Informe justificatiu de la contractació dels serveis de gestió i inserció de publicitat institucional a mitjans de comunicació impresos i digitals per a les campanyes generals de sensibilització lingüística i foment de l'aprenentatge de la llengua, i per a campanyes especifiques de foment de l'ús, especialment adreçades a públics d'origen estranger.

Expedient	**LI-2027-7**	Modalitat	Contracte Públic
Unitat promotora	Servei d'Informació, Difusió i Estudis		
Procediment	Basat per Concreció de condicions	Tipus	Serveis
Objecte	Serveis de gestió i inserció de publicitat institucional a mitjans de comunicació impresos i digitals per a les campanyes generals de sensibilització lingüística i foment de l'aprenentatge de la llengua, i per a campanyes especifiques de foment de l'ús, especialment adreçades a públics d'origen estranger.		

	Import base €	IVA €	Import amb IVA €
Pressupost licitació	46.500,00	9.765,00	56.265,00
Valor estimat	46.500,00	-	-
Termini d'execució	1 Anys		

Justificació de la necessitat de contractar

El Departament de Política Lingüística té la necessitat d'engegar diferents iniciatives adreçades especialment a persones acabades d'arribar a Catalunya i per activar accions de promoció i difusió entre aquest segment de població a través de mitjans impresos i digitals.

En aquest sentit, té interès especialment en quatre mitjans de comunicació que arriben directament a públic nouvingut:

- *Mirador dels Immigrants,* en format imprès, adreçat a persones de la comunitat pakistanesa de Catalunya
- Butlletí digital *What's on Barcelona*, especialment adreçat a públic anglès interessat en les particularitats de Barcelona
- *El Mercurio*, adreçat especialment a la comunitat de persones d'origen llatinoamericà que viuen a Catalunya
- *Equinox*, mitjà digital francòfon adreçat principalment a la comunitat francesa i francòfona resident a Barcelona

1. Missatges, objectiu i destinataris de la inserció als mitjans

El Departament de Política Lingüística engega diferents iniciatives adreçades especialment a persones acabades d'arribar a Catalunya i té la necessitat d'activar accions de promoció i difusió entre aquest segment de població a través de mitjans impresos i digitals.

En aquest sentit, té interès especialment mitjans de comunicació que arriben directament a públic nouvingut.

- *Mirador dels Immigrants,* en format imprès, adreçat a persones de la comunitat pakistanesa de Catalunya
- Butlletí digital *What's on Barcelona*, especialment adreçat a públic anglès interessat en les particularitats de Barcelona
- *El Mercurio*, adreçat especialment a la comunitat de persones d'origen llatinoamericà que viuen a Catalunya
- *Equinox*, mitjà digital francòfon adreçat principalment a la comunitat francesa i francòfona resident a Barcelona

Els continguts d'aquestes campanyes són els relacionats amb programes com el Voluntariat per la llengua, l'aprenentatge de la llengua, les campanyes d'acollida lingüística (com el 'Benvinguts al català!'), les campanyes adreçades al sector del comerç (Comerços aprenents...) i, en general, les campanyes de sensibilització lingüística.

El Mirador dels Immigrants és un mitjà imprès adreçat a persones vingudes del Pakistan, l'Índia, Bangla Desh, etc., que es distribueix a Barcelona i a l'àrea metropolitana de Barcelona (Santa Coloma de Gramenet, Badalona i l'Hospitalet de Llobregat). Fora de Barcelona es distribueix també a Tortosa i a Tarragona, a banda d'altres territoris de l'Estat espanyol. El tiratge de la publicació és de 3.000 exemplars per a Catalunya i 2.000 per a la resta de l'Estat espanyol.

What's On Barcelona és un butlletí digital en anglès que s'envia setmanalment a més de 5.000 subscriptors. Explica què passa cada cap de setmana a Barcelona i ajuda la gent a sentir-se més connectada amb la ciutat. Un percentatge elevat de subscriptors del butlletí són persones d'origen estranger que viuen a Barcelona (enquesta feta pel mitjà el mes d'agost de 2025).

Equinox té entre 600.000 i 1 milió de connexions mensuals al web, més de 75.000 seguidors a les seves xarxes socials. Els seus continguts van generar 6,3 milions de visualitzacions de vídeo durant l'últim trimestre de 2025.

El Mercurio, amb una audiència potencial d'entre 10.000 i 30.000 lectors potencials dins de la comunitat llatinoamericana de Catalunya.

2. Descripció i calendari

El Mirador dels immigrants

Inserció	Detall	Nombre màxim	Calendari
Continguts de marca	Creativitats d'¼ de pàgina de la publicació	15	Previsió: de gener fins a 31 de desembre de 2027, mínim una creativitat al mes.

What's On Barcelona

Inserció	Detall	Nombre màxim	Calendari
Continguts de marca	Espai setmanal al butlletí	40	Previsió: de gener fins a 31 de desembre de 2027
Continguts de marca	Impacte en els correus de benvinguda a nous subscriptors	10	Previsió: per concretar segons els nous subscriptors, de gener fins a 31 de desembre de 2027

El Mercurio

Inserció	Detall	Nombre màxim	Calendari
Continguts de marca	Redaccionals digitals distribuïts entre les tres edicions (català, castellà i portuguès brasiler)	3	Previsió: de gener fins a 31 de desembre de 2027, a concretar segons necessitats del Departament

Equinox

Inserció	Detall	Nombre màxim	Calendari
Continguts de marca	Redaccionals	6	Previsió: de gener fins a 31 de desembre de 2027
Continguts de marca	Vídeos curts	4	Previsió: de gener fins a 31 de desembre de 2027
Continguts de marca	Tramesa massiva	1	Previsió: de gener fins a 31 de desembre de 2027

Els continguts de marca dels diferents mitjans podran ser elaborats pel Departament de Política Lingüística o pel mitjà mateix. Podran ser articles, entrevistes, reportatges o altres modalitats redaccionals escrits, en format grafisme/creativitat o audiovisual. Poden requerir desplaçament per cobrir l'acte o esdeveniment, o es poden fer a partir d'enllaços i materials subministrats pel Departament.

3. Període d'inserció

El període d'inserció serà de l'adjudicació de la contractació, o des del gener de 2027, si la contractació és abans, i fins al 31 de desembre del 2027, i d'acord amb previsions de cadascuna de les campanyes.

4. Import

El Mirador dels Immigrants

L'import unitari mínim fixat per a aquesta campanya és de 600 € sense IVA per creativitat/inserció.

La campanya té previstos un total de 15 insercions/creativitats.

L'import **màxim fixat per a aquesta campanya és de 10.000,00 €, sense l'IVA**, que correspon a 12.100,00 €, IVA inclòs.

L'import mínim és de 9.000 € (sense l'IVA), 10.890 € IVA inclòs, més el cost de servei d'agència. En el cas que l'oferta que presentés l'empresa fos inferior implicaria la seva exclusió del concurs.

What's On Barcelona

L'import unitari mínim fixat per a aquesta campanya és de 200 € sense IVA per inserció en el butlletí i de 100 € sense IVA per inserció en els correus de benvinguda.

La campanya té previstos un total de 40 insercions en el butlletí i 10 insercions en els correus de benvinguda.

L'import **màxim fixat per a aquesta campanya és de 10.000,00 €, sense l'IVA**, que correspon a 12.100,00 €, IVA inclòs.

L'import mínim és de 9.000 € (sense l'IVA), 10.890 € IVA inclòs, més el cost de servei d'agència. En el cas que l'oferta que presentés l'empresa fos inferior implicaria la seva exclusió del concurs.

El Mercurio

L'import unitari mínim fixat per a aquesta campanya és de 3.333,33 € sense IVA per inserció de redaccional, amb publicació a les tres edicions del mitjà (català, castellà i portuguès brasiler).

La campanya té previstes un total de 3 insercions de redaccionals.

L'import **màxim fixat per a aquesta campanya és d'11.000 €, sense l'IVA**, que correspon a 13.310 €, IVA inclòs.

L'import mínim és de 10.000 € (sense l'IVA), 12.100 € IVA inclòs, més el cost de servei d'agència. En el cas que l'oferta que presentés l'empresa fos inferior implicaria la seva exclusió del concurs.

Equinox

L'import unitari mínim fixat per a aquesta campanya és de 1.228,07 € sense IVA per publiredaccional, 1.473,68 € sense IVA per vídeo i 736,86 € sense IVA per tramesa massiva.

La campanya té previstos un total de 6 publiredaccionals, 4 vídeos i 1 tramesa massiva.

L'import **màxim fixat per a aquesta campanya és de 15.500 €, sense l'IVA**, que correspon a 18.755,00 €, IVA inclòs.

L'import mínim és de 14.000 € (sense l'IVA), 16.940 € IVA inclòs, més el cost de servei d'agència. En el cas que l'oferta que presentés l'empresa fos inferior implicaria la seva exclusió del concurs.

L'import **màxim fixat per al conjunt d'aquesta contractació és de, 46.500,00 € sense l'IVA**, que correspon a 56.265,00 € iva inclòs.

L'import **mínim és de 42.000,00 € sense l'IVA,** que correspon a 50.820,00 € IVA inclòs, més el cost de servei d'agència.

Anualitats	Import base €	IVA €	Centre gestor	Partida pressupostària
2027	46.500,00	9.765,00	LI01	D/226000300/4510/0000

Determinació del preu del contracte

D'acord amb la consulta feta a les empreses contractistes corresponent a l'Acord Marc de serveis de gestió i d'inserció de publicitat institucional en els mitjans de comunicació.

L'empresa adjudicatària podrà presentar factures a mesura que executi la prestació del servei. Cada factura ha de reflectir l'import del servei prestat i els justificants de les insercions realitzades. El Departament de Política Lingüística donarà conformitat a les factures un cop hagi comprovat que el servei objecte del contracte ha estat prestat correctament.

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.

Les empreses oferiran per a cadascun dels mitjans de comunicació requerits una oferta optimitzada que, per les característiques específiques i els paràmetres de negociació propis de cada mitjà o suport, consistirà en un descompte o un preu o cost net.

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

En el cas que per necessitats sobrevingudes s'hagi d'inserir publicitat en algun mitjà o suport no detallat en aquest Word de proposició econòmica desglossada, caldrà respectar sempre les condicions ofertes a l'Acord Marc PR-2025-556.

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

Es valoraran els diversos descomptes i costos i detallats. Amb una puntuació màxima de 100 punts, que es distribuiran de manera ponderada en funció de l'import total assignat a cada mitjà de comunicació. 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 o major descompte). La resta d'ofertes obtindran menys puntuació, en proporció a l'augment de l'oferta respectiva.

Mitjà de comunicació	Import màxim sense IVA	Puntuació màxima
El Mirador del Immigrants	10.000,00 €	22 punts
What's On Barcelona	10.000,00 €	22 punts
El Mercurio	11.000,00 €	24 punts
Equinox	15.500,00 €	32 punts
Total	**46.500,00 €**	**100 punts**

L'empresa que presenti el major descompte obtindrà la màxima puntuació; i la resta d'empreses es valoraran de forma proporcional, segons la fórmula següent per a cada preu unitari:

PTotal = P1+P2+P3+P4

Es calcularà la puntuació per a cada preu parcial "i":

Pparcial i = %Pi * (100 – 100 * (Bm – Bi))

On:

Bm = (PL - Om)/ PL

Bi = (PL – Oi)/ PL

Nomenclatura:

PLi: pressupost de licitació per a cada preu

Pparcial i: puntuació que obté l'empresa "i" per a cada preu

Bm: baixa que suposa l'oferta econòmicament més avantatjosa en relació amb el pressupost de licitació (PLi)

Bi: baixa de l'oferta de l'empresa "i" en relació amb el pressupost de licitació

Oi: import de l'oferta de l'empresa "i"

Om: import de l'oferta menor

> Aquestes fórmules s'especifiquen a la Annex 7. Contractació Basada del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc.
>
> 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.

D'acord amb allò que s'estableix a la clàusula trenta-unena del plec de clàusules administratives particulars de l'Acord marc, 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.

Proposta d'utilització de procediment de contractació

Es proposa l'aprovació d'un contracte derivat d'acord marc pel procediment de concreció de condicions per raó de la quantia. En aquest supòsit només es fa valoració de l'oferta econòmica, la unitat promotora elevarà a l'òrgan de contractació corresponent l'informe proposta d'adjudicació de la concreció de condicions, que recaurà en l'empresa que presenti l'oferta econòmicament més avantatjosa.

S'estableix per a aquesta contractació una garantia definitiva del 5%.

La compra i la reserva d'espais per a la realització d'aquesta publicitat, és una feina que no pot ser assumida per cap unitat del Departament ja que no es disposa dels mitjans tècnics necessaris.

La cap de l'Oficina de Coordinació dels Serveis Comuns

El secretari general del Departament de Política Lingüística