



## **INFORME DE NECESSITAT I IDONEÏTAT DEL CONTRACTE**

Núm. expedient: C220000916

Núm. contracte: 22000803

CPV: 22462000-6

### **1. OBJECTE DEL CONTRACTE**

La contractació de la producció dels elements de comunicació i publicitat de la campanya de comunicació i difusió de la Festa de la Mercè 2022.

Contracte mixt de subministrament i serveis. Predomina el subministrament donat el cost de la matèria prima.

No es preveu la divisió en lots del present contracte atenent a raons conceptuals, tècniques i de desenvolupament operatiu.

Clàusules socials/mediambientals

Aquestes prescripcions prenen en consideració la política de contractació responsable de l'Ajuntament de Barcelona i, en conseqüència, es defineixen seguint les línies establertes a la Instrucció tècnica per a l'aplicació de criteris de sostenibilitat en els elements de Comunicació. ([http://www.ajsosteniblebcn.cat/ins\\_cat\\_cap\\_comunicacio\\_maq\\_67380.pdf](http://www.ajsosteniblebcn.cat/ins_cat_cap_comunicacio_maq_67380.pdf)).

Mesures socials: conciliació de la vida laboral, personal i familiar.

Els serveis als que fan referència aquest contracte no inclouen cap tractament dedades personals.

Es proposa com a responsable del contracte i com a interlocutor Carmina Ruiz Alonso.

En aquest contracte permet la subcontractació.

En aquest contracte no es demana termini de garantia

### **2. JUSTIFICACIÓ DE LA NECESSITAT DEL CONTRACTE**

L'Institut de Cultura de Barcelona com a entitat cultural té entre les seves finalitats impulsar el desenvolupament i divulgació de la cultura des de les diferents formes d'expressió. Actuant com a impulsor i promotor cultural necessita recursos específics per tal de portar a terme les accions adients que tenen per objecte la comunicació i difusió de les activitats que programa anualment i que emanen de la seva missió.

El Departament de Comunicació de l'Institut de Cultura és el departament que té assignades les competències en matèria de comunicació i difusió de les activitats i de la producció cultural.

La crisi sanitària causada per la covid-19 ha canviat considerablement el context de la festa major de Barcelona dels dos darrers anys, amb la implementació d'aforaments reduïts i de reserva



prèvia. Per això les La Mercè de 2022 vol celebrar el retorn a la normalitat, al retrobament dels barcelonins i barcelonines amb la seva festa major, als carrers de la ciutat plens de propostes obertes a tothom; al retorn dels concerts multitudinaris, o de petit format, a la diada castellera i la cavalcada de la Mercè.

Aquestes Festes de la Mercè que se celebraran entre el 23 i el 26 de setembre de 2022 esperem que en un context de més normalitat pel que fa a la crisi sanitària, si bé, amb la complexitat de gestió per tractar-se d'un gran esdeveniment amb més de 300 activitats a l'espai públic, en un curt període de temps.

Més enllà del context, la gestió d'un gran esdeveniment es veu afectada de manera habitual per moltes variables: canvis sobtats en la programació, climatologia etc. que poden afectar la cadena de producció i comunicació etc. i que requereixen sempre capacitat de resposta reactiva.

Resulta cabdal informar a la ciutadania de manera ràpida i eficaç, el que converteix els canals digitals, però també els elements a la via pública en mitjans destacats per arribar amb èxit a l'audiència.

A tal efecte, és considera necessari garantir l'eficàcia de la comunicació i difusió de la festa de la Mercè cultural mitjançant la contractació externa dels serveis de producció, muntatge, manteniment i retirada dels elements de comunicació, difusió i publicitat.

Es requereix un perfil transversal que doni servei a la comunicació de les Festes de la Mercè preparant tota mena d'elements de comunicació i respongui de manera molt àgil, ràpida i efectiva a les tasques requerides, donat que els canvis en les mesures preventives estan trasbalsant el calendari de treball del desenvolupament de la campanya i dels elements de comunicació, fent necessari poder iniciar la comunicació amb la ciutadania sobre les festes de la Mercè amb el menor retard possible i mantenir-la fins al final de la campanya.

El Departament de Comunicació no disposa dels recursos propis adients i alhora necessaris per a la implantació i el desenvolupament dels serveis esmentats que garanteixin els objectius propis de comunicació i difusió. A tal efecte es considera necessària la tramitació d'un procediment obert simplificat per a la contractació dels subministrament i serveis en qüestió per una durada de 6 mesos (de l'1 de juliol al 31 de desembre de 2022). La naturalesa i extensió de les necessitats que pretenen cobrir-se mitjançant aquest contracte, així com la idoneïtat del seu objecte i contingut queden justificades en el punt precedent.

#### **DURADA I PRESSUPOST DEL CONTRACTE**

Es preveu una durada del contracte de des de l'1 de juliol, o bé des de l'endemà de la seva formalització, si aquesta data fos posterior.

El contracte no es podrà prorrogar.

El pressupost del contracte es fixa en 119.500,00 euros, que es desglossa en 98.760,33 de pressupost net, més 20.739,67 euros en concepte d'IVA al 21 %.

El pressupost net es desglossa de la manera següent:

<b>Costos directes</b>	<b>Import €</b>
Materia prima i producció	61.737,95 €



Costos salarials	22.208,33 €
TOTAL costos directes	83.946,28 €
<b>Costos indirectes</b>	<b>Import €</b>
Despeses generals d'estructura	11.851,24 €
Benefici industrial	2.962,81
TOTAL Costos indirectes	14.814,05 €
<b>TOTAL DE COSTOS (directes + indirectes):</b>	<b>98.760,33 €</b>

L'estimació dels costos salarials s'ha calculat prenent com a referència *La Guia del Mercado Laboral de Hays de 2021* per al sector del Marketing i Vendes i per a una plantilla de persones treballadores que ha d'executar el contracte amb les següents categories professionals i nombre de persones, segons s'especifica al present informe, i periodificant les retribucions de l'informe als 6 mesos que ocupa la prestació del contracte (retribució de l'informe 5/12).

La dedicació del personal tècnic serà variable en funció de la concentració de tasques comunicatives. A continuació presentem una taula de progressió de la dedicació:

	Juliol	Agost	Set	Oct	Nov	Des
Supervisor de comptes	100%	100%	100%	50%	25%	25%
Dissenyador gràfic	100%	100%	100%	50%	25%	--

Categoria professional	Retribució salarial 6 mesos	Nº Persones
Supervisor de comptes	12.833,33 €	1
Productor gràfic	9.375,00 €	1

L'import total és de 22.208,33 € per el total de posicions relacionades i segons la taula de dedicació mensual d'un període de 6 mesos.

### 3. VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE (VEC)

Donat que no es preveu pròrroga ni modificacions, el valor estimat del contracte coincideix amb l'import net de la licitació, és a dir 98.760,33 euros sense IVA.

### 4. JUSTIFICACIÓ DEL PROCEDIMENT D'ADJUDICACIÓ

Aquest contracte mixt de subministrament i serveis s'adjudicarà pel procediment obert simplificat, d'acord al que s'estableix a l'article 159 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre de contractes del sector públic i atès que s'adapta a l'art. 159.1 amb un VEC inferior a 100.000€ i el criteris dependents de judici de valor que no superen el 25 % del total.

### 5. CRITERIS DE SOLVÈNCIA ECONÒMICA I TÈCNICA O PROFESSIONAL, I CRITERIS D'ADJUDICACIÓ



Els licitadors hauran de comptar amb la solvència econòmica i tècnica que tot seguit s'especifica:

#### SOLVÈNCIA ECONÒMICA

Volum anual de negocis. El volum anual de negocis referit al millor dels tres últims exercicis anteriors a la data de presentació de les proposicions, ha de tenir un valor estimat superior a 120.000,00 euros. Aquesta xifra no podrà superar una vegada i mitja el VEC del contracte, excepte en casos degudament justificats segons art. 87.1.a) LCSP

#### SOLVÈNCIA TÈCNICA

El personal tècnic estarà format, com a mínim, de:

1. Una única persona especialista amb experiència en les tasques objecte del contracte amb responsabilitat directa sobre la coordinació i execució de la campanya, durant totes les seves fases. És a dir, des de la recepció de l'encàrrec de cada peça fins a la producció del material i la seva difusió posterior, i haurà d'acreditar experiència mínima de 3 anys en:
  - Serveis de gestió i coordinació, producció i distribució d'elements de publicitat d'esdeveniments multi espais. Totes aquestes tasques realitzades en localitats amb una població de més de 100.000 habitants. Es requereix experiència en grans esdeveniments gestionats per ciutats grans o de més població donat que la campanya es caracteritza per: l'elevat nombre d'activitats, l'elevat nombre d'agents que hi intervenen, la concentració d'activitats en múltiples escenaris i a l'espai públic, la tipologia de suports de comunicació (torretes, banderoles, lones de grans escenaris etc.) ,la simultaneïtat d'activitats i en diferents franges horàries matí-tarda-nit, la massificació o gran participació de la ciutadania, l'impacte de l'esdeveniment a la ciutat i àrea metropolitana, les contingències o situacions que es poden produir relacionades o que impactin directament en la festa abans o durant la mateixa (canvis meteorològics, etc.), totes aquestes variables demanden de gran capacitat reactiva per poder abordar qualsevol necessitat comunicativa que es pugui produir
  - Disseny gràfic, disseny editorial, senyalètica i producció d'elements de comunicació de multi espais
2. Una persona dedicada exclusivament a la producció gràfica que requereixi el projecte, que reportarà al responsable de l'execució del contracte. Haurà d'acreditar experiència mínima de 3 anys en les tasques descrites.

#### Adscripció de mitjans materials

- Disposició d'atenció telefònica operatiu entre les 08:00 i les 22:00 hores dedilluns a diumenge des de l'inici del contracte fins al final de la campanya.



## CRITERIS D'ADJUDICACIÓ

La selecció de l'oferta més avantatjosa es determinarà tenint en compte la millor relació qualitat-preu amb l'objectiu d'obtenir ofertes de gran qualitat. S'aplicaran els criteris d'adjudicació següents:

### **A- CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT CRITERIS SUBJECTES A JUDICI DE VALOR: fins a 25,00 Punts.**

**A1. Fins a 15,00 punts**, per la qualitat d'una proposta en resposta a una metodologia d'organització de la producció dels materials de comunicació de la campanya tal com el que es descriu tot seguit:

Elaborar un calendari de preparació i producció i distribució d'un programa- graella de les Festes de la Mercè 2022 i dels elements exteriors de la campanya. Els calendaris han de cobrir des del moment de la recepció dels continguts per part de l'ICUB fins al tancament de la campanya. La campanya de la Mercè requereix d'eines metodològiques per un bon control organitzatiu de la seva producció per respondre de manera àgil, ràpida i efectiva a les tasques requerides, i assolir així els objectiu de comunicació.

S'ha de treballar amb la hipòtesi que la graella s'encartarà amb un diari o revista el dia 12 de setembre de 2022 i que i que paral·lelament l'empresa adjudicatària ha de fer la distribució d'uns 50.000 exemplars a diferents establiments municipals (aproximadament 150 punts de distribució) i/o culturals de la ciutat de Barcelona perquè estiguin a l'abast del públic l'endemà de l'encartament. D'altra banda, la col·locació dels elements exteriors de la campanya tindrà lloc la primera setmana de setembre.

Es valorarà el contingut i el grau de detall de l'informe presentat. No es valorarà la informació que es consideri supèrflua o innecessària. El document constarà d'un màxim de **6 pàgines**, tamany DIN-A4, arial 11, incloent-hi, si fos el cas, les imatges, figures, diagrames, etc.

Les propostes seran valorades segons el barem següent:

Insuficient: 0,00 punts

Acceptable: 5,00 punts

Notable: 10,00 punts

Excel·lent: 15,00 punts

Els 15,00 punts seran per a les ofertes que plantegin una solució adient al supòsit plantejat pel que fa al seu contingut i descriguin de forma adequada, precisa, clara, sistemàtica i organitzada cadascun dels aspectes objecte d'avaluació; 10,00 punts per aquelles que descriguin de forma correcta però amb alguna carència els aspectes objecte d'avaluació; 5,00 punts per aquelles que descriguin de forma bàsica o massa esquemàtica els aspectes objectes d'avaluació; 0,00 punts per aquelles en les quals no es consideri adequat l'enfocament, el contingut i/o continguin alguna carència que demostrï desconeixement o



manca d'experiència en les tasques que es plantegen.

**A2. Fins a 10,00 punts**, per la qualitat de presentació d'una temporalització de les visites als espais de representació de les festes (amb l'objectiu de valorar els elements de senyalística adients), del seu disseny, producció, instal·lació i reposició en cas que fos necessari.

Es valorarà el contingut i el grau de detall de l'informe presentat. No es valorarà la informació que es consideri supèrflua o innecessària. El document constarà d'un màxim de **4 pàgines** tamany DIN-A4, arial 11, incloent-hi, si fos el cas, les imatges, figures, diagrames, etc.

Les propostes seran valorades segons el barem següent:

Insuficient: 0,00 punts

Acceptable: 5,00 punts

Bona: 10,00 punts

Els 10,00 punts seran per a les ofertes que plantegin una solució adient al supòsit plantejat pel que fa al seu contingut i descriguin de forma adequada, precisa, clara, sistemàtica i organitzada cadascun dels aspectes objecte d'avaluació; 5,00 punts per aquelles que descriguin de forma correcta però bàsica o massa esquemàtica els aspectes objectes d'avaluació; 0,00 punts per aquelles en les quals no es consideri adequat l'enfocament, el contingut i/o continguin alguna carència que demostrï desconeixement o manca d'experiència en les tasques que es plantegen.

La documentació justificativa d'aquests criteris avaluable mitjançant judici de valor s'ha d'incloure necessària i únicament en el "Sobre electrònic B".

## **B. CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT FÓRMULES O CRITERIS AUTOMÀTICS: fins a 75 punts**

### **B.1. Oferta Econòmica, fins a 35 punts**

S'atorgarà la màxima puntuació al licitador que formuli el preu més baix que sigui admissible, és a dir, que no sigui anormalment baix i que no superi el pressupost net de licitació (és a dir, el pressupost màxim de licitació, IVA exclòs) i a la resta de licitadors la distribució de la puntuació es farà aplicant la següent fórmula establerta per Instrucció de la Gerència Municipal i aprovada per Decret d'Alcaldia de 22 de juny de 2017 publicat en la Gasetta Municipal del dia 29 de juny:

$$\left( \frac{\text{Pressupost net licitació} - \text{oferta}}{\text{Pressupost net licitació} - \text{oferta més econòmica}} \right) \times \text{Punts màx} = \text{Puntuació resultant}$$

Es defineixen els següents límits per a la consideració d'ofertes, en principi, amb valors anormals o desproporcionats:

- un diferencial de 5 punts percentuals per sota de la mitjana de les ofertes o, en el cas d'un



únic licitador, de 15 punts percentuals respecte el pressupost net de licitació.

Si el nombre de licitadors és superior a 10, pel càlcul de la mitjana de les ofertes es podrà prescindir de l'oferta més baixa i/o de l'oferta més alta si hi ha un diferencial superior al 5% respecte de l'oferta immediatament consecutiva.

Si el nombre de licitadors és superior a 20, pel càlcul de la mitjana de les ofertes es podran excloure una o les dues ofertes més cares i/o una o les dues ofertes més baixes sempre i quan una amb l'altre o totes dues amb la que la segueix tinguin un diferencial superior al 5%.

D'acord amb l'article 149.4 LCSP, es rebutjarà l'oferta si es comprova que és anormalment baixa perquè vulnera la normativa sobre subcontractació, no compleix les obligacions aplicables en matèria ambiental, social o laboral establertes en el Dret de la Unió, en el Dret Nacional, els convenis col·lectius sectorials vigents o per les disposicions de Dret internacional.

**B.2. Fins a 20,00 punts.** Per la presentació d'un catàleg de materials proposats amb els noms dels materials i la descripció de les qualitats compromeses per a ser utilitzades en l'execució del contracte, així com descripció de les especificacions tècniques essencials i l'ús a què es destina (per exemple: lones, banderoles, opis...). El catàleg haurà de contenir una varietat mínima de 12 materials i un màxim de 24 materials.

Els materials que no s'ajustin als paràmetres tècnics recollits en el PPT no seran objecte de valoració.

Cada material haurà de reflectir almenys dos dels tres paràmetres de qualitatsegüents.

- gramatge/gruix
- composició
- certificació d'origen

Es valorarà el catàleg que presenti més diversitat de materials, tot assignant la puntuació tal com es detalla:

12 materials	2,00 punts
Entre 13 i 16 materials	8,00 punts
Entre 17 i 19 materials	14,00 punts
Més de 20 materials	20,00 punts



**B.3. Fins a 20 punts.** Per la reducció dels terminis del pla de manteniment i seguiment dels elements d'exterior (apartat VII, requeriments generals del plec tècnic PPT).

Els punts es desglossen de la següent manera:

**B.3.1.** Fins a 10 punts per la reducció del termini de freqüència de **revisió** del material instal·lat.

1 cop setmanal	0 punts
2 cops setmanals	10 punts

**B.3.2.** Fins a 10 punts per la reducció del termini màxim de **reposició** dels elements d'exterior malmesos.

No reducció	0 punts
Reducció a 24 h.	10 punts

Puntuació de la totalitat dels criteris (A+B): 100 punts.

## **7 PROPOSTA**

Atesos els motius exposats, es proposa l'inici del procediment per a la contractació La producció dels elements de comunicació i publicitat de la campanya Festes de la Mercè 2021 per un import total de licitació de 119.500,00 euros IVA inclòs, dels quals 98.760.33 euros són pressupost net i 20.739,67 euros són en concepte d'IVA al 21%, amb càrrec a l'assignació pressupostària amb programa 33812 i econòmic 22605 del pressupost, i d'acord amb les condicions tècniques que s'annexen, mitjançant un procediment obert ordinari.