



**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE HAN DE
REGIR ELS CONTRACTES DE GESTIÓ DEL PROJECTE
PRIDE BCN PER L'ANY 2022.**

Índex

1.	Introducció	2
2.	objecte.....	3
3.	període d'execució.....	3
4.	ESPECIFICACIONS DELS SERVEIS A CONTRACTAR.	3
4.1. GESTIÓ INTEGRAL DE LA COMUNICACIÓ I LA PUBLICITAT.	3
4.2.CREACIÓ IMATGE EDICIÓ 2022	3
4.3. ESLOGANS, CLAIMS I COPIES CREATIUS,	4
4.4.PROGRAMA DE MÀ	5
4.5. PECES AUDIOVISUALS	5
4.6.ACTUALITZACIÓ I MANTENIMENT WEBS	6
4.7.OFICINA DE PREMSA	6
4.7.1. Interlocució amb la premsa.	7
4.7.2.Notes de Premsa	7
4.7.3. Convocatòries de premsa	7
4.7.4. Clippings	8
4.8. XARXES SOCIALS	8
4.9.GESTIÓ DE LA CAMPANYA DE PUBLICITÀRIA	10
4.10. GESTIÓ DEL PATROCINI	12
5.	EXECUCIÓ	13
6.	MILLORES	13
7.	DOCUMENTACIÓ QUE HAURÀ D'INCLoure LA PROPOSTA.....	14
8.	RESOLUCIÓ DE DUBTES	14

1. INTRODUCCIÓ

L'Associació Catalana d'Empreses per a Gais i Lesbianes – Cambra LGTBIQ+, en endavant LA CAMBRA LGTBIQ+, és una entitat sense afany de lucre, que té entre el seus objectius:

- Fomentar i promoure la visibilitat de la comunitat LGTBI dins i fora de Catalunya mitjançant les nostres activitats públiques i donar suport a tot tipus d'entitats i associacions, públiques i privades, catalanes i internacionals que defensin els drets LGTB.
- Promoure, fomentar i recolzar iniciatives que fomentin i defensin els drets de les persones LGTBI.

En el marc d'aquest objectiu LA CAMBRA LGTBIQ+ organitza anualment l'esdeveniment Pride! BCN.

Pride! BCN és un esdeveniment sense afany de lucre que ha esdevingut la celebració de l'Orgull LGTBIQ+ de la ciutat de Barcelona.

La seva organització recau formalment sobre LA CAMBRA LGTBIQ+ tot i que compta amb el recolzament de més de 30 entitats de diferents àmbits LGTBI de Barcelona i Catalunya i, també amb el recolzament institucional de l'Ajuntament de Barcelona, la Generalitat de Catalunya i la Diputació de Barcelona.

Consolidant-se com a esdeveniment LGTBI referent al mediterrani, en la seva edició del 2019 va atreure més de 400.000 assistents en 15 dies d'activitats.

2. OBJECTE

L'objecte del contracte és del el de prestar els serveis de gestió integral de la comunicació del projecte Pride! BCN, realitzant la planificació, coordinació, organització i execució de les accions recollides en aquest plec de condicions.

En aquest sentit l'empresa adjudicatària assumirà tots els serveis relacionats amb la planificació, ideació, organització, gestió, execució, creació i assistència tècnica de les accions, aportant tots els recursos tècnics i humans necessaris per al desenvolupament de les mateixes, i garantint a LA CAMBRA LGTBIQ+ la qualitat i qualificació necessàries per a llur òptima execució.

En tota la documentació, publicitat, imatge o materials especials que, si s'escau, s'hagin aportar els licitadors o que siguin necessaris per a l'execució del contracte, haurà de fer un ús no sexista del llenguatge, evitar qualsevol imatge discriminatòria de les dones o estereotips sexistes i fomentar amb valors d'igualtat la presència equilibrada, la diversitat i la coresponsabilitat.

3. PERIODE D'EXECUCIÓ

Des de la signatura del contracte i fins el 31 de desembre de 2022.

El retard en la signatura del contracte podrà donar lloc a la deducció del preu del contracte.

4. ESPECIFICACIONS DELS SERVEIS A CONTRACTAR.

Servei de gestió de la comunicació en un sentit ampli per al Projecte Pride! BCN 2022:

4.1. GESTIÓ INTEGRAL DE LA COMUNICACIÓ I LA PUBLICITAT.

Gestió de l'àmbit de la comunicació i la publicitat de LA CAMBRA LGTBIQ+ des d'un punt de vista ampli, incloent les tasques de comunicació, ideació, disseny de campanyes, dissenys gràfics, adaptacions, execució de les campanyes, etc. del projecte Pride Barcelona 2022.

El contractista assumirà la coordinació de totes les accions, realitzant el pla de treball i l'execució de les accions previstes.

4.2. CREACIÓ IMATGE EDICIÓ 2022

És objecte de la licitació la creació de la imatge (el cartell o cartells principal) de l'edició 2020 en base al *briefing* que realitzarà LA CAMBRA LGTBIQ+.

S'entén la creació des d'un punt de vista ampli, incloent les fases de ideació, gestió, producció, disseny, etc.

LA CAMBRA LGTBIQ+ podrà fer les aportacions que consideri adients sobre la proposta del licitador, quedant aquest a incorporar-les en la proposta.

LA CAMBRA LGTBIQ+ podrà rebutjar totalment la proposta realitzada pel licitador, quedant aquest obligat a realitzar noves propostes.

En la realització de les propostes, LA CAMBRA LGTBIQ+ podrà sol·licitar al licitador una prova d'impressió de la mateixa. Tots les despeses derivades d'aquesta prova aniran a càrrec del licitador.

Un cop acceptada la proposta per part d'LA CAMBRA LGTBIQ+, el licitador haurà d'entregar en el termini màxim de quinze (15) dies els següents elements.

- Cartell/s principal/s, en mida DIN A3 i format vectorial.
- Altres versions detallades al briefing.

També serà objecte de la licitació l'adaptació de totes les aplicacions necessàries per a la campanya, tals com flyers, roll-ups, lones de mitjà i gran format, banderoles, tòtems, cartells, marxandatge, aplicacions per a publicitat, etc. entre d'altres.

El *briefing* detallarà les característiques principals d'aquest cartell i les diferents versions que s'hauran de realitzar.

Un cop entregats els lliurables indicats al briefing, LA CAMBRA LGTBIQ+ podrà demanar al licitador les adaptacions del disseny per a diferents aplicacions, aquestes sol·licituds es faran per correu electrònic al licitador, quedant aquest obligat a entregar-les en el termini màxim de 7 dies naturals.

Al finalitzar l'esdeveniment, el licitador serà responsable de creació d'una imatge "Save The Date 2023" que convidi a l'edició del 2023.

El licitador serà responsable i es farà càrrec, sense poder imputar-ho a LA CAMBRA LGTBIQ+, dels costos de contractació de personal, lloguer d'espais, lloguer de material, drets d'imatge, drets de propietat intel·lectual, etc, que siguin necessaris per al desenvolupament de la proposta d'imatge o altres elements de campanya.

4.3. ESLOGANS, CLAIMS I COPIES CREATIUS,

Ideació, creació i desenvolupament de elements textuais necessaris per al desenvolupament de totes les accions objecte de la licitació.

Aquest punt podrà fer referència tant a textos breus d'estil publicitari (*claim* o eslògan), com a textos més extensos que facilitin altres accions objecte del contracte (proposta de valor de marca, descripció del projecte, continguts web, etc.)

Tots els elements textuais, seguiran les pautes de redacció facilitades per LA CAMBRA LGTBIQ+ i hauran d'esser aprovades per aquesta.

LA CAMBRA LGTBIQ+ podrà fer les aportacions que consideri adients sobre la proposta del licitador, quedant aquest a incorporar-les en la proposta.

LA CAMBRA LGTBIQ+ podrà rebutjar totalment la proposta realitzada pel licitador, quedant aquest obligat a realitzar noves propostes.

4.4. PROGRAMA DE MÀ

Dintre dels serveis a prestar en concepte de Creació d'imatge de l'edició de 2022, s'inclou el disseny i maquetació del programa de mà de l'edició 2022.

El licitador haurà de dissenyar i maquetar el programa de mà de Pride! BCN 2022, seguint les indicacions que LA CAMBRA LGTBIQ+ lliurarà al licitador a tal efecte.

El licitador serà responsable de traducció del contingut al anglès i al castellà, sense càrrec addicional per LA CAMBRA LGTBIQ+.

LA CAMBRA LGTBIQ+ podrà fer les aportacions que consideri adients sobre la proposta del licitador, quedant aquest a incorporar-les en la proposta.

LA CAMBRA LGTBIQ+ podrà rebutjar totalment la proposta realitzada pel licitador, quedant aquest obligat a realitzar noves propostes.

No són objecte del contracte els treballs d'impressió, sí que queda dintre de l'objecte del contracte la preparació del disseny per a impressió (adaptació i/o preparació de l'arxiu o arxius als requeriments tècnics necessaris per la impremta).

En la proposta econòmica s'haurà de indicar de forma separada la tarifa per proposada pels treballs que s'inclouen en aquest punt 4.4. En el benentès que, degut a l'obsolescència de les publicacions en paper, la Cambra LGTBIQ podria decidir no editar un programa de mà per la seva edició 2022. En aquest supòsit, la tarifa pels serveis del punt 4.3 Programa de mà, serà deduïda del preu del contracte.

4.5. PECES AUDIOVISUALS

Com a part de l'objecte del contracte, el licitador serà responsable d'elaborar peces audiovisuals per donar contingut als serveis objecte del contracte. Entenent-se que formen part de l'objecte del contracte tots els processos necessaris per a l'obtenció de les mateixes, incloent però no limitant-se a la ideació, guionització, planificació, preproducció, producció, realització, postproducció, edició, etc.

Les peces necessàries es definiran en la fase de kickoff, com a mínim serà necessari realitzar:

- Vídeo de presentació de campanya. (peça audiovisual breu de presentació de la campanya 2022).

- Vídeo de presentació de line-up. Peça audiovisual breu de presentació del line-up de l'edició 2022.
- Vídeo novetats 2022. Peça audiovisual breu de presentació de les novetats 2022.
- Capsules campanya. Si la campanya de comunicació ho requereix, elaboració de petites capsules de vídeo informatives/divulgatives sobre la campanya social.
- Elements de continuïtat i missatges breus per les pantalles de l'escenari a definir en la fase de kickoff: (cortinetes, carteles anunci artistes, carteles programa, kiss cam, missatges organitzatius...).

4.6. VIDEO AFTERMOVIE

És objecte del contracte l'edició d'un vídeo resum de l'edició 2022 tipus *aftermovie*. Forma part de l'encàrrec el disseny, ideació, guionització, briefings, edició, postproducció, correcció de color, etalonatge i efectes, locucions, subtitulat, etc., en definitiva tots aquells processos creatius, organitzatius, tècnics i d'edició necessaris per disposar del producte audiovisual final.

No forma part de l'objecte del contracte els treballs d'enregistrament audiovisual. El contractista haurà de coordinar-se amb el proveïdor de l'enregistrament als efectes de obtenir els materials necessaris en funció de la idea o guió del vídeo.

Son objecte d'aquest contracte les reunions de briefing i la coordinació amb l'equip audiovisual.

4.7. ACTUALITZACIÓ I MANTENIMENT WEBS

És objecte de la licitació el manteniment i actualització constant del web www.pridebarcelona.org, entenent-se que es mantindrà la vigència de l'objecte malgrat els dominis puguin modificar-se durant la vigència del contracte.

Sent objecte del contracte l'actualització de continguts, textos i imatges o elements multimèdia presents al web per adaptar-lo a les campanyes i programació del 2022.

És objecte del contracte, l'actualització i creació dels contingut web (planes web dintre del web de Pride BCN) sobre la campanya social de l'edició 2022 i la publicació del programa d'activitats en un format atractiu i comprensible per l'usuari similar a l'emprat actualment.

4.8. OFICINA DE PREMSA

Com a part del contracte, el licitador serà encarregat de la relació amb els mitjans de comunicació.

En concret, serà objecte de la licitació, com a mínim, les següents:

4.8.1. Interlocució amb la premsa.

El licitador serà l'interlocutor habitual amb els mitjans de comunicació i serà responsable de:

- Atendre la bústia de correu electrònic que LA CAMBRA LGTBIQ+ posarà a la seva disposició.
La gestió d'aquesta bústia es regirà pels principis de veracitat, diligència i cordialitat.
Totes les consultes o peticions que es rebin en aquesta bústia hauran de ser ateses en el termini màxim de 24h laborables.
- Organitzar, conjuntament amb LA CAMBRA LGTBIQ+, les rodes de premsa que s'escaiguin i fer-se càrrec de la coordinació de l'acte, convocatòria a mitjans, atenció durant la roda de premsa, etc.
- Atendre i gestionar les peticions de premsa (entrevistes, fotografies, etc.) i vehicular-les cap a les persones d'LA CAMBRA LGTBIQ+ autoritzades a realitzar declaracions de premsa.
- Durant les 3 setmanes prèvies a la celebració de l'esdeveniment Pride! BCN (actes principals), el contractista haurà de disposar d'un telèfon d'atenció a la premsa que restarà operatiu, com a mínim, 8 hores diàries de dilluns a divendres.

4.8.2. Notes de Premsa

El licitador serà responsable de redactar notes de premsa amb la informació facilitada per LA CAMBRA LGTBIQ+.

Les notes de premsa tindran les següents característiques:

- Redacció i maquetació atractiva.
- Redacció en tres idiomes (català, castellà i anglès).
- Distribució a través de serveis de mail-marketing que permetin disposar d'informació de l'enviament.
- El licitador haurà de proporcionar una llista de mitjans per enviar les notes de premsa, LA CAMBRA LGTBIQ+ podrà afegir o eliminar elements a aquesta llista.

No es defineix un nombre màxim de notes de premsa a redactar i gestionar. Sent l'habitual 4-5 notes durant la durada del contracte. Aquesta dada es dona merament a efectes informatius, podent-se superar aquesta xifra durant el contracte 2022.

4.8.3. Convocatòries de premsa

El licitador serà responsable de redactar convocatòries de premsa amb la informació facilitada per LA CAMBRA LGTBIQ+.

Les convocatòries de premsa tindran les següents característiques:

- Redacció i maquetació atractiva.
- Redacció en tres idiomes (català, castellà i anglès).
- Distribució a través de serveis de mail-marketing que permetin disposar d'informació de l'enviament.
- El licitador haurà de proporcionar una llista de mitjans per enviar les convocatòries de premsa, LA CAMBRA LGTBIQ+ podrà afegir o eliminar elements a aquesta llista.

El licitador també serà responsable d'entendre als mitjans de comunicació durant l'esdeveniment objecte de la convocatòria, amb els recursos humans i materials necessaris per a realitzar una correcta atenció dels mitjans, amb especial atenció als dies de celebració de l'esdeveniment Pride! BCN.

No es defineix un nombre màxim de convocatòries de premsa, havent-se de convocar i gestionar totes aquelles que siguin necessàries en el desenvolupament del Projecte Pride! BCN.

Habitualment es convoquen 5 convocatòries de premsa:

- Roda de Premsa anunci PRIDE BCN
- Actes Pride Pregó
- Actes Pride Dia Divendres – Escenari Principal (horari ampli)
- Actes Pride Dia Dissabte – Escenari Principal (horari ampli)
- Actes Pride – Manifestació (horari ampli)

Aquesta informació s'inclou merament a efectes informatius, podent-se superar el nombre de convocatòries en l'edició 2022.

4.8.4. Clippings

El licitador serà responsable de realitzar informes (*clippings*) de la campanya, aquests informes hauran d'incloure, com a mínim la següent informació:

- Recull de totes les aparicions del projecte en mitjans de comunicacions (mitjans convencionals i nous mitjans).
- Informe quantitatiu de les aparicions en mitjans, identificant: Mitjà, Tipologia del mitjà, format, durada, audiència i valoració econòmica de l'aparició.

4.9. XARXES SOCIALS

El licitador serà responsable de la gestió de les xarxes socials de l'associació i dels projectes que tinguis xarxes socials pròpies.

El licitador haurà de presentar un pla de xarxes socials que prevegi les accions que es duran a terme.

LA CAMBRA LGTBIQ+ facilitarà un *briefing* informatiu sobre els objectius de les xarxes socials i el missatge a transmetre.

Entre les accions a desenvolupar pel licitador es troben, de forma enunciativa i no limitativa, les següents:

- Disseny de l'estratègia de xarxes socials.
- Creació del contingut
- Publicació d'aquest en les diferents xarxes
- Interacció amb el públic i altres actors connexes.
- Optimització de les xarxes.

LA CAMBRA LGTBIQ+, en tot moment, podrà realitzar modificacions en l'estratègia de xarxes socials, estant el licitador obligat a acceptar-les.

Tanmateix, LA CAMBRA LGTBIQ+ podrà realitzar la seva pròpia gestió de les xarxes quan ho consideri oportú, sens perjudici de les tasques encomanades al licitador en el marc d'aquest contracte.

Amb l'objectiu d'analitzar, monitoritzar i avaluar els resultats obtinguts en l'estratègia realitzada en xarxes i comunicació online, s'elaborarà un informe mensual i un altre de resum a final de la campanya, on es recolliran els resultats tan quantitius com qualitius.

Entre els indicadors quantitius, com a mínim, s'han d'incloure:

FACEBOOK:

- Nombre de publicacions realitzades
- Fans acumulats per gènere, procedència, idioma i nombre de nous seguidors en el període.
- Mitjana d'abast de les publicacions més rellevants.
- Clics per publicació.
- Nombre de publicacions compartides
- Visites a la pàgina
- M'agrada de la pàgina

TWITTER

- Nombre de seguidors acumulats i nombre de nous seguidors
- Nombre de retuit en el període
- Taxa d'interacció
- Nombre d'impressions al dia
- Tuits amb més impressions.

INSTAGRAM

- Nombre de seguidors acumulats i nombre de nous seguidors
- Nombre de m'agrada en el període
- Nombre de comentaris en el període
- Nombre de vegades que es comparteix un contingut
- Publicacions amb més m'agrada.

El licitador serà responsable i es farà càrrec, sense poder imputar-ho a LA CAMBRA LGTBIQ+, dels costos de contractació de personal, lloguer d'espais, lloguer de material, drets d'imatge,

drets de propietat intel·lectual, etc, que siguin necessaris per a la gestió de xarxes socials i el seu contingut.

GESTIÓ DE CRISI

En el marc del contracte, el licitador haurà de desenvolupar un protocol de gestió de crisis de comunicació que prevegi els principals escenaris de crisis (*haters*, notícia negativa, rumors, crítiques i queixes objectives, etc.) i les accions a desenvolupar per reconduir la percepció del públic i evitar efectes bola de neu.

LA CAMBRA LGTBIQ+ haurà de validar aquest protocol.

4.10. GESTIÓ DE LA CAMPANYA DE PUBLICITÀRIA

a. Gestió Campanya

El licitador serà encarregat de gestionar la campanya publicitària del Pride BCN 2022.

El pressupost disponible per a la campanya publicitària és detallarà al inici del contracte Aquest pressupost serà a banda del pressupost de gestió del contracte. (Punt 3 de l'Annex I del PCA)

LA CAMBRA LGTBIQ+ no estarà obligada a exhaurir aquest pressupost.

Forma part de l'objecte del contracte el disseny de l'estratègia de mitjans. El licitador haurà d'elaborar l'estratègia i planificació de mitjans de comunicació convencionals i no convencionals de les campanyes publicitàries en funció de l'estratègia, els objectius de màrqueting i les necessitats de comunicació de la campanya de comunicació definits en el *briefing* que LA CAMBRA LGTBIQ+ lliurarà al licitador.

b. Negociació dels espais publicitaris

El licitador han de pactar els millors descomptes o negociacions amb els grup mediàtics o suports existents, en funció de l'anàlisi de la rendibilitat en funció els paràmetres de mesura: punt de *rating* brut (C/GPR, *gross rating point*), CPM, CPC, CPV, CPA, CPL (Cost per lead o registre), CPI (Cost per instal·lació), la realitat del mercat i els target objectiu de Pride! BCN 2020, segons l'estratègia que ell proposi.

El licitador haurà de garantir els preus oferts per suport en la proposta de licitació.

LA CAMBRA LGTBIQ+ podrà negociar, per la seva banda i amb independència del contracte, els seus propis acords de publicitat, que aniran a càrrec del pressupost del Pla de mitjans.

c. Contractació dels espais publicitaris. El licitador haurà de fer la intermediació i contractació dels espais publicitaris segons les planificacions o negociacions establertes, prèvia validació d'LA CAMBRA LGTBIQ+.

El licitador serà responsable de realitzar tot el contingut (disseny, elements textuais, guions, peces audiovisuals, etc.) necessaris per a la inserció publicitària tal com s'especifica en el punt 3.3 i 3.4 del present PPT que inclogui la seva estratègia.

- d. La contractació d'accions especials, l'organització d'esdeveniments, accions de relacions públiques i accions de màrqueting de carrer**, sempre que s'emmarquin en l'estratègia de comunicació i màrqueting de la campanya. Aquestes accions poden incloure, si fos necessària, la ideació, planificació, gestió, disseny i creativitat de peces de comunicació de l'acció, la producció de peces de comunicació i la implementació, la contractació de personal, com pot ser informadors, promotors, personal d'assistència al públic, serveis de càtering, seguretat i tot allò que l'acció requereixi, així com el seguiment i avaluació de les accions.

Totes les despeses derivades d'aquestes accions especials, fora del que és el propi objecte del contracte, que inclou, entre d'altres, la ideació, definició de l'estratègia, planificació, disseny i desenvolupament de la creativitat, (es a dir, despeses de personal extra, lloguer d'espais, producció de materials, etc), anirà a banda del pressupost de licitació.

- e. La contractació d'accions de màrqueting relacional en línia (online) i fora de línia (offline)**, que poden incloure la planificació, la gestió, el disseny creatiu, la producció, la contractació, la implementació, el seguiment i l'avaluació.

- f. La contractació d'accions de comunicació digitals de tot tipus**, com poden ser accions en mitjans digitals, portals, xarxes socials, accions de SEM, col·laboració amb creadors d'opinió (*influencers*), etc. que poden incloure l'estratègia, la planificació, el disseny creatiu, la producció, la contractació, la implementació, el seguiment i l'avaluació, així com l'assessorament sobre innovacions i la formació per a nous formats i canals.

La contractació d'accions de comunicacions en xarxes socials poden ser accions de redireccionament de trànsit, foment de la interacció (*engagement*) o captació d'usuaris, entre d'altres, ja sigui de forma puntual o regular al llarg de la campanya. Es queraria tipologia d'anunci proposat i cost de la conversió dels objectius.

En les accions de comunicació SEM, es requereix:

- Segmentació per perfils demogràfics segons especificacions del *briefing*.
- Llista de paraules clau seleccionades amb dades de volum de trànsit per al nostre segment i CPC per paraula clau.
- Grup d'anuncis proposat.
- Cost de la conversió en funció dels objectius especificats al *briefing*.

- g. Seguiment de les campanyes o qualsevol tipus d'accions abans esmentades amb la post avaluació, de la publicitat ordenada per LA CAMBRA LGTBIQ+**. El licitador haurà der fer seguiment de la publicitat ordenada i comprovar que apareixen en els diferent mitjans de comunicació segons les ordes específiques d'LA CAMBRA LGTBIQ+ i aportar els resultats d'aquesta publicitat, mitjançant els estudis d'audiència pertinents.

- En el cas de televisió i d'internet és necessari un seguiment mínim setmanal de les audiències o freqüència menor si la campanya ho requereix.

- A les xarxes socials, el seguiment s'ha d'especificar segons les necessitats temporals (quinzenal, setmanal, i es pot indicar la freqüència diària sota demanda) segons indicadors globals i específics de cada acció. En els informes de seguiment s'ha d'indicar el nombre de persones sobre les quals s'ha impactat, nombre d'impressions i nombre d'interaccions per publicació (comentaris, m'agrada, respostes, retuits, compartits, nous seguidors, etc.

h. Facturació.

El licitador ha de presentar de forma mensual, entre els dies 1 i 10 del mes següent a l'aparició de la publicitat ordenada. LA CAMBRA LGTBIQ+ abonarà aquesta factura en un termini màxim de 30 dies des de la recepció de la mateixa.

Prèviament a la presentació de la factura, el licitador presentarà a LA CAMBRA LGTBIQ+ un document Excel que recollirà un resum de les insercions publicitàries que s'hauran incloure en la factura, per a que LA CAMBRA LGTBIQ+ ho validi.

LA CAMBRA LGTBIQ+ facilitarà un document Excel model.

4.11. GESTIÓ DEL PATROCINI

Formarà part de l'objecte del contracte la definició d'una estratègia de captació de patrocinadors i la identificació d'aquells patrocinadors més adients per al projecte, valorant el valor que aporten.

La gestió de patrocini no es realitzarà en exclusiva pel licitador, tenint LA CAMBRA LGTBIQ+ una política activa de captació de patrocini, per això el licitador s'haurà de coordinar prèviament amb LA CAMBRA LGTBIQ+ abans de realitzar qualsevol contacte amb terceres empreses o institucions que siguin patrocinadors potencials.

Tots els patrocini s'hauran de formalitzar mitjançant contracte privat entre LA CAMBRA LGTBIQ+ i el patrocinador.

FACTURACIÓ DE LA GESTIÓ DEL PATROCINI

La definició d'una estratègia de captació de patrocinadors i la identificació de patrocinadors potencials així com el desenvolupament de materials informatius es considera part de l'objecte del contracte i serà retribuït dintre del pressupost de la licitació.

Adicionalment LA CAMBRA LGTBIQ+ abonarà una comissió per intermediació d'aquells patrocini que acabin formalitzant-se en contracte.

Aquesta comissió s'abonarà en euros i serà l'equivalent al 10% de l'aportació total anual del patrocinador, abans d'impostos.

En els casos de que la Cambra LGTBIQ+ es faci càrrec, assumint el cost, de la producció o gestió d'accions d'activació o visibilitat de marca, aquests imports es deduiran de l'aportació del patrocinador a efectes del càlcul de la comissió.

En el cas d'aportacions en espècie, aquesta aportació serà valorada econòmicament seguint els següents criteris:

- Es demanaran tres pressupostos a proveïdors reconeguts per al mateix bé o servei que hagi aportat el patrocinador.
- Es farà la mitja aritmètica dels tres pressupostos.
- El nombre resultant, serà l'import en que es valora l'aportació en espècie.

Quan per raó de la seva naturalesa o característiques, l'aportació en espècie sigui aportada per un proveïdor exclusiu i, per tant, no es puguin demanar pressupostos a diferents proveïdors, LA CAMBRA LGTBIQ+ determinarà la valoració econòmica de l'aportació.

Si el licitador no estigués conforme amb la valoració econòmica realitzada per LA CAMBRA LGTBIQ+, podrà demanar la valoració d'un professional independent. Aquest professional serà de l'elecció d'LA CAMBRA LGTBIQ+ i la seva remuneració anirà a càrrec del licitador.

5. IDIOMES

Tots els treballs objecte d'aquest contracte podran ésser demanats en tres idiomes (català, castellà i anglès), sent a càrrec del licitador les traduccions i correccions.

La Cambra LGTBIQ podrà demanar versions diferents per idiomes o bé integrar els tres idiomes en un mateix producte o suport.

6. EXECUCIÓ

El Licitador estarà obligat a confeccionar un pla de treball calendaritzat que haurà de ser validat per LA CAMBRA LGTBIQ+, en aquest pla de treball s'inclouran les dates d'entrega dels diferents elements lliurables inclosos en el contracte (dissenys, plans de mitjans, etc.)

Així mateix, haurà de designar un cap de projecte que serà l'interlocutor amb LA CAMBRA LGTBIQ+.

7. MILLORES

El licitador podrà incloure en la seva proposta les millores que consideri adients que suposin un millor o major resultat.

El licitador haurà d'incloure les millores en una secció diferenciada de la proposta i deurà justificar perquè considera que la proposta de millora aporta un major valor a la proposta.

Les millores hauran de ser incloses en el sobre B (Criteris subjectes a judici de valor) i seran valorades d'acord amb el que preveu el punt 21 de l'Annex I del PCA.

No es poden considerar millores accions que, no formant part de l'objecte del contracte, ja realitzi la Cambra LGTBIQ+ per si mateixa. Ni tampoc, la mera menció de possibles accions que no depenguin directament del licitador i, per tant, no estiguin garantides.

8. DOCUMENTACIÓ QUE HAURÀ D'INCLOURE LA PROPOSTA

La proposta presentada pel licitador haurà d'incloure, com a mínim, els següents punts:

- Metodologia proposada per implementar el servei.
- Pla operatiu, que inclogui la fase gestió, metodologia de treball, estructura organitzativa i proposta de treball calendaritzat.
- Descripció de les estratègies de comunicació i relacions públiques, amb detall als serveis de gestió integral de la comunicació, gestió de premsa, gestió de xarxes socials i gestió del patrocini.
- Organigrama funcional de l'equip humà que treballarà en el contracte.
- Portfoli de treballs rellevants.
- Experiència en projectes LGTBI.
- Millores

9. RESOLUCIÓ DE DUBTES

Les empreses interessades en participar del procediment poden dirigir el seus dubtes a l'oficina tècnica per correu electrònic o bé concertar una entrevista amb el tècnic responsable del contracte. Les peticions es faran per correu electrònic a administracio@cambralgltbiq.org

Per LA CAMBRA LGTBIQ+

Pel licitador