Informe justificatiu

Expedient	**PR-2026-827**	Modalitat	Contracte Públic
Unitat promotora	Direcció General de Difusió		
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 informativa per combatre el vapeig i fomentar l'abandonament de l'ús de productes relacionats com les cigarretes electròniques.		

	Import base €	IVA €	Import amb IVA €
Pressupost licitació	150.600,00 €	31.626,00 €	182.226,00 €
Valor estimat	150.600,00 €		
Termini d'execució	3 mesos		

Objecte

Servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió d'una campanya informativa per combatre el vapeig.

Unitat promotora competent

La unitat promotora és la Direcció General de Difusió del Departament de la Presidència com a òrgan competent en matèria de publicitat institucional, d'acord amb el que estableix l'article 47.1 del Decret 268/2025, de 16 de desembre, de reestructuració del Departament de la Presidència segons el qual aquesta Direcció General té les funcions següents de dirigir, gestionar i definir els criteris per al desenvolupament de campanyes de publicitat institucionals de la Generalitat de Catalunya i de les entitats que en depenen.

Finalitat a aconseguir i adequació de la contractació a la finalitat

La Direcció General de Difusió, com a òrgan responsable d'establir, ordenar i coordinar l'estratègia de comunicació, així com d'executar i desplegar les accions comunicatives de contingut multicanal per arribar a la ciutadania per canals propis o de tercers, té la necessitat de contractar la inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per difondre la campanya informativa sobre els riscos del tabaquisme, especialment entre el col·lectiu jove.

L'objectiu prioritari de la campanya és promoure l'abandonament de l'ús de productes relacionats com les cigarretes electròniques entre les persones ja fumadores (25-44 anys) i prevenir l'inici i la progressió a l'adolescència (14-18 anys).

Es tracta d'una campanya als mitjans digitals i accions especials per informar sobre els riscos que comporten i oferir les eines per abandonar-ne el consum.

Accions especials:

RÀDIO

Suport: Flaixbac - FlaixFM
Proposta: Microcontinguts diaris emesos per rotació en la programació de Flaixbac i Flaix FM:

1. Càpsules (25") amb locució directa de joves que no fumen, que ni volen fumar amb objectiu de reforçar el sentit crític fomentant la rebel·lia positiva. Objectiu: prevenir l'inici del consum de cigarretes electròniques.
2. Càpsules (25") amb locució testimonial de persones (joves) que ja han aconseguit deixar-ho. Objectiu: empoderar població fumadora i especialment els joves perquè deixin de fumar.

TIK TOK FlaixFM

3. Clips de vídeo amb joves creadors de contingut que no fumen i expliquen el motiu.
4. Clips de vídeo de joves que ja han deixat de fumar i expliquen amb què han millorar la seva qualitat de vida (poden anar al gimnàs, pujar escales, cantar més estona, estalvien diners...).

Suport: 40Urban
Microcontinguts diaris emesos per conscienciar sobre l'efecte nociu de les cigarretes electròniques durant la seva programació diària:

1. Càpsules (25") explicant un efecte nociu que poden tenir. Objectiu: donar a conèixer les vies per poder deixar de fumar.

Suport: Rac 105
Format mencions al programa de major audiència "Matina Codina".

1. Testimonials amb bateria d'avantatges de no fumar. Objectiu: fomentar el sentit crític.
2. Càpsules explicant què poden fer mentre esperen entrar als locals, esperen amics, etc situacions on s'acostuma a fumar per avorriment. Objectiu desvincular-ho de l'oci nocturn.

DIGITAL

Suport: Adolescents.cat

1. Test interactiu de coneixement (quiz) sobre el vàper. Objectiu: desmentir tots els rumors sobre el vàper, que no és tan addictiu ni tan perjudicial.
2. Calculadora digital per conscienciar als joves que fumen sobre els costos econòmics que implica i el seu cost d'oportunitat: que la calculadora ho transformi els diners gastats a entrades al cinema, llibres, concerts o altres formes d'oci "healthy".

XARXES SOCIALS

Suport Que no surti d'Aquí
Creació de 2 peces branded content per emissió a xarxes socials (Instagram i/o Tik Tok) i activació paid per amplificar el contingut.

Suport: Som EVA
Creació de 2 peces branded content per emissió a xarxes socials (Instagram i/o Tik Tok) i activació paid per amplificar el contingut. Influenciadors que parlen sobre el vapeig i els seus efectes perjudicials.

Tasques a realitzar

Tal com estableix l'Acord Marc, l'objecte del present Basat per concreció de condicions són els serveis de gestió i inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació digital i accions especials (radio, digital i xarxes socials) per informar sobre el contingut de la campanya publicitària.

Justificació de la necessitat de contractar

D'acord amb la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic, s'informa que la Direcció General de Difusió Per tant, i atès que la Direcció General de Difusió no disposa dels mitjans personals i materials per assumir amb recursos propis la gestió integral dels serveis objecte del contracte durant l'any 2026, es proposa la seva contractació externa. La prestació requereix una estructura especialitzada i dimensionada per dur a terme de manera simultània i continuada tasques de coordinació, seguiment d'insercions, interlocució amb mitjans, control tècnic, validació de materials, supervisió de la campanya i resolució d'incidències.

La diversitat de canals implicats, ràdio, mitjans digitals i xarxes socials), exigeix una capacitat operativa específica que excedeix les funcions i els recursos de l'estructura ordinària de la unitat promotora. A més, les obligacions previstes al plec requereixen una dedicació tècnica permanent, coneixement especialitzat del mercat publicitari i disponibilitat immediata per atendre canvis i incidències.
Per tot això, la insuficiència de mitjans personals i tècnics deriva de la manca d'un equip tècnic especialitzat i adequadament dimensionat per assumir les funcions executives, de coordinació i control que exigeix el contracte.

Més concretament, la DG Difusió no compta amb els mitjans personals següents, amb els quals sí compten les empreses seleccionades dins l'Acord Marc PR-2025-556, segons l'Annex 1.4.A DECLARACIÓ RESPONSABLE DE COMPROMÍS D'ADSCRIPCIÓ DE MITJANS PERSONALS:

- 1 director/a o cap de planificació, amb titulació superior o cursos especialitzats en màrqueting, publicitat, estratègia o planificació de mitjans, amb una experiència mínima, portant un equip, en projectes similars a l'objecte de l'Acord marc de 5 anys.
- 2 planificadors/res (mínim un/a dels quals de nivell sènior, és a dir, amb una experiència mínima en projectes similars a l'objecte de l'Acord marc de 5 anys).
- 2 persones especialitzades en els mitjans digitals i les xarxes socials (mínim un/a dels quals de nivell sènior, és a dir, amb una experiència mínima en projectes similars a l'objecte de l'Acord marc de 5 anys)."

Elecció del procediment de contractació

Per difondre aquesta publicitat institucional es realitzarà la comanda i petició d'oferta econòmica pel procediment de concreció de condicions per raó de la quantia que s'estableix a l'Annex 7. Contractació Basada del Plec de clàusules administratives particulars que regula l'Acord Marc (exp. PR 2025 556). Les peticions d'oferta es realitzen mitjançant licitació d'accés restringit al perfil del contractant i presentació telemàtica d'ofertes.

En concret i per la tipologia d'inserció (inserció a diversos mitjans) la unitat tramitadora haurà d'enviar la sol·licitud d'oferta a totes les empreses contractistes de l'Acord marc.: Universal Mccann, SA, Carat España SAU, Havas Media Group Spain SAU i WPP MEDIA SPAIN SA **(**abans,WAVEMAKER PUBLICIDAD SPAIN, SL, substituïda per absorció al gener de 2026), el qual inclourà un enllaç amb l'accés a l'anunci de licitació d'accés restringit i, recollirà, a banda de la documentació necessària per a l'elaboració de les propostes de les empreses, el termini màxim de presentació de les propostes.

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

a) **Una declaració responsable** assegurant que mantenen les condicions inicials de capacitat, solvència, representació en relació amb les presentades a l'Acord Marc.

b) **Una declaració responsable** conforme 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.

c) El **model de proposició econòmica** emplenat i signat.

d) L'**Excel de la proposició econòmica desglossada (**document**:** *827_EXCEL PROPOSTA ECON DESGL.)* emplenat i signat. Es tracta de l'oferta detallada de preus unitaris (preus o costos nets, descomptes, recàrrecs i comissions d'agència).

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

Per al càlcul del pressupost de licitació hem fet una estimació de costos mitjançant l'experiència acumulada observant els preus unitaris d'inserció presentats a concursos basats de campanyes publicitàries amb unes característiques similars a les requerides en aquesta contractació. Aquest càlcul també ha tingut en compte el nombre estimat d'insercions, en funció de l'abast de campanya i el període de difusió desitjat, així com el cost que van tenir accions similars al 2026.

Així mateix, en el cas de les accions especials, s'han tingut en consideració els imports facilitats pels mateixos mitjans en les propostes presentades.

Aquest pressupost desglossat amb el detall de les insercions es troba en el document d'Excel *Aprox Pressupost Desglòs INSERCIONS* que està adjunt a aquest informe.

El pressupost de licitació és el següent:

Import de licitació, IVA exclòs	**Import IVA**	**Import total, IVA inclòs**
150.600,00 €	31.626,00 €	182.226,00 €

El VEC (valor estimat del contracte) coincideix amb el pressupost de licitació (IVA exclòs) perquè no es preveuen pròrrogues ni modificacions contractuals.

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 annex **(***827_EXCEL PROPOSTA ECON DESGL.)* 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, els recàrrecs i els costos tecnològics s'indicaran només a efectes informatius, per comprovar que l'oferta compleix les condicions econòmiques homologades en l'Acord Marc.

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 o costos, descomptes i comissions d'agència homologades en l'expedient de l'Acord Marc PR-2025-556.

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

Es valoraran els diversos descomptes, preus o costos. 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 o cost, major descompte). La resta d'ofertes obtindran menys puntuació, en proporció a l'augment de l'oferta respectiva.

Cadascun dels suports 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.

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

Per a la valoració s'utilitzaran les fórmules que s'especifiquen a l'Annex 7. Contractació Basada del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc, tal com es reprodueix a continuació:

Quan es valori el **preu o cost més baix**: menor cost per mil (CPM), menor cost per clic (CPC), menor cost per visualització (CPV), menor C/GRP), menor preu unitari net. La fórmula per calcular la puntuació és:

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

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 valori el **descompte.** La fórmula per calcular la puntuació és:

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

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 Departament.

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:

Centre gestor	Partida pressupostària
DD04	D/226000309/1211/2025 FPROGSAN Publicitat, difusió i campanyes institucionals.

Termini d'execució

El termini d'execució del contracte serà des de la data de la notificació de la seva adjudicació fins al 31 de desembre de 2026.

Conclusió

Per tant, proposo el procediment de concreció de condicions per raó de la quantia, tal i com s'estableix a l'Annex 7 del PCAP de l' Acord Marc per a la contractació del servei d'inserció de publicitat institucional als mitjans de comunicació per a la difusió d'una campanya informativa per combatre el vapeig.

Directora general de Difusió