



servei català de

Trànsit**Comanda de serveis d'inserció de publicitat institucional en mitjans de comunicació**

Expedient:

Procediment: Concreció de condicions

Objecte: Servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió de la campanya de conscienciació 2026

Termini d'execució: 6 mesos

Ramon Lamiel i Villaró

Director del Servei Català de Trànsit

Doc. original signat per:
Ramon Lamiel Villaró
17/06/2026Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al
web csv.gencat.cat fins al 27/07/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0HR9HA03ZAQVIO0M7BOQE78SU1JJR7CC

Data creació còpia:
27/07/2026 09:11:22

Pàgina 1 de 13



servei català de

Trànsit

Servei d'inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació per la difusió de la campanya de conscienciació viària 2026 que té com a objecte la conceptualització, el disseny, la producció i la difusió d'accions comunicatives adreçades a la ciutadania amb la finalitat de prevenir conductes de risc en la conducció.

Brífling de mitjans

1. Missatges i objectiu de la inserció als mitjans

El Servei Català de Trànsit va produir al 2025 la campanya "La notícia que no vols rebre", protagonitzada per familiars de víctimes mortals i membres del cos de la divisió de trànsit i psicòlegs del SEM per testimoniar el moment en que reben la comunicació del familiar mort en accident de trànsit.

Ara al 2026, la nova campanya s'haurà de desenvolupar com una **continuació i ampliació de la línia creativa de la campanya "La notícia que no vols rebre" del 2025**. Per aquest motiu, el to haurà de ser directe, impactant i emocional, amb l'objectiu de captar de manera immediata l'atenció del públic.

L'ús de testimonis reals permetrà mostrar les conseqüències negatives de les conductes de risc en la conducció afavorint així la connexió amb la responsabilitat tant individual com col·lectiva.

La nova campanya es basarà en el concepte creatiu de la campanya de referència, tot i que es desenvoluparà a partir d'una nova idea creativa. Es mantindrà l'ús de testimonials reals com a recurs narratiu, tot i que aquests podran ser de tipologia diversa (amics o amigues, o d'un altre tipus de vincle familiar o relació).

L'ús de metàfores visuals i narratives contundents, com les que van fer efectiva la campanya de "La notícia que no vols rebre" buscarà generar una percepció real del risc i trencar amb les falses creences que poden minvar la percepció del perill. Es tracta d'aconseguir un impacte emocional que fomenti l'adopció de conductes



Doc. original signat per:
Ramon Lamiel Villaró
17/06/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 27/07/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0HR9HA03ZAQVIO0M7BOQE78SU1JJR7CC

Data creació còpia:
27/07/2026 09:11:22

Pàgina 2 de 13



Els objectius concrets de la campanya són:

- Fer entendre que **qualsevol conducta que alteri l'atenció o les capacitats necessàries per a la conducció** —ja sigui el consum d'alcohol o drogues, l'ús del telèfon mòbil o altres distraccions— **és incompatible amb una conducció segura** i comporta un risc real tant per a la persona conductora com per al conjunt d'usuaris i usuàries de la via.
- **Desmuntar falses creences i actituds normalitzades** associades a la conducció de risc, com ara "jo controlo", "és només una copa", "només miro el mòbil un moment", "no passa res si responc", o la falsa percepció d'habilitat o seguretat excessiva, especialment en determinats col·lectius.
- Incrementar la percepció del risc i de les conseqüències associades a aquestes conductes, posant en relleu **els efectes reals de les distraccions i del consum de substàncies**: sancions administratives, retirada del permís de conduir, accidents greus o mortals, responsabilitat penal i impacte emocional i social.
- Fomentar una **actitud de tolerància zero davant l'alcohol, les drogues i les distraccions al volant**, promovent la presa de decisions responsables abans i durant la conducció.
- La campanya haurà de tenir també un **desenvolupament específic al col·lectiu de motoristes**, com a usuaris especialment vulnerables de la via, reforçant la consciència del risc, la necessitat d'una conducció prudent i la importància de reduir factors de perill propis i externs.
- Apel·lar a la **responsabilitat col·lectiva**, implicant l'entorn social, els acompanyants i el grup d'amistats com a agents actius en la prevenció de conductes de risc i en la promoció d'una mobilitat segura.
- Connectar emocionalment amb els públics objectiu mitjançant un to i un llenguatge propers, clars i impactants, adaptats als diferents perfils de conductors i conductores.
- Contribuir, a mitjà i llarg termini, a la reducció de la sinistralitat viària associada a les distraccions, al consum d'alcohol i drogues i a les conductes de risc, especialment entre la població jove, adulta i els col·lectius de major vulnerabilitat a Catalunya.

Cal crear una estratègia sensibilitzadora i comunicativa per involucrar tota la societat: promoure un canvi cultural cap a la consciència d'un futur sense víctimes de trànsit, sumant sinergies amb la incorporació de tota la societat; definir una estratègia comunicativa, transversal, intergeneracional i duradora en el temps, perquè la societat se senti interpellada en la responsabilitat compartida pel dret a la mobilitat sostenible i segura.

Per difondre aquesta informació es preveu la inserció d'anuncis als mitjans televisió, impresos, ràdio, exterior i digital.



Doc. original signat per:
Ramon Lamiel Villaró
17/06/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 27/07/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0HR9HA03ZAQVIO0M7BOQE78SU1JJR7CC

Data creació còpia:
27/07/2026 09:11:22

Pàgina 3 de 13



servei català de

Trànsit

2. Període de les insercions

La inserció es realitzarà des de la notificació d'adjudicació de l'expedient durant sis mesos o com a màxim, fins al 31 de desembre de 2026. Cal afegir, que la tria definitiva de dates es farà ja dins el marc de les necessitats de comunicació, en funció d'anàlisi de viabilitat tècnica i d'expectatives d'obtenció de resultats.

3. Pressupost

El pressupost màxim per a aquestes insercions és de 499.995,00 €, IVA exclòs (l'import amb l'IVA inclòs és de 604.993,95 €).

4. Detall de les insercions

El detall concret dels suports i formats d'inserció es detalla a l'excel annex que acompanya l'oferta econòmica.

5. Presentació i valoració de les ofertes

Documentació a presentar:

SOBRE A:

- a) **Una declaració responsable** conforme es mantenen les condicions inicials de capacitat, solvència, representació on declarin també que les condicions econòmiques ofertes, tant siguin preus o costos nets com descomptes, han estat confirmades amb els suports i exclusivistes per a l'anunciant Generalitat de Catalunya en la licitació.
- b) **Planificació tècnica:** Un document en format PDF signat electrònicament pel representant legal de l'empresa que presenti la proposta d'un màxim de 20 pàgines amb la proposta tècnica per a la difusió de la campanya de comunicació per prevenir conductes de risc en la conducció detallat en l'Annex 1. Els punts obligatoris que ha de contenir la planificació tècnica són els següents:
- Presentació, estratègia i plantejament general
 - Planificació detallada i valorada per a cadascun dels mitjans proposats: programes, hores d'emissió, ubicacions, formats, etc.
 - Capacitat analítica i justificacions quantitatives/qualitatives: total individus, per mitjans i un estimat del total campanya. Quantificació del públic objectiu. Estimació de resultats amb les mètriques/fons disponibles de cada mitjà/acció.



Doc.original signat per:
Ramon Lamiel Villaró
17/06/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 27/07/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0HR9HA03ZAQVIO0M7BOQE78SU1JJR7CC

Data creació còpia:
27/07/2026 09:11:22

Pàgina 4 de 13

**SOBRE B:**

- c) El **model de proposició econòmica** omplert i signat.
- d) L'**Excel de la proposició econòmica desglossada** omplert i signat. Es tracta de l'oferta detallada de preus unitaris (costos nets, descomptes i recàrrecs) i les comissions d'agència a efectes informatius.

El termini per a la presentació de les ofertes de les concrecions de condicions serà de 6 dies hàbils.

Criteris d'adjudicació

D'acord amb l'article 145 de la LCSP, la selecció i valoració de les propostes es farà mitjançant l'aplicació d'una pluralitat de criteris d'adjudicació per a la valoració de diferents ofertes ponderarà criteri econòmic i tècnic de la següent manera:

La puntuació total de 100 punts que es distribueixen de la següent manera:

- a) Criteris que requereixen judici de valor..... fins a 45 punts
- b) Criteris automàtics fins a 55 punts

a) Criteris que requereixen judici de valor**Proposta tècnica: fins a 45 punts.**

Les empreses licitadors han de presentar tota la documentació tècnica corresponent a la seva proposta d'estratègia i planificació de mitjans (en un document pdf de màxim 20 pàgines indexat) d'acord amb els objectius de comunicació i de mitjans establerts al brínging annexat. L'objectiu d'aquest criteri és seleccionar aquelles empreses que per la seva metodologia i els coneixements dels mitjans i de la publicitat es consideren més ben preparades per a dur a terme les estratègies i les planificacions de mitjans de les campanyes,.

Les habilitats a l'hora de tractar les estratègies i planificació de mitjans són imperatives en aquest acord marc. Per aquest motiu la puntuació màxima a assolir ha de ser de 22,5 punts, és a dir, el 50% dels punts màxims.

Les empreses que no assoleixin aquest llinar mínim seran excloses d'aquesta licitació i, per tant, ja no entraran en la valoració de la proposta econòmica.



Doc. original signat per:
Ramon Lamiel Villaró
17/06/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 27/07/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0HR9HA03ZAQVIO0M7BOQE78SU1JJR7CC

Data creació còpia:
27/07/2026 09:11:22

Pàgina 5 de 13



A continuació es desglossen els criteris i subcriteris de valoració d'aquest exercici.

Criteris de valoració subjectiva a judici de valor	Punts subcriter	Punts criteris
Capacitat estratègica		15
Nivell de coherència en el plantejament i desenvolupament de l'estratègia per assolir els objectius de comunicació establerts en el briefing.	8	
Claredat i concreció de la informació a l'hora de presentar l'exercici d'estratègia i la planificació per poder assimilar la proposta correctament.	2	
Integració i coherència entre la proposta en els mitjans on i off line de la campanya, que permet construir una campanya global.	5	
Planificació de mitjans		20
Selecció de mitjans en línia amb les bases estratègiques i baixada tàctica als suports per transmetre la campanya als públics objectius establerts al briefing.	10	
Recomanació i justificació sobre formats, qualitius, ubicacions o altres detalls coherents amb els objectius que es marquen al briefing.	4	
Capacitat d'integració de les accions especials proposades tenint en compte temàtica i context de la campanya.	6	
Capacitat analítica i justificacions quantitatives/qualitatives		10
Nivell d'aprofundiment en l'anàlisi previ de l'entorn, els mitjans i els públics objectius adients per traçar l'estratègia.	4	
Presentació de resultats d'abastament i cobertures aconseguides.	3	
Proposta de seguiment i mesures de correctores que permetran optimitzar correctament la campanya.	3	
Total		45

Es considerarà la millor proposta aquella que respongui plenament als diferents criteris i subcriteris definits anteriorment. Les propostes que presentin algunes mancances respecte a l'excel·lència de la millor proposta es valoraran amb puntuacions menors segons la ponderació següent:

- Adequació òptima 100%
- Adequació notable 75%
- Adequació correcta 50%
- Te algunes mancances 25%
- Te moltes mancances 5%



Doc. original signat per:
Ramon Lamiel Villaró
17/06/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 27/07/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0HR9HA03ZAQVIO0M7BOQE78SU1JJR7CC

Data creació còpia:
27/07/2026 09:11:22

Pàgina 6 de 13



a) Nivell de coherència en el plantejament i desenvolupament de l'estratègia per assolir els objectius de comunicació establerts en el brífling (fins a 8 punts)

- Adequació òptima: ha presentat una proposta tècnica que mostra un alt nivell de comprensió del brífling i una resposta tècnica precisa i alineada amb els objectius de la campanya. — 100 %
- Adequació notable: ha presentat una proposta que respon de manera acurada al brífling, tot i que pot presentar alguna lleugera millora. — 75 %
- Adequació correcta: ha presentat una proposta que compleix amb els requisits bàsics del brífling però sense aprofundir massa. — 50 %
- Té algunes mancances: ha presentat una proposta que conté certes deficiències i només compleix parcialment els objectius generals de la campanya. — 25 %
- Té moltes mancances: ha presentat una proposta tècnica amb moltes deficiències i que no compleix els objectius generals de la campanya detallats al brífling. — 5 %

b) Claredat i concreció de la informació en la presentació de l'estratègia i la planificació (fins a 2 punts)

- Adequació òptima: ha presentat una proposta clara, concreta i molt ben estructurada, amb una exposició coherent de l'estratègia i la planificació, que permet assimilar perfectament la proposta presentada. — 100 %
- Adequació notable: ha presentat una proposta clara i ben estructurada, amb una explicació adequada de l'estratègia i la planificació, tot i que algun aspecte menor podria millorar-se. — 75 %
- Adequació correcta: ha presentat una proposta que permet entendre l'estratègia i la planificació plantejades, tot i que presenta mancances de concreció, estructura o claredat en alguns apartats. — 50 %
- Té algunes mancances: ha presentat una proposta amb deficiències rellevants en la claredat, l'organització o la concreció de la informació, dificultant assimilar correctament la proposta. — 25 %
- Té moltes mancances: ha presentat una proposta poc clara, desestructurada o insuficientment concreta, que no permet entendre adequadament l'estratègia i la planificació plantejades. — 5 %



Doc. original signat per:
Ramon Lamiel Villaró
17/06/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 27/07/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0HR9HA03ZAQVIO0M7BOQE78SU1JJR7CC

Data creació còpia:
27/07/2026 09:11:22

Pàgina 7 de 13



c) Integració i coherència entre la proposta en mitjans on i off line de la campanya (fins a 5 punts)

- Adequació òptima: ha presentat una proposta plenament integrada i coherent entre els diferents mitjans on i off line, construint una campanya global sòlida, complementària i alineada amb els objectius de comunicació. — 100 %
- Adequació notable: ha presentat una proposta ben integrada entre els diferents canals i suports, amb una coherència global adequada, tot i que algun aspecte puntual podria estar més desenvolupat o connectat. — 75 %
- Adequació correcta: ha presentat una proposta amb una integració acceptable entre els mitjans on i off line, però amb mancances de coherència, complementarietat o continuïtat entre algunes accions o canals. — 50 %
- Té algunes mancances: ha presentat una proposta amb deficiències rellevants en la integració o coherència entre els diferents mitjans, dificultant percebre la campanya com una estratègia global unificada. — 25 %
- Té moltes mancances: ha presentat una proposta poc cohesionada, amb una clara manca d'integració entre els mitjans on i off line, sense aconseguir construir una campanya global coherent. — 5 %

d) Selecció de mitjans alineada amb les bases estratègiques i baixada tàctica als suports (fins a 10 punts)

- Adequació òptima: ha presentat una selecció de mitjans plenament alineada amb les bases estratègiques de la campanya i amb una baixada tàctica coherent, detallada i adequada als públics objectius definits al brífing. La proposta maximitza l'eficàcia i la capacitat d'impacte de la campanya. — 100 %
- Adequació notable: ha presentat una selecció de mitjans adequada i ben alineada amb l'estratègia de campanya i els públics objectius, tot i que alguns aspectes tàctics o de concreció podrien estar més desenvolupats. — 75 %
- Adequació correcta: ha presentat una proposta de mitjans que respon als requisits bàsics del brífing i identifica adequadament els públics objectius, però amb mancances de detall, coherència tàctica o adequació estratègica en alguns suports o accions. — 50 %
- Té algunes mancances: ha presentat una proposta amb deficiències rellevants en la selecció de mitjans o en la seva adequació als objectius estratègics i als públics objectius establerts al brífing. — 25 %
- Té moltes mancances: ha presentat una proposta de mitjans poc alineada amb les bases estratègiques de la campanya i inadequada per arribar de manera



Doc. original signat per:
Ramon Lamiel Villaró
17/06/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 27/07/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0HR9HA03ZAQVIO0M7BOQE78SU1JJR7CC

Data creació còpia:
27/07/2026 09:11:22

Pàgina 8 de 13



eficaç als públics objectius definits al brífig. — 5 %

e) Recomanació i justificació sobre formats, qualitatius, ubicacions o altres aspectes rellevants (fins a 4 punts)

- Adequació òptima: ha presentat recomanacions i justificacions molt ben argumentades sobre formats, qualitatius, ubicacions i altres aspectes rellevants, plenament coherents amb els objectius i les necessitats definides al brífig. — 100 %
- Adequació notable: ha presentat recomanacions adequades i justificades, alineades amb els objectius del brífig, tot i que alguns aspectes podrien estar més desenvolupats o detallats. — 75 %
- Adequació correcta: ha presentat recomanacions bàsiques sobre formats, ubicacions o altres elements, amb una justificació suficient però limitada en profunditat o coherència estratègica. — 50 %
- Té algunes mancances: ha presentat recomanacions amb deficiències rellevants de coherència, concreció o justificació respecte als objectius establerts al brífig. — 25 %
- Té moltes mancances: ha presentat recomanacions poc justificades, incoherents o insuficients, que no responen adequadament als objectius definits al brífig. — 5 %

f) Capacitat d'integració de les accions especials proposades (fins a 6 punts)

- Adequació òptima: ha presentat accions especials plenament integrades dins l'estratègia de campanya, amb una alta coherència amb la temàtica i el context, aportant valor afegit i reforçant clarament els objectius comunicatius. — 100 %
- Adequació notable: ha presentat accions especials ben integrades i coherents amb la temàtica i el context de la campanya, tot i que alguns aspectes puntuals podrien estar més desenvolupats o connectats amb l'estratègia global. — 75 %
- Adequació correcta: ha presentat accions especials que s'integren de manera acceptable dins la campanya, però amb una connexió parcial amb la temàtica o el context i amb mancances de coherència o aprofundiment estratègic. — 50 %
- Té algunes mancances: ha presentat accions especials amb una integració limitada o poc coherent amb la temàtica i el context de la campanya, amb dificultats per aportar valor afegit a l'estratègia global. — 25 %
- Té moltes mancances: ha presentat accions especials poc coherents o desconnectades de la temàtica i el context de la campanya, sense una



Doc. original signat per:
Ramon Lamiel Villaró
17/06/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 27/07/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0HR9HA03ZAQVIO0M7BOQE78SU1JJR7CC

Data creació còpia:
27/07/2026 09:11:22

Pàgina 9 de 13



servei català de

Trànsit

integració clara dins l'estratègia global. — 5 %

g) Nivell d'aprofundiment en l'anàlisi prèvia de l'entorn, els mitjans i els públics objectius (fins a 4 punts)

- Adequació òptima: ha presentat una anàlisi prèvia exhaustiva i molt ben fonamentada de l'entorn, els mitjans i els públics objectius, que sustenta de manera sòlida i coherent el desenvolupament de l'estratègia de la campanya. — 100 %
- Adequació notable: ha presentat una anàlisi prèvia adequada i ben estructurada de l'entorn, els mitjans i els públics objectius, tot i que alguns aspectes podrien estar més aprofundits o detallats. — 75 %
- Adequació correcta: ha presentat una anàlisi prèvia suficient per entendre el context, els mitjans i els públics objectius, però amb un nivell d'aprofundiment limitat i mancances en el detall o la justificació. — 50 %
- Té algunes mancances: ha presentat una anàlisi prèvia amb deficiències rellevants en l'aprofundiment de l'entorn, els mitjans o els públics objectius, fet que debilita la base de l'estratègia. — 25 %
- Té moltes mancances: ha presentat una anàlisi prèvia molt superficial o insuficient, sense identificar adequadament l'entorn, els mitjans o els públics objectius necessaris per construir l'estratègia. — 5 %

h) Presentació de resultats d'abast i cobertures aconseguides (fins a 3 punts)

- Adequació òptima: ha presentat uns resultats d'abast i cobertura molt ben definits, clars i coherents amb els objectius de la campanya, demostrant un alt nivell de comprensió i seguiment de l'eficàcia de la proposta. — 100 %
- Adequació notable: ha presentat uns resultats d'abast i cobertura adequats i ben estructurats, alineats amb els objectius de la campanya, tot i que algun aspecte podria estar més detallat o justificat. — 75 %
- Adequació correcta: ha presentat uns resultats d'abast i cobertura suficients per entendre l'impacte de la campanya, però amb un nivell de detall limitat o mancances en la justificació. — 50 %
- Té algunes mancances: ha presentat uns resultats d'abast i cobertura amb deficiències rellevants de concreció o coherència, dificultant la valoració de l'impacte real de la campanya. — 25 %
- Té moltes mancances: ha presentat uns resultats d'abast i cobertura poc clars,



Doc.original signat per:
Ramon Lamiel Villaró
17/06/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 27/07/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0HR9HA03ZAQVIO0M7BOQE78SU1JJR7CC

Data creació còpia:
27/07/2026 09:11:22

Pàgina 10 de 13



insuficients o incoherents, que no permeten valorar adequadament l'impacte de la campanya. — 5 %

j) Proposta de seguiment i mesures correctores per optimitzar la campanya (fins a 3 punts)

- Adequació òptima: ha presentat una proposta de seguiment i mesures correctores molt ben definida, coherent i aplicable, que permet optimitzar la campanya de manera continuada a partir de l'anàlisi de resultats i indicadors. — 100 %
- Adequació notable: ha presentat una proposta de seguiment i mesures correctores adequada i ben estructurada, tot i que algun aspecte podria estar més detallat o desenvolupat. — 75 %
- Adequació correcta: ha presentat una proposta bàsica de seguiment i mesures correctores, suficient per entendre com s'avaluaria la campanya, però amb mancances de concreció o profunditat. — 50 %
- Té algunes mancances: ha presentat una proposta de seguiment i mesures correctores amb deficiències rellevants de concreció o coherència, dificultant la seva aplicació pràctica. — 25 %
- Té moltes mancances: ha presentat una proposta de seguiment i mesures correctores poc clara, insuficient o poc aplicable, que no permet optimitzar adequadament la campanya. — 5 %

De conformitat amb la Directriu 1/2020 de la Direcció General de Contractació Pública de la Generalitat de Catalunya, per a cada criteri esmentat s'aplicarà el sistema de valoració i posterior puntuació establert en la mateixa, de manera separada a la resta de criteris.

Es valoraran les proposicions tècniques en relació als criteris sotmesos a judici de valor d'acord amb els valors numèrics i els paràmetres de valoració abans esmentats i, posteriorment s'ordenaran les diferents propostes valorades per ordre decreixent, aplicant la fórmula següent:

$$P_{op} = P \times \frac{VT_{op}}{VT_{mv}}$$

P_{op} = Puntuació de l'Oferta a Puntuar
 P = Puntuació del criteri
 VT_{op} = Valoració Tècnica de l'Oferta que es Puntua
 VT_{mv} = Valoració Tècnica de l'oferta Millor Valorada

Totes les valoracions i puntuacions s'efectuaran amb dos decimals.



Doc. original signat per:
Ramon Lamiel Villaró
17/06/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 27/07/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0HR9HA03ZAQVIO0M7BOQE78SU1JJR7CC

Data creació còpia:
27/07/2026 09:11:22

Pàgina 11 de 13



servei català de

Trànsit

Si per cada criteri, dels relacionats a continuació, almenys alguna de les valoracions assoleix el llindar establert del 80% de la valoració total d'aquest criteri, s'aplicarà a totes les valoracions de les ofertes la fórmula, amb la finalitat d'obtenir el valor numèric de les puntuacions d'aquell criteri.

Si cap de les valoracions assoleix el llindar establert per a cada criteri, el valor numèric de la puntuació, d'aquell criteri, serà l'obtingut en la fase de valoració.

Els criteris i els corresponents llindars a tenir en compte per l'aplicació del sistema de la Directriu seran els següents:

- Pc1: Capacitat estratègica (fins a 15 punts). Per aplicar el sistema de valoració i posterior puntuació cal que almenys una de les ofertes assoleixi els 12 punts.
- Pc2: Planificació de mitjans (fins a 20 punts). Per aplicar el sistema de valoració i posterior puntuació cal que almenys una de les ofertes assoleixi els 16 punts.
- Pc3: Capacitat analítica i justificacions quantitatives/qualitatives (fins a 10 punts): Per aplicar el sistema de valoració i posterior puntuació cal que almenys una de les ofertes assoleixi els 8 punts.

En aquesta fase de puntuació, la no superació dels llindars establerts per cadascun dels criteris relacionats en cap cas suposarà l'exclusió de la licitació.

La puntuació total dels criteris sotmesos a judici de valor serà el següent:

Total: puntuació fins a 45 punts

$PC = Pc1 + Pc2 + Pc3$

Com s'ha establert anteriorment, la puntuació mínima a assolir en el conjunt dels criteris sotmesos a judici de valor ha de ser de 22,5 punts, és a dir, el 50% dels punts màxims. Per tant, una vegada feta la valoració i posterior puntuació d'aquests criteris, les proposicions que no arribin a aquest llindar mínim quedaran excloses del procediment.

b) Criteris avaluable de forma automàtica

Proposició econòmica: fins a 55 punts.

La distribució de la puntuació entre els diferents formats i suports de cadascun dels mitjans s'ha realitzat tenint en compte la distribució de la inversió realitzada per mitjà en anteriors campanyes contractades pel SCT.

L'oferta econòmica s'ha de presentar conforme al model que s'adjuntarà, així com en l'Excel *Proposta econòmica desglossada* on hi ha detallats els punts per suport i format. En la



Doc. original signat per:
Ramon Lamiel Villaró
17/06/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 27/07/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0HR9HA03ZAQVIO0M7BOQE78SU1JJR7CC

Data creació còpia:
27/07/2026 09:11:22

Pàgina 12 de 13



servei català de

Trànsit

proposta econòmica desglossada també es demana que les empreses especifiquin quin ha estat el cost o descompte homologat en l'expedient de l'Acord Marc PR-2025-556.

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 annex que es presentarà a la licitació.

El percentatge de la comissió d'agència, els costos tecnològics i els recàrrecs s'indicarà, només a efectes informatius, per comprovar que l'oferta compleix les condicions econòmiques homologades en l'Acord Marc.

A l'hora de fer la valoració de les propostes es compararan els preus unitaris nets 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 o cost o major descompte). 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 al document *Excel de la Proposta econòmica desglossada*.

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

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (\text{Cost net per inserció més baix})}{(\text{Cost net per inserció que es puntua})}$$

Pel que fa referència a la valoració dels costos tecnològics, les propostes que ofereixin un valor de 0 €, donada la impossibilitat d'aplicar la fórmula anterior, rebran la màxima puntuació. La resta d'ofertes obtindran una puntuació de 0.

Quan es valorin descomptes la fórmula per calcular la puntuació és:

$$\text{Puntuació} = \frac{(\text{Puntuació màxima}) \times (1 - \text{el descompte més alt})}{(1 - \text{el descompte que es puntua})}$$

Aquestes fórmules s'especifiquen a la Annex 7. Contractació Basada 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 Annex 7. Contractació Basada, en el cas que es donés un empat entre les ofertes presentades per les empreses licitadores, es requerirà a aquestes 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 en la plataforma de serveis de contractació del Servei Català de Trànsit.



Doc. original signat per:
Ramon Lamiel Villaró
17/06/2026

Document electrònic garantit amb signatura electrònica. Podeu verificar la seva integritat al web csv.gencat.cat fins al 27/07/2029

Original electrònic / Còpia electrònica autèntica

CODI SEGUR DE VERIFICACIÓ



0HR9HA03ZAQVIO0M7BOQE78SU1JJR7CC

Data creació còpia:
27/07/2026 09:11:22

Pàgina 13 de 13