

**PROPOSTA ADJUDICACIÓ.-
PROCEDIMENT OBERT NO SUBJECTE A REGULACIÓ
HARMONITZADA DELS SERVEIS D'ELABORACIÓ I GESTIÓ
DEL PLA DE COMUNICACIÓ DEL PLA DE LLEVANT**



LLOC	Viladecans	NOM PROJECTE	ELABORACIÓ I GESTIÓ DEL PLA DE COMUNICACIÓ DEL PLA DE LLEVANT
DATA	17 de juny de 2021	NUM. EXPEDIENT	049.FP14.029

Hi assisteixen:

President: Sr. Emili Galisteo Rodriguez, Gerent de Viladecans Mediterrània, S.L.
Vocal: Sr. Albert Rodriguez Villarreal, Tècnic designat per Viladecans Mediterrània, S.L.
Vocal: Sr. Albert Diaz Menendez, Cap del Departament financer de Viladecans Grup d'Empreses Municipals Viladecans S.L.
Secretària: Sra. Silvia Castro Serres, advocada designada per Viladecans Grup d'Empreses Municipals Viladecans S.L.

Antecedents

1. Atès que en data 24 de març de 2021 es va publicar al perfil de SPM Viladecans Mediterrània, S.L. ("VIMED") integrat a la Plataforma de Serveis de Contractació Pública de la Generalitat de Catalunya ("PSCP"), l'anunci de licitació del procediment obert per a l'adjudicació dels serveis D'ELABORACIÓ I GESTIÓ DEL PLA DE COMUNICACIÓ DEL PLA DE LLEVANT.
2. Atès que en data 13 d'abril de 2021 va finalitzar el termini per a presentar les propostes al procediment de referència, a través del Sobre Digital i, segons consta a data d'avui a la pàgina web del Consorci d'Administració Oberta de Catalunya, no es va produir cap afectació a l'eina de Sobre Digital durant l'últim dia de presentació de propostes.
3. Atès que en data 15 d'abril de 2021 es va procedir a l'obertura del sobre A i la Mesa de Contractació va acordar declarar admeses a la licitació a les següents empreses al haver presentat tota la documentació del sobre A de conformitat amb el previst al PCAP:

Llicitador 1:

Empresa: externa comunicació, slú

NIF: B61504551

Data presentació: 13/04/2021 12:15:28

Núm. De registre: E/000028-2021

Llicitador 2:

Empresa: Moorning Cool Things S.L.U

NIF: B66206137

Data presentació: 13/04/2021 12:44:21

Núm. De registre: E/000029-2021

4. Atès que en la mateixa data La Mesa acordà requerir al següent licitador per tal que esmenin les deficiències detectades al sobre A atorgant-los un termini de tres (3) dies hàbils a aquests efectes amb l'avertiment que, en cas que no esmenin els defectes observats, no serà admès i es proposarà la seva exclusió del present procediment de licitació:

La documentació presentada NO s'ajusta a la requerida per VIMED al PCAP de la licitació. Caldrà esmenar la següent deficiència:

Llicitador 3:

Empresa: DORTOKA disseny S.L

NIF: B62765334

Data presentació: 13/04/2021 13:58:32

Núm. De registre: E/000030-2021

L'empresa licitadora no presenta declaració responsable degudament signada.

Tampoc presenta DEUC degudament complimentada i signada. En comptes d'això ha signat sobre el model de l'annex núm. 2 A.

- Es sol·licita a DORTOKA disseny S.L que, per a major facilitat, aporti declaració responsable degudament signada d'acord amb el model Annex 2 B.

5. Atès que en data 27 d'abril de 2021, la Mesa de contractació després de qualificar les esmenes de la documentació presentada en el sobre A, va acordar admetre totes les esmenes presentades i en conseqüència admetre a la licitació les següents licitadores:

Licitador 1:

Empresa: externa comunicació, slú

NIF: B61504551

Data presentació: 13/04/2021 12:15:28

Núm. De registre: E/000028-2021

Licitador 2:

Empresa: Moorning Cool Things S.L.U

NIF: B66206137

Data presentació: 13/04/2021 12:44:21

Núm. De registre: E/000029-2021

Licitador 3:

Empresa: DORTOKA disseny S.L

NIF: B62765334

Data presentació: 13/04/2021 13:58:32

Núm. De registre: E/000030-2021

6. Atès que en data 27 d'abril de 2021 la Mesa de Contractació es reuní per obrir els sobres B (contenidors de les referències tècniques) presentats pels licitadors admesos a la licitació de referència. L'obertura es realitzà sense incidències, constatant-se que els sobres B incloïen la documentació tècnica exigida sense entrar a analitzar si era correcta i suficient ni valorar-ne el seu contingut.
7. Atès en sessió de data 19 de mayo de 2021 la Mesa de Contractació va emetre una proposta de valoració dels sobres B en aplicació dels criteris subjectes a judici de valor previstos al Plec de Clàusules Administratives Particulars, de conformitat amb l'informe tècnic de 14 de maig de 2021, i va adoptar els acords següents:

***"PRIMER.- APROVAR** la següent puntuació dels criteris avaluables mitjançant judici de valor obtinguda pels licitadors presentats i admesos, que s'adjunta desglossada en quadre annex I i II, i de la que s'extreu que en ordre decreixent la puntuació dels licitadors en criteris avaluables en judici de valor és la següent:*

	LICITADOR	PUNTUACIÓ TÈCNICA OBTINGUDA
2	MOORNING COOL THINGS S.L.U.	34
1	EXTERNA COMUNICACIÓ, S.L.U.	34
3	DORKOTA DISSENY S.L.	19

SEGON.- ELEVAR A L'ÒRGAN DE CONTRACTACIÓ LA PROPOSTA DE PUNTUACIÓ DELS CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT JUDICI DE VALOR obtinguda pels licitadors admesos al procediment obert per a l'adjudicació dels serveis D'ELABORACIÓ I GESTIÓ DEL PLA DE COMUNICACIÓ DEL PLA DE LLEVANT.

TERCER.- PROCEDIR a l'obertura pública del sobre C relatiu a la proposta econòmica i previ a aquell acte, publicar el resum de puntuació tècnica obtinguda pels licitadors en el sobre B en relació als criteris avaluables mitjançant judici de valor; i procedir posteriorment a la valoració de les pliques pel que fa als criteris objectius d'aplicació automàtica i en definitiva, a la valoració conjunta que en farà la Mesa de Contractació i de la qual en resultarà el licitador que ha obtingut més puntuació de l'aplicació de tots els criteris de puntuació determinats en el plec.”

8. Atès que data 28 de maig de 2021 l'Òrgan de Contractació va resoldre ratificar la proposta de valoració dels sobres B emesa per la Mesa de Contractació resolent:

“PRIMER.- RATIFICAR la valoració i puntuació que es determina a la proposta de valoració dels sobres B mitjançant criteris subjectes a judici de valor emesa per la Mesa de contractació a 19 de mayo de 2021 en el procediment obert per a l'adjudicació del contracte dels serveis D'ELABORACIÓ I GESTIÓ DEL PLA DE COMUNICACIÓ DEL PLA DE LLEVANT de la qual s'extreu que, en ordre decreixent, la puntuació dels licitadors en criteris avaluables mitjançant judici de valor és la següent:

	LICITADOR	PUNTUACIÓ TÈCNICA OBTINGUDA
2	MOORNING COOL THINGS S.L.U.	34
1	EXTERNA COMUNICACIÓ, S.L.U.	34
3	DORKOTA DISSENY S.L.	19

SEGON.- PROCEDIR a publicar a la plataforma de contractació pública -amb anterioritat a la data fixada per l'obertura de sobre C- la present resolució incloent els quadres resums de puntuació tècnica obtinguda pels licitadors en el sobre B que s'adjunta a la present com Annex núm. I i Annex núm. II, en relació als criteris avaluables mitjançant judici de valor.

TERCER.- PROCEDIR a l'obertura del sobre C de proposta econòmica en data 4 de juny de 2021, i previ a aquell acte, donar lectura al resum de puntuació tècnica obtinguda pels licitadors en el sobre B, en relació als criteris avaluables mitjançant judici de valor. Procedir, posteriorment a la valoració de les pliques admeses pel que fa als criteris objectius d'aplicació automàtica i en definitiva, a la valoració conjunta que en farà la mesa de contractació, i de la qual en resultarà el licitador que ha obtingut més puntuació de l'aplicació de tots els criteris de puntuació determinats en el plec.”

9. Atès que data 31 de maig de 2021 l'Òrgan de Contractació va resoldre excloure al licitador núm. núm. 3 (DORTOKA disseny S.L) per haver obtingut una puntuació tècnica inferior a la mínima:

“PRIMER.- EXCLOURE al licitador núm. núm. 3 (DORTOKA disseny S.L) del procediment obert per a l'adjudicació del contracte dels serveis D'ELABORACIÓ I GESTIÓ DEL PLA DE COMUNICACIÓ DEL PLA DE LLEVANT per haver obtingut una puntuació en el sobre B de 19 punts i, per tant, inferior a la puntuació tècnica mínima fixada en 20 punts per la clàusula 11.2 del PCAP de la licitació.

SEGON.- COMUNICAR la present resolució als interessats.”

10. Atès que es va publicar, al tauler d'avisos de la licitació a la Plataforma de Serveis de Contractació Pública de la Generalitat de Catalunya la convocatòria d'obertura del sobre C (proposta econòmica) pel dia 4 de juny de 2021 i que es van publicar amb anterioritat a dita obertura, concretament en dates 28 i 31 de maig del 2021, respectivament, les resolucions de l'Òrgan de Contractació referides als punts 8 i 9 anteriors.

11. Atès que en data 4 de juny del 2021 es celebrà, a través de l'eina e-teams prèviament convocat, l'acta d'obertura dels sobres C (proposta econòmica) presentats pels licitadors admesos al procediment amb el resultat següent:

Licitador 1:

Empresa: externa comunicació, slu

NIF: B61504551
 Data presentació: 13/04/2021 12:15:28
 Núm. De registre: E/000028-2021

Oferta econòmica	91.665´-€ IVA exclòs
------------------	----------------------

Pels següents preus unitaris:

1.- Honoraris d'agència

Grup d'accions	Quantitat estimada total	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Preu global de referència (IVA exclòs)	Preu unitari proposat pel licitador (IVA exclòs)	Preu global proposat pel licitador (IVA exclòs)
HONORARIS D'AGÈNCIA	1 acció	12.000€	12.000€	9.000 €	9.000 €

2.- Disseny i producció de peces comunicatives

Grup d'accions	Quantitat estimada total	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Preu global de referència (IVA exclòs)	Preu unitari proposat pel licitador (IVA exclòs)	Preu global proposat pel licitador (IVA exclòs)
DISSENY I CREATIVITAT					
Adaptacions peces off line (tanques d'obra, fulletons, cartelleria...)	20 accions	300 €	6000€	250 €	5.000 €
Suplement especial Revista de Viladecans	2 accions	1.500 €	3000€	900 €	1.800 €
Peça online (banner, capceleres, posts, stories...)	300 accions	150 €	45.000€	110 €	33.000 €
Copy/Concepte creatiu	5 conceptes	100 €	500€	90 €	450 €

	missatges principals				
Presentació (PPT) 15 diapositives	10 accions	200 €	2000€	180€	1.800 €
Notes de premsa	8 accions	100 €	800€	80 €	640 €
Dossier de premsa	1 acció	300 €	300€	250 €	250 €
PRODUCCIÓ					
Tanques d'obra	5 accions	200 €	1000€	200 €	1.000 €
Flyer DIN A5 (500 unitats)	5 accions	0,07 €	175€	0,07 €	175€
Cartell A3 (100 unitats)	5 accions	0,30 €	150€	0,30 €	150€
Impressió suplement especial Revista de Viladecans	2 accions	1.500 €	3.000€	1.500 €	3.000 €
Repartiment suplement especial Revista de Viladecans	2 accions	1.200 €	2.400€	1.200 €	2.400€
Peces audiovisuals tipus reportatge de 5-10 minuts de durada	5 peces	2.000 €	10.000€	1.800 €	9.000 €
Peces audiovisuals informatives o divulgatives de 1-2 minuts de durada	15 peces	800€	12.000€	700€	10.500 €
Peces audiovisuals promocionals de 30"-1min de durada	4 peces	600€	2400€	500 €	2.000 €
Fotografies per a xarxes socials / notícies web	100 accions	40 €	4000€	35 €	3.500 €
TOTAL ESTIMAT GRUP D'ACCIONS			92.725€		76.865 €

3.- Compra i gestió d'espais publicitaris

Grup d'accions	Quantitat estimada total	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Preu global de referència (IVA exclòs)	Preu unitari proposat pel licitador (IVA exclòs)	Preu global proposat pel licitador (IVA exclòs)
Compra i gestió d'espais publicitaris	5 accions	3.000 €	15.000 €	1.600 €	8.000 €

Licitador 2:

Empresa: Moorning Cool Things S.L.U

NIF: B66206137

Data presentació: 13/04/2021 12:44:21

Núm. De registre: E/000029-2021

Oferta econòmica	101.980´-€ IVA exclòs
------------------	-----------------------

Pels següents preus unitaris:

1.- Honoraris d'agència

Grup d'accions	Quantitat estimada total	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Preu global de referència (IVA exclòs)	Preu unitari proposat pel licitador (IVA exclòs)	Preu global proposat pel licitador (IVA exclòs)
HONORARIS D'AGÈNCIA	1 acció	12.000€	12.000€	10.000 €	10.000 €

2.- Disseny i producció de peces comunicatives

Grup d'accions	Quantitat estimada total	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Preu global de referència (IVA exclòs)	Preu unitari proposat pel licitador (IVA exclòs)	Preu global proposat pel licitador (IVA exclòs)
DISSENY I CREATIVITAT					
Adaptacions peces off line (tanques d'obra, fulletons, cartelleria...)	20 accions	300 €	6000€	220 €	4.400 €
Suplement especial Revista de Viladecans	2 accions	1.500 €	3000€	1.200 €	2.400 €

Peça online (banner, capçaleres, posts, stories...)	300 accions	150 €	45.000€	125 €	37.500 €
Copy/Concepte creatiu	5 conceptes o missatges principals	100 €	500€	100 €	500 €
Presentació (PPT) 15 diapositives	10 accions	200 €	2000€	180 €	1.800 €
Notes de premsa	8 accions	100 €	800€	95 €	760 €
Dossier de premsa	1 acció	300 €	300€	280 €	280 €
PRODUCCIO					
Tanques d'obra	5 accions	200 €	1000€	138 €	690 €
Flyer DIN A5 (500 unitats)	5 accions	0,07 €	175€	0,06 €	150 €
Cartell A3 (100 unitats)	5 accions	0,30 €	150€	0,25 €	150 €
Impressió suplement especial Revista de Viladecans	2 accions	1.500 €	3.000€	1.500 €	3.000 €
Repartimen suplement especial Revista de Viladecans	2 accions	1.200 €	2.400€	1.000 €	2.000 €
Peces audiovisuals tipus reportatge de 5-10 minuts de durada	5 peces	2.000 €	10.000€	1.800 €	9.000 €
Peces audiovisuals informatives o divulgatives de 1-2 minuts de durada	15 peces	800€	12.000€	650 €	9.750 €
Peces audiovisuals promocionals de 30"-1min de durada	4 peces	600€	2400€	450 €	1.800 €
Fotografies per a xarxes socials / notícies web	100 accions	40 €	4000€	38 €	3.800 €
TOTAL ESTIMAT GRUP D'ACCIONS			92.725€		77.980 €

3.- Compra i gestió d'espais publicitaris

Grup d'accions	Quantitat estimada total	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Preu global de referència (IVA exclòs)	Preu unitari proposat pel licitador (IVA exclòs)	Preu global proposat pel licitador (IVA exclòs)
Compra i gestió d'espais publicitaris	5 accions	3.000 €	15.000 €	2.800 €	14.000 €

Es deixa constància que es donaren per subsanats sense necessitat de requeriments d'esmenes els següents mers errors materials, subsanables amb una operació aritmètica:

- Licitador 1: Empresa: externa comunicació, sl: La suma correcte del "Grup d'accions 2" és l'import de 74.665´-€ (en lloc dels 76.865´-€ indicats); essent concordant aquesta xifra amb l'import de l'oferta, suma de les ofertes pels 3 Grups d'accions.
- Licitador 2: Empresa: Empresa: Moorning Cool Things S.L.: La suma de 101.980´-€. és l'import total de l'oferta, essent la suma de les ofertes pels 3 Grups d'accions.

12. Atès que en la referida acta d'obertura del sobre C no es detectà cap baixa temerària.

13. Atès que en data 16 de juny del 2021 s'ha emès un informe pel tècnic designat per VIMED en el qual s'informa de la puntuació obtinguda pels licitadors admesos en el sobre C en aplicació dels criteris de valoració automàtica previstos al PCAP.

Desenvolupament de la sessió:

1. Examinades les ofertes presentades i admeses en el procediment obert per a l'adjudicació dels serveis D'ELABORACIÓ I GESTIÓ DEL PLA DE COMUNICACIÓ DEL PLA DE LLEVANT, es procedeix a valorar els sobres C (proposta econòmica) presentats pels licitadors admesos a la licitació d'acord amb els criteris d'aplicació automàtica continguts al PCAP que són els següents:

1.1.1 Oferta econòmica (Fins a 55 punts)

1.- Honoraris d'agència 10 punts

El preu dels honoraris d'una agència per executar els serveis d'elaboració i gestió d'un Pla de Comunicació durant un any i mig s'estima en 12.000 €.

Obtindrà major puntuació l'oferta més econòmica de les diferents ofertes presentades i admeses de cada acció a la taula adjunta. La puntuació vindrà definida per l'aplicació de la següent fórmula:

$$P_i = P_{\max} \times \left[\frac{(O_i - OT)}{(O_{\min} - OT)} \right]^{1/2}$$

P_i = Puntuació de l'oferta analitzada

P_{\max} = Puntuació màxima

O_i = Oferta de preu analitzada

OT = Oferta tipus (import de licitació)

O_{\min} = Oferta admitida més econòmica

2.- Disseny i producció de peces comunicatives 30 punts

Aquest apartat inclou totes les feines de disseny i producció de peces comunicatives previstes en l'execució del Pla de Comunicació.

El preu màxim estimat per aquest grup d'accions és de 92.725 €, i s'estima la realització de fins a 450 accions/peces diferents durant l'execució del contracte. L'oferta presentada per l'empresa licitadora correspondrà al preu global del contracte.

Obtindrà major puntuació l'oferta més econòmica de les diferents ofertes presentades i admeses de cada acció a la taula adjunta. La puntuació vindrà definida per l'aplicació de la següent fórmula:

$$P_i = P_{\max} \times \left[\frac{(O_i - OT)}{(O_{\min} - OT)} \right]^{1/2}$$

P_i = Puntuació de l'oferta analitzada

P_{\max} = Puntuació màxima

O_i = Oferta de preu analitzada

OT = Oferta tipus (import de licitació)

O_{\min} = Oferta admitida més econòmica

3.- Compra i gestió d'espais publicitaris..... 15 punts

En aquest cas es tracta de la compra i gestió d'espais publicitaris a mitjans no municipals, així com l'elaboració de les peces corresponents per a aquests espais (banner, spots, falques, etc.). Per a cada fase o accions principals establertes al Pla de Comunicació s'estima que caldria invertir uns 3.000 euros i es preveuen un total de 5 accions.

El preu màxim estimat per aquest grup d'accions és de 15.000 euros. L'oferta presentada per l'empresa licitadora correspondrà al preu global del contracte.

Obtindrà major puntuació l'oferta més econòmica de les diferents ofertes presentades i admeses de cada acció a la taula adjunta. La puntuació vindrà definida per l'aplicació de la següent fórmula:

$$P_i = P_{\max} \times \left[\frac{(O_i - OT)}{(O_{\min} - OT)} \right]^{1/2}$$

P_i = Puntuació de l'oferta analitzada

P_{\max} = Puntuació màxima

O_i = Oferta de preu analitzada

OT = Oferta tipus (import de licitació)

O_{\min} = Oferta admitida més econòmica

Quadre resum de les puntuacions relatives al preu de cada grup d'accions:

	Preu de referència (IVA exclòs)	Puntuació Servei
Honoraris d'agència	12.000€	10 punts
Disseny i producció de peces comunicatives	92.725€	30 punts
Compra i gestió d'espais publicitaris	15.000€	15 punts

Es prendrà en consideració, a efectes de càlcul de puntuació del criteri Oferta econòmica, l'import **global** ofert pel licitador per cada un dels grup d'accions

2. A continuació, per a cadascun dels licitadors admesos i no exclosos de la licitació s'indica la valoració dels sobres C (proposta econòmica) d'acord amb els criteris de valoració automàtica previstos al PCAP i es transcriu la valoració obtinguda en aplicació dels criteris subjectius sotmesos a judici de valor continguts a l'acta de la mesa de contractació de 19 de maig del 2021.

Licitador núm. 1: Externa Comunicació SLU

Puntuació obtinguda per criteris d'aplicació automàtica..... 55 punts

Puntuació obtinguda per criteris subjectes a judici de valor34 punts

Puntuació TOTAL 89 punts

Oferta econòmica (preu)**1.- Honoraris d'agència: 10 punts**

Aquesta empresa presenta una oferta de 9.000 €

S'aplicarà la fórmula:

$$P_i = P_{max} \times \left[\frac{(O_i - OT)}{(O_{min} - OT)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

P_i = Puntuació de l'oferta analitzada

P_{max} = Puntuació màxima

O_i = Oferta de preu analitzada

OT = Oferta tipus (import de licitació)

O_{min} = Oferta admesa més econòmica

Per tant: $10 \times [(9.000 - 12.000) / (9.000 - 12.000)]^{\frac{1}{2}} = 10$ punts.

2.- Disseny i producció de peces comunicatives : 30 punts

Aquesta empresa presenta una oferta de 74.665,00 €

S'aplicarà la fórmula:

$$P_i = P_{max} \times \left[\frac{(O_i - OT)}{(O_{min} - OT)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

P_i = Puntuació de l'oferta analitzada

P_{max} = Puntuació màxima

O_i = Oferta de preu analitzada

OT = Oferta tipus (import de licitació)

O_{min} = Oferta admesa més econòmica

Per tant: $30 \times [(74.665 - 92.725) / (74.665 - 92.725)]^{\frac{1}{2}} = 30$ punts.

3.-Compra i gestió d'espais publicitaris..... 15 punts

Aquesta empresa presenta una oferta de 8.000 €

S'aplicarà la fórmula:

$$P_i = P_{max} \times \left[\frac{(O_i - OT)}{(O_{min} - OT)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

P_i = Puntuació de l'oferta analitzada

P_{max} = Puntuació màxima

O_i = Oferta de preu analitzada

OT = Oferta tipus (import de licitació)
Omin = Oferta admesa més econòmica

Per tant: $30 \times [(8.000 - 15.000) / (8.000 - 15.000)] \frac{1}{2} = 15$ punts.

- Atesa la valoració continguda al present informe, el licitador número 1, **Externa Comunicació SLU**, ha obtingut en la suma dels criteris de valoració automàtica la puntuació de **55 punts**

Total puntuació criteris d'aplicació automàtica.....	55 punts
------------------------------------------------------	----------

CRITERIS SUBJECTES A JUDICI DE VALOR	
Total puntuació criteris subjectes a judici de valor.....	34 punts

Resum de la proposta:

L'empresa Externa Comunicació, S.L.U. presenta dues memòries tècniques de màxim 6 pàgines, tal com es requeria en l'informe tècnic corresponent, en les que consta, de forma clara i endreçada, les dues propostes per realitzar la valoració tècnica. Una de les memòries inclou la proposta del Pla de comunicació del projecte amb les fases, el calendari i les principals accions i l'altra la proposta de guió i storyboard del vídeo promocional del projecte, així com diverses mostres de vídeos realitzats per il·lustrar l'estil proposat.

Concretament, la primera memòria presenta un document que descriu el pla en 3 grans apartats:

1. Estratègia
 - 1.1.1. Objectius
 - 1.1.2. Públics Objectius
 - 1.1.3. Singularitats
 - 1.1.4. Valors de la marca
 - 1.1.5. Línies estratègiques d'actuació
2. Pla d'Accions
 - 2.1.1. Fase 1: Preparació
 - 2.1.2. Fase 2:Tret de sortida
 - 2.1.3. Fase 3: Construcció del barri
 - 2.1.4. Fase 4:Etapa Final
 - 2.1.5. Fase 5: Tancament
3. Indicadors de seguiment

En el cas de la segona memòria, presenten un guió tècnic que inclou tant el contingut de la locució en detall com les cartel·les que el va acompanyant al llarg de la seva reproducció. Pel que fa a l'Storyboard, desenvolupen amb imatge real el tipus de plànols i imatges que es veurien al vídeo, així com els elements gràfics i chyrons que el complementarien mentre la veu en off va narrant el seu contingut.També presenten 6 mostres de vídeos, 3 dels quals realitzats per la pròpia empresa.

Avaluació de la proposta:

1. Proposta del Pla de comunicació del projecte que inclogui les fases, el calendari i les principals accions (fins a 25 punts)

De l'anàlisi dels apartats, podem extreure les següents valoracions tècniques:

Estratègia:

- Els objectius generals i específics de comunicació no acaben d'estar definits correctament doncs els hi manca especificar el públic objectiu i la temporalitat del mateix perquè d'aquesta manera es puguin definir uns indicadors de seguiment.
- En relació al punt 1.2 de públics, mencionen els interessos com a criteri de selecció, però no aporten la forma de recabar aquesta informació.
- En l'apartat de singularitats mencionen que els tres projectes, bosc urbà, ciència al carrer i agricultura urbana, quedarien apart del pla de comunicació de Llevant quan voldríem abordar-los en el mateix instrument de planificació de la comunicació.
- Respecte de l'apartat de la seva estratègia, que te a veure amb els valors de la marca, no especifiquen a quina marca fan referència.
- L'última part de línies estratègiques d'actuació pensem que son adients en general, aportant un contingut suficient i clar: prioritzen la proactivitat en la comunicació als mitjans no institucionals i la presència als institucionals; la mobilització dels segments poc digitals amb la presència al carrer i la mobilització ciutadana en diferents moments de comunicació.

Pla d'accions:

- Les presenten en 5 etapes diferenciades en funció de l'estat de les obres que, tot i no estar actualitzades en el moment que ens trobem de la licitació, sí que transmeten un domini de la metodologia de la planificació de la comunicació, que identifica diferents necessitats i missatges al llarg del projecte.

Fase 1: Preparació (2 mesos abans d'inici). En aquesta etapa ens proposen la creació d'un logotip i identitat visual, activitat que valorem allunyada del briefing on es traslladava la intencionalitat que la comunicació del projecte de Llevant es construís sota la marca ciutat com a eix vertebrador.

Mencionen accions adreçades a públics objectiu no abordats en l'apartat d'estratègia, com la premsa.

Fase 2: Tret de sortida del projecte (0-1 mes de les obres)

Fase 3: Construcció del nou barri (mes 2-mes 12 de les obres)

Fase 4: Etapa final (mes 13-17 de les obres).

Fase 5: Tancament i inauguracions (mes 18)

En general podem dir de l'aparat d'accions:

- Son completes i abarquen multiplicitat de canals i públics objectius.
- Es barregen accions i peces de comunicació. Pensem que si es plantegen diferenciades es poden identificar més varietat de peces per incloure a l'acció definida.
- Valorem positivament els nous canals d'informació proposats. Creiem que és una de les estratègies de comunicació a adoptar en aquest projecte: la personalització i diferenciació de canals propis.

Indicadors de seguiment:

- Presenten una bateria d'indicadors agrupats per:
 - Indicadors 'estratègia de presència en mitjans de comunicació
 - Web Ajuntament
 - XXSS pròpies
 - Campanyes Publicitàries
 - Microsite
 - Newsletter
 - Canal de Telegram
 - Podcast
 - Processos participatius

Tot i que la llista és molt àmplia, no estan descrits amb una intenció d'acompliment dels objectius de comunicació, que hauria estat l'exercici adient. No es diferencien per cap classificació útil com pot ser la d'indicadors de procés, progrés, o de gestió; comunicació o

impacte. Tampoc identifiquem el domini del seguiment amb indicadors sense cap referència a la necessitat de determinar un valor meta, una periodicitat per a recollir la informació, etc. Sí que es menciona la metodologia de recollida, en alguns casos, poc clara (presència en mitjans de comunicació: dossier de premsa de l'Ajuntament).

Proposta del Pla de Comunicació (25 punts màxim)	
Estratègia (8p. màxim)	5 punts
Principals accions (12p. màxim)	10 punts
Indicadors de seguiment (5p. màxim)	2 punt

Proposta de puntuació Pla de comunicació: 17 punts.

2. Proposta de guió i storyboard del vídeo promocional del projecte (fins a 20 punts)

Guió:

- El guió proposat per aquesta oferta s'adequa perfectament a un vídeo promocional del projecte, ja que utilitza un to molt emotiu i proper, a més de tenir un ritme molt dinàmic i àgil, i aconsegueix transmetre els avantatges i beneficis del projecte amb un resultat fresc i diferenciador.
- Es valora positivament que en el guió s'incloguin els chyrons o cartel·les que acompanyaran la locució, tot i que manda indicar els tipus de plànols que s'utilitzaran en cada moment

Storyboard:

- Està ben treballat i és molt complet detallant amb imatges reals el contingut audiovisual que es veurà en la reproducció de la peça, incloent elements gràfics, chyrons i cartel·les
- Proposa un grafisme cridaner que trenca una mica amb el llibre d'estil de la marca ciutat

Mostres de vídeos:

- Totes les mostres de referència proposades són de bona qualitat i s'adequen al tipo de peça audiovisual que busquem, incloses les desenvolupades per la pròpia empresa, que són les que s'han tingut en compte a l'hora de valorar aquest apartat.
- Destaca també positivament les musiques utilitzades, fresques i inspiradores, a més de les composicions i enfocs de plànols i la llum i el tractament de color de les imatges.

Proposta de guió i storyboard del vídeo (20 punts màxim)	
Guió (7p. màxim)	6 punts
Storyboard (10p. màxim)	8 punts
Mostres de vídeos (3p. màxim)	3 punts

Proposta Guió i Storyboard de vídeo promocional: 17 punts.

TOTAL PUNTUACIÓ LICITADOR 1 (SOBRE B i C)..... 89 punts

Licitador núm. 2: Moorning Cool Things S.L.U

Puntuació obtinguda per criteris d'aplicació automàtica..... 40,94 punts

Puntuació obtinguda per criteris subjectes a judici de valor34 punts

Puntuació TOTAL 74,94 punts**CRITERIS D'APLICACIÓ AUTOMÀTICA****Oferta econòmica (preu)****1.- Honoraris d'agència: 10 punts**

Aquesta empresa presenta una oferta de 10.000 €

S'aplicarà la fórmula:

$$P_i = P_{max} \times \left[\frac{(O_i - OT)}{(O_{min} - OT)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

Pi = Puntuació de l'oferta analitzada

Pmax = Puntuació màxima

Oi = Oferta de preu analitzada

OT = Oferta tipus (import de licitació)

Omin = Oferta admesa més econòmica

Per tant: $10 \times [(10.000 - 12.000) / (9.000 - 12.000)]^{\frac{1}{2}} = 8,1650$ punts.**2.- Disseny i producció de peces comunicatives : 30 punts**

Aquesta empresa presenta una oferta de 77.980 €

S'aplicarà la fórmula:

$$P_i = P_{max} \times \left[\frac{(O_i - OT)}{(O_{min} - OT)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

Pi = Puntuació de l'oferta analitzada

Pmax = Puntuació màxima

Oi = Oferta de preu analitzada

OT = Oferta tipus (import de licitació)

Omin = Oferta admesa més econòmica

Per tant: $30 \times [(77.980 - 92.725) / (74.665 - 92.725)]^{\frac{1}{2}} = 27,1072$ punts.**3.-Compra i gestió d'espais publicitaris..... 15 punts**

Aquesta empresa presenta una oferta de 14.000 €

S'aplicarà la fórmula:

$$P_i = P_{max} \times \left[\frac{(O_i - OT)}{(O_{min} - OT)} \right]^{\frac{1}{2}}$$

Pi = Puntuació de l'oferta analitzada
Pmax = Puntuació màxima
Oi = Oferta de preu analitzada
OT = Oferta tipus (import de licitació)
Omin = Oferta admesa més econòmica

Per tant: $30 \times [(14.000 - 15.000) / (8.000 - 15.000)]^{\frac{1}{2}} = 5,6695$ punts.

• Atesa la valoració continguda al present informe, el licitador número 2, **Moorning Cool Things S.L.U.**, ha obtingut en la suma dels criteris de valoració automàtica la puntuació de **40,9417 punts**

Total puntuació criteris d'aplicació automàtica.....	40,94 punts
------------------------------------------------------	-------------

CRITERIS SUBJECTES A JUDICI DE VALOR

Resum de la proposta:

L'empresa Moorning Cool Things, S.L.U. presenta dues memòries tècniques de màxim 6 pàgines, tal com es requeria en l'informe tècnic corresponent, en les que consta, de forma clara i endreçada, les dues propostes per realitzar la valoració tècnica. Una de les memòries inclou la proposta del Pla de comunicació del projecte amb les fases, el calendari i les principals accions i l'altra la proposta de guió i storyboard del vídeo promocional del projecte, així com diverses mostres de vídeos realitzats per il·lustrar l'estil proposat.

Concretament, la primera memòria es tracta d'un document metodològicament complet i amb els principals apartats de qualsevol document estratègic:

1. Missió
2. Objectius del Pla de comunicació
3. Targets
4. Missatge i To
5. Fases, Accions i Calendari
6. Indicadors i metodologies de seguiment

En el cas de la segona memòria, presenten un guió en el que es descriu l'estructura i tipologia de vídeo, els plànols i el to a emprar, així com el tancament amb els elements que inclouria. També presenta en detall el contingut de la narració en off. Pel que fa a l'Storyboard, desenvolupen amb detall el tipus de plànols i imatges que es veuria al vídeo mentre la veu en off va narrant el seu contingut. També presenten 4 mostres de vídeos realitzats per il·lustrar l'estil proposat.

Avaluació de la proposta:

1. Proposta del Pla de comunicació del projecte que inclogui les fases, el calendari i les principals accions (fins a 25 punts)

De l'anàlisi dels apartats inclosos en la memòria tècnica, podem extreure les següents valoracions tècniques:

Estratègia:

- L'estratègia proposada recull les principals prioritats indicades al briefing. No obstant, no es realitza una diagnosi prèvia, sinó que es parteix del propi briefing inicial.
- El seu plantejament comença amb la descripció de la proposta de missió del Pla de Llevant centrada en el desenvolupament de les persones, per relacionar-ho després amb la seva proposta de missatge general: Viu Llevant. En aquest punt dubtem si el mateix té caràcter d'eslògan publicitari o és una filosofia general del contingut que es desenvoluparà, un dubte que es resol a posteriori, en l'anàlisi del guió del vídeo promocional del projecte, on apareix aquesta frase com a missatge de tancament, però no inclòs en la gràfica de la marca de ciutat, per la qual cosa entenem que és un missatge que poden transmetre diferents peces i que és encertat per al projecte a aplicar.
- La formulació dels objectius generals del pla és correcta, tot i que manca especificar el període per aconseguir-los per ajudar a la planificació.
- A l'apartat de targets defineixen uns públics interns i externs, prioritzant els primers com a destinataris del projecte, cosa que ens ajudarà a classificar les accions. Es valora especialment la menció als empresaris. En canvi, es troba a faltar la inclusió dels mitjans de comunicació o públics clau com els públics interns de l'Ajuntament, entre d'altres. No s'especifica com es faria la identificació dels públics segons la segmentació per interessos que proposen.
- Les singularitats estan ben recollides. I es menciona també la cohesió amb la comunicació de la ciutat, malgrat que no s'entra en detall.
- Es valora adient, per la pròpia configuració d'aquest projecte, el to emocional i proper de la comunicació, que segons indiquen, s'adaptarà al canal. Trobem a faltar la sensibilitat de poder-ho adaptar també per públics.
- El calendari de fases és realista i executable.

Principals accions:

- La memòria proposa una bona definició d'accions amb una seqüència de fases coherent. Es valora positivament que les accions proposades utilitzen els canals de comunicació actuals i els amplia amb noves propostes. Barreja accions més conservadores amb accions més diferencials com els podcasts o el scape room.
- Hi ha accions externes que no serien competència d'un Pla de Comunicació corporatiu, com la cursa de descoberta per l'espai natura, tot i que es valora de manera positiva perquè pot ser una forma de posar en valor un dels trets característics del nou barri. També es valora positivament l'acció de Publicity, però manca el seu desenvolupament, així com la inclusió de la mateixa a les fases 2,3 i 4.

Indicadors de seguiment del pla:

- Els indicadors de seguiment tenen un plantejament inicial correcte, formats per dades tant quantitatives com qualitatives, tot i que caldria haver incidit més en el seu desenvolupament i concreció.

Proposta del Pla de Comunicació (25 punts màxim)	
Estratègia (8p. màxim)	6 punts
Principals accions (12p. màxim)	10 punts
Indicadors de seguiment (5p. màxim)	3 punts

Proposta de puntuació Pla de comunicació: 19 punts.

2. Proposta de guió i storyboard del vídeo promocional del projecte (fins a 20 punts)

Guió:

- Es valora positivament que s'introdueixi el concepte "spot", com a voluntat de vídeo dinàmic i directe. L'off presentat, en canvi, no acaba de demostrar aquest punt amb profunditat.
- Tot i que en la proposta es descriu l'estructura del vídeo, el to i tipus de plànols a emprar, així com els elements que s'inclourien ("call to action", carteles, etc.), es fa d'una manera molt genèrica. El guió no està desenvolupat tècnicament, un fet que no permet imaginar-se per complet tots els detalls del resultat (moviments de plànols, de personatges, etc.)
- No s'especifica si s'aplicarà el llibre d'estil de la marca ciutat actual.
- El contingut de la narració en off és més racional que emotiu, un fet que sobta respecte de l'estratègia plantejada en el punt número 1 del Pla de Comunicació.

Storyboard:

- L'storyboard presentat permet imaginar molt bé el tipus de vídeo plantejat, amb les imatges que es volen incloure i s'adequa perfectament al plantejament descrit en el guió anterior.
- La incorporació de subtítols és molt positiva.

Mostres de vídeos:

- Les mostres de vídeos son de gran qualitat i s'intueix que amb aquest tipus d'audiovisuals seria factible aconseguir els objectius descrits als plecs corresponents, tal com es demanava.

Proposta de guió i storyboard del vídeo (20 punts màxim)	
Guió (7p. màxim)	5 punts
Storyboard (10p. màxim)	7 punts
Mostres de vídeos (3p. màxim)	3 punts

Proposta Guió i Storyboard de vídeo promocional: 15 punts.

CRITERIS SUBJECTES A JUDICI DE VALOR

Total puntuació criteris subjectes a judici de valor.....**34 punts**

TOTAL PUNTUACIÓ LICITADOR 2 (SOBRE B i C)..... 74,94 punts

S'adjunta com a annex núm. I el QUADRE RESUM PUNTUACIÓ SOBRE B I C PER ORDRE DE PRESENTACIÓ.

Atesa la valoració de la Mesa de Contractació, el licitador núm.1: EXTERNA COMUNICACIÓ, S.L.U. ha estat el que ha obtingut més puntuació en la suma dels criteris subjectes a judici de valor i criteris de valoració automàtica amb un total de 89 punts.

A la vista la documentació presentada en els sobres A, B i C de la licitació corresponent al procediment obert per a l'adjudicació dels serveis D'ELABORACIÓ I GESTIÓ DEL PLA DE COMUNICACIÓ DEL PLA DE LLEVANT, la Mesa de Contractació adopta els següents:

ACORDS

PRIMER.- APROVAR que, d'acord amb la valoració que es determina a la present proposta d'adjudicació, el **licitador número 1: EXTERNA COMUNICACIÓ, S.L.U.** és el que ha obtingut més puntuació en la suma dels criteris subjectes a judici de valor i criteris de valoració automàtica amb un total de 89 punts d'acord amb el desglossament detallat en aquesta proposta.

SEGON.- PROPOSAR A L'ÒRGAN DE CONTRACTACIÓ L'ADJUDICACIÓ del contracte de serveis D'ELABORACIÓ I GESTIÓ DEL PLA DE COMUNICACIÓ DEL PLA DE LLEVANT per un import de **NORANTA-UN MIL SIS-CENTS SEIXANTA-CINC EUROS (91.665´,00€), IVA exclòs**, atès que és el que ha obtingut la millor puntuació en la suma dels criteris subjectes a judici de valor i criteris de valoració automàtica, amb un total de 89 punts.

Un cop finalitzat l'acte, el president el dóna per acabat i signa aquesta acta juntament amb la secretària i els vocals.

**Sr. Emili Galisteo
Rodriguez**
President

**Sr. Albert Rodriguez
Villarreal**
Vocal

**Sr. Albert Diaz
Menéndez**
Vocal

**Sra. Silvia Castro
Serres**
Secretària

ANNEX I. QUADRE RESUM PUNTUACIÓ SOBRE B I C PER ORDRE DE PRESENTACIÓ I PER PUNTUACIÓ

	VALORACIÓ SOBRE B CRITERIS FONAMENTATS EN JUDICI DE VALOR							VALORACIÓ SOBRE C CRITERIS D'APLICACIÓ AUTOMÀTICA			PUNTUACIÓ TOTAL
	1. PLA DE COMUNICACIÓ De 0 a 25 punts			2. GUIÓ I STORYBOARD DEL VÍDEO PROMOCIONAL DEL PROJECTE De 0 a 20 punts			TOTAL PUNTUACIÓ TÈCNICA	OFERTA ECONÒMICA	BADA %	PUNTUACIÓ ECONÒMICA	
	Estratègia	Principals accions	Indicadors de seguiment	Guió	Storyboard	Mostres de vídeo					
Externa Comunicació SLU	5,00	10,00	2,00	6,00	8,00	3,00	34,00	91.665,00	23,44%	55,00	89,00
Moorning Cool Things S.L.U	6,00	10,00	3,00	5,00	7,00	3,00	34,00	101.980,00	14,82%	40,94	74,94