

Informe justificatiu

Expedient	SA-2025-741	Modalitat	Contracte Públic
Unitat promotora	Gabinet de la Consellera		
Procediment	Basat per Concreció de condicions	Tipus	Serveis
Objecte	Servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió d'una campanya de vacunació i malalties respiratòries.		

	Import base €	IVA €	Import amb IVA €
Pressupost licitació	289.549,89 €	60.805,48 €	350.355,37 €
Valor estimat	289.549,89 €	-	-
Termini d'execució	Des de l'adjudicació fins al 31 de desembre de 2025		

1. Objecte

Servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió d'una campanya de vacunació i malalties respiratòries.

A l'hivern es fa menys vida a l'aire lliure i, per tant, és més fàcil que les persones coincideixin en espais tancats, fet que afavoreix la transmissió del virus. Per això, és especialment important prevenir l'aparició d'aquestes infeccions i fomentar el bon ús dels recursos sanitaris, i en concret de la vacunació.

El 70% dels que van contraure la grip amb una afectació greu no estaven vacunats de la grip, per la qual cosa cal millorar els percentatges de vacunació, igual que amb la COVID.

En el cas del personal sanitari, a banda de prevenir-los de la malaltia, és doblement important per evitar que contagiïn i que presentin baixa en un moment de punta de treball considerable.

Palau Robert
Passeig de Gràcia, 107
08008 Barcelona
Tel. 937 819 784



Doc. original signat per:
MONTSERRAT PEREZ
LANCHO 30/05/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 11/06/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



08F2X45IUGWU53042NFRKXQR5OXWQ16Z

Data creació còpia:
11/06/2025 11:27:24

Pàgina 1 de 6



2. Unitat promotora competent

La unitat promotora és el Gabinet de la Consellera de Salut.

3. Finalitat a aconseguir i adequació de la contractació a la finalitat

El Departament de Salut té la necessitat de contractar la inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació televisió, imprès, ràdio, exterior i digital per difondre una campanya de publicitat institucional per promoure la vacunació.

El fet de fer aquesta campanya de vacunació i malalties respiratòries, ha de contribuir a:

- Promoure la vacunació contra la grip i COVID entre els col·lectius de risc.
- Promoure la vacunació entre els professionals sanitaris.
- Oferir consell de salut per prevenir les malalties hivernals, especialment el refredat, la grip i la bronquiolitis.
- Donar a conèixer les novetats del calendari vacunal.

En aquest context, es vol llançar la campanya per evitar la transmissió d'aquestes infeccions, i reduir els col·lapses que podrien produir en els diferents centres assistencials del sistema de salut, a banda de convidar a la ciutadania de risc a vacunar-se de la grip i COVID.

Per evitar els efectes perjudicials en la salut de les persones degut al virus, cal comunicar la importància de vacunar-se, i també, comunicar les novetats que hi ha al calendari vacunal.

Per difondre aquesta informació es preveu la inserció d'anuncis als mitjans televisió, mitjà imprès, ràdio, exterior, mitjans digitals i xarxes socials.

4. Tasques a realitzar

Les tasques a realitzar són els serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació, d'acord amb el Plec de prescripcions tècniques de l'Acord Marc.



Doc. original signat per:
MONTSERRAT PEREZ
LANCHO 30/05/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 11/06/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



08F2X45IUGWU53042NFRKXQR5OXWQ16Z

Data creació còpia:
11/06/2025 11:27:24

Pàgina 2 de 6



5. Justificació de la insuficiència de mitjans

D'acord amb la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic, s'informa que la Direcció General de Difusió i el Departament de Salut no disposen de personal qualificat per realitzar aquest servei ni tampoc dels mitjans materials necessaris per a dur a terme l'objecte d'aquesta contractació administrativa.

6. Elecció del procediment de contractació

Per difondre aquesta campanya de publicitat institucional es realitzarà la corresponent comanda i petició d'oferta econòmica pel procediment basat per concreció de condicions, per raó de la quantia que s'estableix a la clàusula trenta-unena del Plec de clàusules administratives particulars que regula l'Acord Marc de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació que porti a terme l'administració de la Generalitat de Catalunya, mitjançant els seus Departaments i els organismes i entitats que en depenen (expedient EC 2022 32)

En concret i per la tipologia d'inserció (inserció a diversos mitjans) s'enviarà comanda per a les **empreses contractistes del Lot 1 (multimèdia) de l'Acord Marc**:

- Havas Media Group Spain SAU
- Carat España SAU
- Wavemaker Publicidad Spain, SL
- UTE Itan Media SL
- Gesmedia Consulting SAU.

Les empreses hauran de presentar una proposta que estarà formada per:

- Una declaració responsable** signada conforme es mantenen les condicions inicials de capacitat, solvència i representació que es van acreditar en el procediment per a l'adjudicació de l'Acord marc, o la classificació empresarial opcional.
- El **model de proposició econòmica** degudament emplenat i signat.
- L'**Excel de la proposició econòmica** desglossada degudament emplenat (document format excel). Es tracta de l'oferta detallada de preus unitaris (preus o costos nets, descomptes, recàrrecs i comissions d'agència).
- Les empreses presentaran el document excel **de la proposició econòmica convertit en PDF** i degudament signat. En cas de contradicció prevaldrà la versió en pdf signada.



Doc.original signat per:
MONTSERRAT PEREZ
LANCHO 30/05/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 11/06/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



08F2X45IUGWU53042NFRKXQR5OXWQ16Z

Data creació còpia:
11/06/2025 11:27:24

Pàgina 3 de 6

7. Determinació del preu, valor estimat del contracte i pressupost base de licitació

Per al càlcul del pressupost de licitació s'ha fet una estimació de costos mitjançant l'observació dels imports d'inserció d'anteriors campanyes de publicitat institucional que anaven dirigides al mateix públic objectiu i que tenien unes característiques molt similars quant a mitjans de comunicació, formats i període de difusió.

Aquest càlcul també ha tingut en compte el nombre estimat d'insercions, en funció de l'abast de campanya i el període de difusió desitjats i està basat en preus de l'Acord Marc (exp. EC 2022 32).

El pressupost de licitació és de 350.355,37 €, dels quals, 289.549,89 € corresponen a l'import base i 60.805,48 € a l'import del l'IVA.

Import licitació (IVA exclòs)	IVA 21%	Import licitació (IVA inclòs)
289.549,89 €	60.805,48 €	350.355,37 €

El desglossament del pressupost es troba en el quadre "APROXIMACIÓ PRESSUPOST TOTAL" que es presenta com annex a aquest informe.

El **Valor estimat del contracte** és de 289.549,89 €, atès que no es preveuen pròrrogues ni causes de modificació del contracte.

8. Criteris d'adjudicació

El contracte s'adjudicarà a preus unitaris ja que aquesta concreció de condicions es basa únicament en el servei d'insercions en uns suports determinats prèviament definits, sense necessitat d'uns serveis d'anàlisi prèvia ni de planificació estratègica, i la distribució concreta es farà en funció de les necessitats de comunicació.

A tal efecte els preus d'adjudicació seran els oferts per a cadascun dels suports i formats per l'empresa que resulti adjudicatària i que queden recollits al document excel de la proposició econòmica desglossada que es presentarà a la licitació.

Les empreses oferiran per a cadascun dels suports i formats requerits una oferta optimitzada que, per les característiques específiques i els paràmetres de negociació propis de cada mitjà o suport, consistirà en un preu o cost net o un descompte. El percentatge de la comissió d'agència també formarà part de l'oferta econòmica i s'haurà d'especificar a banda, de manera que en el model hi haurà una casella específica per detallar el percentatge de la comissió d'agència a aplicar.



Doc.original signat per:
MONTSERRAT PEREZ
LANCHO 30/05/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 11/06/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



08F2X45IUGWU53042NFRKXQR5OXWQ16Z

Data creació còpia:
11/06/2025 11:27:24

Pàgina 4 de 6



En tot cas, les ofertes presentades hauran de respectar les condicions econòmiques adjudicades i l'establert a la clàusula tercera del Plec de prescripcions tècniques de l'Acord marc. Per poder comprovar que es respecten les condicions en qüestió, a l'excel annex també es demana a les empreses que especifiquin els preus, descomptes i comissions d'agència homologades en l'expedient de l'Acord Marc.

La valoració de les propostes es farà mitjançant criteris de valoració automàtica.

Es valoraran els diversos preus o costos i descomptes detallats i també es valorarà la comissió d'agència per a formats convencionals i la comissió d'agència per a formats especials. Amb un màxim de 100 punts es puntuaran les ofertes presentades per les empreses licitadores comparant-les entre elles, amb la finalitat de seleccionar la més avantatjosa econòmicament.

A l'hora de fer la valoració de les propostes, es compararan els preus unitaris oferts per les empreses licitadores amb el preu unitari més avantatjós econòmicament i a partir d'aquí la puntuació màxima s'atorgarà a aquelles propostes que ofereixin la millor oferta optimitzada per a cadascun dels mitjans (menor preu, major descompte i menor comissió d'agència). La resta d'ofertes obtindran menys puntuació, en proporció a l'augment de l'oferta respectiva.

Cadascun dels apartats de l'oferta econòmica es valorarà per separat, aplicant la fórmula que correspongui en cada cas, i el desglossament de la puntuació per suport i format es detalla a l'annex de la proposició econòmica desglossada en format excel.

La puntuació total obtinguda per cada licitador serà el resultat de la suma dels punts obtinguts en cadascun dels apartats.

- Quan es valorin preus o costos nets resultants la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = (\text{Puntuació màxima}) \times (\text{preu o cost net per inserció més baix})$$
$$(\text{Preu o cost net per inserció que es puntua})$$

Pel que fa referència a la valoració del preu net "cost tecnològic", les propostes que ofereixin un valor de 0 €, donada la impossibilitat d'aplicar la fórmula anterior, rebran la màxima puntuació en aquest apartat. La resta d'ofertes obtindran una puntuació de 0.

- Quan es valorin descomptes la fórmula per calcular la puntuació és:
$$\text{Puntuació} = (\text{Puntuació màxima}) \times (1 - \text{el descompte més alt})$$
$$(1 - \text{el descompte que es puntua})$$

- Quan es valori el recàrrec o la comissió d'agència* (tant per formats convencionals com per formats especials) la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = (\text{Puntuació màxima}) \times (1 + \text{el recàrrec o la comissió més baixa})$$
$$(1 + \text{el recàrrec o la comissió que es puntua})$$

() Aquesta fórmula és equivalent a la que valora el descompte però a la inversa, ja que en aquest cas*



Doc. original signat per:
MONTSERRAT PEREZ
LANCHO 30/05/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al
web csv.gencat.cat fins al 11/06/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



08F2X45IUGWU53042NFRKXQR5OXWQ16Z

Data creació còpia:
11/06/2025 11:27:24

Pàgina 5 de 6



es tracta d'un recàrrec als preus.

Aquestes fórmules s'especifiquen a la clàusula trenta-unena del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc.

La utilització d'aquestes fórmules d'inversa proporcional atribueix la major puntuació a l'oferta més econòmica i la menor a la menys econòmica, evita que petites diferències en el preu suposin grans diferències de puntuació i assigna els punts d'una manera adequada i proporcional.

També segons la clàusula trenta-unena, en el cas que es donés un empat entre les ofertes presentades es requerirà a les empreses licitadores una nova proposta. En cas de persistir l'empat, es donarà com a guanyadora la que hagi arribat abans de forma constatable a través de la data i hora de presentació de la nova proposta.

9. Forma de pagament

El pagament d'aquesta contractació s'abonarà mitjançant diversos pagaments, en funció de les insercions realment efectuades.

Aquesta contractació anirà a càrrec de la partida pressupostària SA0104 D/226000300/1210/0000 (Publicitat, difusió i campanyes institucionals).

10. Termini d'execució

El termini d'execució del contracte serà des de la data de l'adjudicació fins al 31 de desembre de 2025.

11. Conclusió

Es proposa el procediment de contractació basada en l'Acord Marc de serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació que porti a terme l'administració de la Generalitat de Catalunya, mitjançant els seus Departaments i els organismes i entitats que en depenen (EC-2022-32), per concreció de condicions, per raó de la quantia, tal i com s'estableix a la clàusula 31 del PCAP de l'Acord Marc, per a la difusió d'una campanya de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió d'una campanya de vacunació i malalties respiratòries.

Montserrat Pérez Lancho
Cap de Gabinet de la Consellera de Salut.



Doc. original signat per:
MONTSERRAT PEREZ
LANCHO 30/05/2025

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 11/06/2028

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



08F2X45IUGWU53042NFRKXQR5OXWQ16Z

Data creació còpia:
11/06/2025 11:27:24

Pàgina 6 de 6