



FGC
Ferrocarrils
de la Generalitat
de Catalunya

Informe de valoració
procediment obert simplificat
CONTR/2025/765 (FGC)
CONTR/2025/766 (Vallter)
CONTR/2025/767(AMSA)

INFORME DE VALORACIÓ

DEL PROCEDIMENT OBERT SIMPLIFICAT REF. POS126/25

**PER A LA CONTRACTACIÓ DELS
SERVEIS PER A LA INSERCIÓ DE PUBLICITAT MULTIMÈDIA EN ELS MITJANS DE
COMUNICACIÓ PER A LA DISFUSIÓ D'INFORMACIÓ DELS EQUIPAMENTS
TURÍSTICS GESTIONATS PER LA DIVISIÓ TURÍSTICA DE FERROCARRILS DE LA
GENERALITAT DE CATALUNYA**

1 ANTECEDENTS

En data 17 de desembre de 2025 es va publicar la licitació per al procediment obert simplificat de ref. POS126/25 per a la contractació dels serveis per a la inversió de publicitat multimèdia en els mitjans de comunicació per a la difusió d'informació dels equipaments turístics gestionats per la divisió turística de Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, amb un valor estimat de la licitació de 99.246,08 €, abans d'IVA:

Licitació base	99.246,08 €
IVA 21 %	20.841,68 €
Total licitació (IVA inclòs)	120.087,76 €

2 PRESENTACIÓ D'OFERTES

En data 2 de gener de 2026 va finalitzar el termini de presentació de les ofertes. La relació de les empreses que han presentat ofertes han estat les següents:

EMPRESSES
DATAPLANNING ESPAÑA SL
WPP MEDIA SAU

Segons obertura de sobre únic de data 5 de gener de 2026, el resultat de les ofertes econòmiques presentades és el següent:

EMPRESSES	Import oferta format TV C/GRP (abans d'IVA)	Import oferta format campanyes mitjans digitals (abans d'IVA)	Import oferta format webs del grup CCMA CPM (abans d'IVA)
DATAPLANNING ESPAÑA SL	235,00 €	0,28 €	13,50 €
WPP MEDIA SAU	242,00 €	0,45 €	13,20 €

3 VALORACIÓ DE LES OFERTES

Segons l'indicat al Plec Administratiu de la licitació, els criteris i subcriteris de valoració d'ofertes són els següents:

Criteris d'adjudicació de la licitació (Plec Administratiu)	
Criteris objectius tècnics i socialment responsables	fins a 25 punts
Experiència de l'equip professional assignat a l'execució del contracte	15 punts
Criteris de qualitat social basada en les condicions laborals dels treballadors	8 punts
Mesures de conciliació	2 punts

Criteris objectius econòmics	fins a 75 punts
Menor preu unitari per al servei C/GRP (cost per gross rating point)	25 punts
Menor preu unitari per al servei de campanyes en mitjans digitals	35 punts
Menor preu unitari per al servei Webs del grup CCMA CPM	15 punts

Es procedeix a l'avaluació dels criteris econòmics i tècnics objectius previstos a la licitació:

A. VALORACIÓ DE CRITERIS D'ADJUDICACIÓ DE CARÀCTER TÈCNIC

1. Experiència de l'equip professional assignat a l'execució del contracte: fins a 15 punts

Es valorarà que el licitador aportí personal amb experiència addicional a la sol·licitada com a solvència tècnica:

a) Experiència addicional del responsable: fins a 6 punts

Es valorarà que el licitador acrediti experiència del Responsable del servei addicional a la sol·licitada com a solvència tècnica (10 anys) d'acord amb el següent criteri: 1 punt per cada any d'experiència addicional acreditada durant els darrers 20 anys.

Temporada d'experiència addicional = 1 punt

EMPRESA	EXPERIÈNCIA ADDICIONAL DEL RESPONSABLE	PUNTUACIÓ
DATAPLANNING ESPAÑA SL	6 experiències addicionals	6,00
WPP MEDIA SAU	6 experiències addicionals	6,00

b) Experiència addicional del professional sènior: fins a 6 punts

Es valorarà que el licitador acrediti experiència del professional sènior i addicional a la sol·licitada com a solvència tècnica (8 anys) d'acord amb el següent criteri: 1 punt per cada any d'experiència addicional acreditada durant els darrers 20 anys, fins a un màxim de 6 punts

Temporada d'experiència addicional = 1 punt

EMPRESA	EXPERIÈNCIA ADDICIONAL DEL PROFESSIONAL SÈNIOR	PUNTUACIÓ
DATAPLANNING ESPAÑA SL	6 experiències addicionals	6,00
WPP MEDIA SAU	6 experiències addicionals	6,00

c) Experiència addicional del professional junior del servei: fins a 3 punts

Es valorarà que el licitador acrediti experiència del professional junior addicional sol·licitada com a solvència tècnica (3 anys) d'acord amb el següent criteri: 1 punt per cada any d'experiència addicional acreditada durant els darrers 6 anys, fins a un màxim de 3 punts

Curs de formació addicional aportat= 1 punt

EMPRESA	EXPERIÈNCIA ADDICIONAL DEL PROFESSIONAL JÚNIOR	PUNTUACIÓ
DATAPLANNING ESPAÑA SL	3 experiències addicionals	3,00
WPP MEDIA SAU	3 experiències addicionals	3,00

2. Criteris de qualitat social basada en les condicions laborals dels treballadors: fins a 8 punts

El licitador que acrediti el major percentatge del personal adscrit a l'execució dels contracte amb contracte laboral indefinit en el moment de presentar l'oferta o compromís de transformació a indefinit abans de la formalització del contracte, se li assignarà la màxima puntuació, això és 8 punts.

Entre aquest personal adscrit s'haurà d'incloure, com a mínim, el requerit a la solvència i és podrà incloure aquell personal que el licitador consideri necessari i imprescindible per a la correcta execució del contracte, amb una dedicació mínima del 50%.

A la resta de propostes, se'ls assignarà la puntuació que resulti de l'aplicació de la següent fórmula:

$$\text{Punts atorgats} = \frac{\% \text{ de treballadors indefinits de l'oferta que es puntuarà}}{\% \text{ major de treballadors indefinits ofertades}} \times 8$$

El percentatge ofert es mantindrà durant tota la vigència del contracte.

EMPRESA	% TREBALLADORS INDEFINITS	PUNTUACIÓ
DATAPLANNING ESPAÑA SL	100%	8,00
WPP MEDIA SAU	100%	8,00

3. Mesures de conciliació : fins a 2 punts

Es valorarà que el licitador disposi de mesures de conciliació entre la vida personal i laboral a la plantilla que executi el contracte (xecs de serveis, menjadors, guarderies, flexibilització i/o reducció horari...) en el moment de presentar l'oferta. S'atorgarà 1 punt per cada mesura, fins un màxim de 2 punts:

Mesura favorable a la conciliació entre la vida personal i laboral a la plantilla que executi el contracte = 1 punt

EMPRESA	MESURES DE CONCILIACIÓ	PUNTUACIÓ
DATAPLANNING ESPAÑA SL	2 mesures de conciliació	2,00
WPP MEDIA SAU	30 mesures de conciliació	2,00

RESUM PUNTUACIÓ:

EMPRESA	1	2	3	Puntuació
DATAPLANNING ESPAÑA SL	15,00	8,00	2,00	25,00
WPP MEDIA SAU	15,00	8,00	2,00	25,00

B. VALORACIÓ DE CRITERIS D'ADJUDICACIÓ DE CARÀCTER ECONÒMIC

1. Menor preu unitari per al servei C/GRP (cost per gross rating point): preu per passi referit a espots de 20" emès en TV3 entre gener-juny (mínim 45% PT), expressat en euros amb comissions, descomptes i sense IVA: fins a 25 punts.

Els licitadors hauran de presentar una oferta a la baixa respecte el preu unitari màxim per al servei C/GRP (cost per gross rating point) preu per passi referit a espots de 20" emès en TV3 entre gener-juny (mínim 45% PT), expressat en euros amb comissions, descomptes i sense IVA. El licitador no podrà superar el preu unitari establert com a màxim, això és 320,00 €, abans IVA. L'oferta més baixa, la més econòmica, obtindrà la màxima puntuació, això és 25 punts.

A la resta de propostes, se les puntuarà d'acord amb la puntuació obtinguda de l'aplicació de la següent fórmula:

$$P_v = \left[1 - \left(\frac{O_v - O_m}{IL} \right) \times \left(\frac{1}{V_p} \right) \right] \times 25$$

On:

P_v = Puntuació de l'oferta a Valorar

O_m = Oferta Millor

O_v = Oferta a Valorar

IL = Preu unitari màxim per al servei

V_p=valor de ponderació=1

El licitador que superi en la seva oferta el preu unitari màxim per servei serà exclòs.

EMPRESA	PREU OFERT (abans IVA)	PUNTUACIÓ
DATAPLANNING ESPAÑA SL	235,00 €	25,00
WPP MEDIA SAU	242,00 €	24,45

2. Menor preu unitari per al servei de campanyes en mitjans digitals: CPC (cost per clic) màxim d'un enllaç patrocinat en Google (segmentació de 3 nivells)), expressat en euros amb comissions, descomptes i sense IVA: fins a 35 punts.

Els licitadors hauran de presentar una oferta a la baixa respecte el preu unitari màxim per al servei de campanyes en mitjans digitals: CPC (cost per clic) màxim d'un enllaç patrocinat en Google (segmentació de 3 nivells)), expressat en euros amb comissions, descomptes i sense IVA. El licitador no podrà superar el preu unitari establert com a màxim, això és 0,50 €, abans IVA. L'oferta més baixa, la més econòmica, obtindrà la màxima puntuació, això és 35 punts.

A la resta de propostes, se les puntuarà d'acord amb la puntuació obtinguda de l'aplicació de la següent fórmula:

$$P_v = \left[1 - \left(\frac{O_v - O_m}{I_L} \right) \times \left(\frac{1}{V_p} \right) \right] \times 35$$

On:

P_v = Puntuació de l'oferta a Valorar

O_m = Oferta Millor

O_v = Oferta a Valorar

I_L = Preu unitari màxim per al servei

V_p=valor de ponderació=1

El licitador que superi en la seva oferta el preu unitari màxim per servei serà exclòs.

EMPRESA	PREU OFERT (abans IVA)	PUNTUACIÓ
DATAPLANNING ESPAÑA SL	0,28 €	35,00
WPP MEDIA SAU	0,45 €	23,10

3. Menor preu unitari per al servei Webs del grup CCMA CPM* Video In-Stream), expressat en euros amb comissions, descomptes i sense IVA: fins a 15 punts.

Els licitadors hauran de presentar una oferta a la baixa respecte el preu unitari màxim per al servei Webs del grup CCMA CPM* Video In-Stream), expressat en euros amb comissions, descomptes i sense IVA. El licitador no podrà superar el preu unitari establert com a màxim, això és 13,50 €, abans IVA. L'oferta més baixa, la més econòmica, obtindrà la màxima puntuació, això és 15 punts.

A la resta de propostes, se les puntuarà d'acord amb la puntuació obtinguda de l'aplicació de la següent fórmula:

$$P_v = \left[1 - \left(\frac{O_v - O_m}{I_L} \right) \times \left(\frac{1}{V_p} \right) \right] \times 15$$

On:

P_v = Puntuació de l'oferta a Valorar

O_m = Oferta Millor

O_v = Oferta a Valorar

I_L = Preu unitari màxim per al servei

V_p=valor de ponderació=1

El licitador que superi en la seva oferta el preu unitari màxim per servei serà exclòs.

EMPRESA	PREU OFERT (abans IVA)	PUNTUACIÓ
DATA PLANNING ESPAÑA SL	13,50 €	14,67
WPP MEDIA SAU	13,20 €	15,00

RESUM PUNTUACIÓ:

EMPRESES	1	2	3	Puntuació
DATA PLANNING ESPAÑA SL	25,00	35,00	14,67	74,67
WPP MEDIA SAU	24,45	23,10	15,00	62,55

4 CLASSIFICACIÓ DE LES OFERTES

Un cop efectuada la valoració total i completa de les ofertes presentades de conformitat amb els criteris d'adjudicació establerts en els plecs, es procedeix a classificar les ofertes per ordre decreixent, essent el resultat el següent:

EMPRESES	VALORACIÓ ECONÒMICA	CRITERIS TÈCNICS	PUNTUACIÓ TOTAL
DATA PLANNING ESPAÑA SL	74,67	25,00	99,67
WPP MEDIA SAU	62,55	25,00	87,55

5 CÀLCUL DE VALORS PRESUMPTAMENT DESPROPORCIONATS

Un cop realitzada la valoració, es procedeix a analitzar si les ofertes poden contenir valors anormals o desproporcionats.

Segons la clàusula 6.1.2 del PCAP, en el cas que concorrin dos licitadors,

- Es considera que una oferta pot contenir valors anormals o desproporcionats si l'oferta econòmica presenta una baixa respecte el pressupost de licitació/preu unitari superior o igual al 20%.

En aquest sentit, es procedeix a l'anàlisi de les ofertes:

PARÀMETRES RELATIUS A LA POSSIBLE INCORPORACIÓ DE VALORS ANORMALS O DESPROPORCIONATS			
Oferta format TV C/GRP			
EMPRESES	Import unitari ofert (abans d'IVA)	Preu unitari màxim (abans d'IVA)	% de desviació Import unitari de l'oferta / preu unitari màxim
DATA PLANNING ESPAÑA SL	235,00	320	-26,56%
WPP MEDIA SAU	242,00	320	-24,38%

PARÀMETRES RELATIUS A LA POSSIBLE INCORPORACIÓ DE VALORS ANORMALS O DESPROPORCIONATS Oferta format campanyes mitjans digitals			
EMPRESES	Import unitari ofert (abans d'IVA)	Preu unitari màxim (abans d'IVA)	% de desviació Import unitari de l'oferta / preu unitari màxim
DATAPLANNING ESPAÑA SL	0,28	0,5	-44,00%
WPP MEDIA SAU	0,45	0,5	-10,00%

PARÀMETRES RELATIUS A LA POSSIBLE INCORPORACIÓ DE VALORS ANORMALS O DESPROPORCIONATS oferta format webs del grup CCMA CPM			
EMPRESES	Import unitari ofert (abans d'IVA)	Preu unitari màxim (abans d'IVA)	% de desviació Import unitari de l'oferta / preu unitari màxim
DATAPLANNING ESPAÑA SL	13,5	13,5	0,00%
WPP MEDIA SAU	13,20	13,5	-2,22%

Vist l'anàlisi precedent: les ofertes de les empreses DATAPLANNING ESPAÑA SL i WPP MEDIA SAU amb relació al menor preu unitari per al servei C/GRP (cost per gross rating point) i l'oferta de l'empresa DATAPLANNING ESPAÑA SL amb relació al menor preu unitari per al servei de campanyes en mitjans digitals, podrien ser susceptibles d'incorporar valors anormals o desproporcionats, segons allò previst a la clàusula 6.1.2 del plec administratiu d'aquesta licitació.

6 CONCLUSIONS

Atès que les ofertes de les empreses DATAPLANNING ESPAÑA SL i WPP MEDIA SAU per als serveis per a la inserció de publicitat multimèdia en els mitjans de comunicació per a la difusió d'informació dels equipaments turístics gestionats per la divisió turística de Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya podrien ser susceptibles d'incorporar valors anormals o desproporcionats, segons allò previst a la clàusula 6.1.2 del plec administratiu d'aquesta licitació, i d'acord amb el que disposa la LCSP, es procedeix a requerir a les esmentades empreses a fi que justifiquin la seva oferta.

Enric Serra Teixidor
Director Negoci i Estratègia FGC Turisme

Signat electrònicament



- 14/01/2026 13:35:01