓ DE L'OBJECTE I TIPOLOGIA DEL CONTRACTE, LOTS I CPV (apartat A quadre característiques)

a. Definició de l'objecte i tipologia del contracte.

L'objecte del contracte és la prestació dels serveis necessaris per a la conceptualització creativa i el desenvolupament d'una campanya de comunicació per a la promoció de l'oferta de màsters i postgraus de la Universitat de Barcelona, incloent-hi la creació del concepte creatiu i el seu desenvolupament en diferents peces i formats de comunicació.

L'encàrrec inclou la conceptualització de la línia creativa i desenvolupament gràfic de la campanya, així com la seva materialització mitjançant producció audiovisual i, si s'escau, fotogràfica, i la posterior adaptació als diferents canals i formats previstos. El concepte creatiu haurà de tenir caràcter transversal i ser susceptible d'aplicació a les diferents necessitats de comunicació de la Universitat de Barcelona, tant en campanyes genèriques com en comunicacions específiques vinculades als diferents àmbits de coneixement i als diferents màsters i postgraus.

L'objecte del contracte també inclou els drets d'explotació dels materials, peces i continguts desenvolupats en el marc del contracte seran cedits a la Universitat de Barcelona per un període de tres (3) anys, a comptar des del llançament de la campanya, previst inicialment per al mes de gener de 2028 o bé per un període superior fins un màxim de cinc (5) anys, màxim permès per llei si l'adjudicatari l'ofereix com a millora.

La cessió comprendrà les modalitats d'explotació necessàries per a la difusió i utilització de la campanya en els canals i suports previstos en el plec de prescripcions tècniques.

L'abast, les característiques, els requisits tècnics, les fases d'execució i els lliurables associats a les prestacions objecte del contracte es defineixen en el plec de prescripcions tècniques (PPT).



La contractació esmentada té la consideració de contracte mixt (subministrament de material i prestació de serveis associats) atès que el seu objecte es troba comprès en l'article 18 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic, per la que es transposen a l'ordenament jurídic espanyol les directives del Parlament Europeu i del Consell 2014/23/UE i 2014/24/UE, de 26 de febrer de 2014 (LCSP).

b. Divisió en lots o justificació dels motius pels quals aquest contracte no es divideix en lots.

Es tracta d'una campanya que ha de mantenir una homogeneïtat tant en el tractament de la línia creativa com el resultat final de tots els productes finals, cosa que fa necessari que sigui realitzada per un sol adjudicatari, no essent convenient la divisió en lots.

c. Classificació CPV:

De conformitat amb la normativa comunitària vigent sobre la matèria, la codificació corresponent a la nomenclatura del vocabulari comú de contractes (CPV) d'aquest contracte son:

- 79341400-0 Serveis de campanyes de publicitat.
- 22462000-6 Material de publicitat.

2.- DADES ECONÒMIQUES (apartat B quadre característiques).

a. Determinació del preu a tant alçat.

b. Valor estimat del contracte (VEC) (IVA exclòs)

b.1 El valor estimat d'aquest contracte és de 90.000,00 euros (IVA no inclòs) i inclou el contracte inicial i el 20% de modificacions.

Pressupost base de licitació (exclòs IVA)	75.000,00€
Import de les modificacions previstes (exclòs IVA)	15.000,00€
Import de les pròrrogues (exclòs IVA)	0,00€
TOTAL VALOR ESTIMAT	90.000,00€

c. Pressupost base de licitació (PBL) (IVA inclòs)

c.1 El pressupost base de licitació és de 90.750,00 euros, dels quals 75.000,00 euros corresponen a la base imposable i 15.750,00 euros al 21% de l'IVA.

d. Document comptable i partida pressupostària

d.1. Autorització de la despesa: número 300212586 amb data 01 d'octubre de 2026.

Exercici	CEGE	Posició pressupostària	Fons	Programa	TOTAL (en euros)
2026	8380001443000	D/226000300/C2026A/G00	ELUP000847	UP000847	47.640,80
2026	8380001443000	D/226000300/C2026G/G00		UP000847	4.458,49
2026	8380001443000	D/226000900/C2026G/G00		UP000318	38.650,71



d.2. Fons de finançament: Fons propis.

3. DURADA DEL CONTRACTE / TERMINI D'EXECUCIÓ. PRÒRROQUES

La vigència del contracte és de nou (9) mesos.

El termini d'execució del contracte és de nou (9) mesos des de la formalització del contracte o fins al lliurament i validació final dels materials.

No obstant, els drets d'explotació dels materials, peces i continguts desenvolupats en el marc del contracte seran cedits a la Universitat de Barcelona per un període de tres (3) anys, a comptar des del llançament de la campanya, previst inicialment per al mes de gener de 2028 o bé per un període superior fins un màxim de cinc (5) anys, màxim permès per llei si l'adjudicatari l'ofereix com a millora l'adjudicatari.

a. Pròrroques

En relació, als diferents terminis d'execució és podran ampliar per causes sobrevingudes i no imputables directament al contractista.

4. TRAMITACIÓ DE L'EXPEDIENT, PROCEDIMENT D'ADJUDICACIÓ, ÒRGAN DE CONTRACTACIÓ, RESPONSABLE DEL CONTRACTE, UNITAT DESTINATÀRIA I PERFIL DEL CONTRACTANT

- a. Tramitació: Ordinària
- b. Procediment d'adjudicació i justificació: procediment obert simplificat, de conformitat amb el que disposa l'article 116 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic.
- c. Òrgan de contractació: la gerenta de la Universitat de Barcelona (per delegació de data 13.01.2021).
- d. Responsable del contracte: Lourdes Sesma Ortí, cap de la Unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting de la Universitat de Barcelona.
- e. Unitat destinatària: Unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting.
- d. Lloc d'execució: Barcelona.

Barcelona,

Lourdes Sesma Ortí
Cap de la Unitat d'Imatge Corporativa i Màrqueting de la Universitat de Barcelona.