

RESOLUCIÓ ADJUDICACIÓ

PROCEDIMENT NEGOCIAT SENSE PUBLICITAT DELS SERVEIS DE COMUNICACIÓ DE L'AMPLIACIÓ DE LA ZONA D'ESTACIONAMENT REGULAT I LA IMPLANTACIÓ DE LA ZONA DE BAIXES EMISSIONS A VILADECANS FINANÇAT EN EL MARC DEL PLA DE RECUPERACIÓ TRANSFORMACIÓ I RESILIÈNCIA AMB FONS NEXT GENERATION EU

LLOC	Viladecans	NOM PROJECTE	Comunicació ZER i ZBE
DATA	30 de novembre de 2022	CODI PROJECTE	22.261

ALICIA VALLE CANTALEJO, en la seva condició de Consellera Delegada de **S.P.M. VILADECANS QUALITAT, S.L.**,

EXPOSA

Atès que en data 14 de juliol de 2022 es va acordar l'inici d'expedient de la licitació mitjançant procediment negociat sense publicitat per a la contractació del servei de comunicació de l'ampliació de la zona d'estacionament regulat i la implantació de la zona de baixes emissions a Viladecans finançat en el marc del Pla de Recuperació Transformació i Resiliència amb fons NextGenerationEU.

Atès que tal com consta a l'aprovació de l'expedient, en el present procediment en aplicació de l'establert al article 326.11 LCSP no s constitueix mesa de contractació, actuant l'òrgan de contractació assistit dels seus serveis tècnics.

Atès que en data 30 de setembre de 2022 es va aprovar l'expedient de la referida contractació, i es va convidar als següents licitadors al present procediment:

CONVIDAT nº 1	
EMPRESA:	ELEVEN ADWORKS, SL
PERSONA DE CONTACTE:	Pep Llechà

CONVIDAT nº 2	
EMPRESA:	ALEJANDRA DIOS MÁRQUEZ
PERSONA DE CONTACTE:	Alejandra Dios Márquez

CONVIDAT nº 3	
EMPRESA:	LA PINZA AGENCIA CREATIVA
PERSONA DE CONTACTE:	Óscar Martínez

CONVIDAT nº 4	
EMPRESA:	JORDI ALONSO
PERSONA DE CONTACTE:	Jordi Alonso

Atès que el termini per presentar oferta finalitzava el dia 17 d'octubre de 2022 a les 10:00 hores.

Atès que previ a la finalització del termini per presentar oferta al present procediment i no constant cap oferta presentada, es va advertir una errada material al document annex al plec

Finançat per:



AJUNTAMENT DE VILADECANS



número 4.1, contenidor del model per a presentar oferta econòmica per al lot número 1 corresponent al "Servei de creativitat, disseny gràfic producció i instal·lació dels elements de comunicació i difusió de la implantació de la zona de baixes emissions (ZBE) a Viladecans", motiu pel qual en data 17 d'octubre de 2022 es va procedir a resoldre per part de l'òrgan de contractació a corregir la errada material referenciada i a establir un nou termini per a la presentació d'ofertes.

Atès que en data 17 d'octubre de 2022 es va advertir als licitadors del error material detectat, facilitant-los de nou els models per presentar oferta econòmica amb les esmenes realitzades sobre l'annex 4.1 així com facilitant-los també el Plec de Clàusules Administratives Particulars amb l'annex referenciat esmenat i indicant que:

"A aquets efectes s'informa als licitadors que:

1. Es facilita de nou als licitadors els models d'annex que hauran de presentar per a realitzar l'oferta econòmica del lot 1 i del lot 2.
2. Es procedeix a ampliar el termini per a presentar oferta en 3 dies hàbils, finint els mateix el dia 20 d'octubre a les 14:00
3. Es facilita el Plec de clàusules administratives particulars (PCAP) esmenat."

Atès que es va establir un nou termini de presentació d'ofertes que finalitzava el dia 20 d'octubre de 2022 a les 14:00 hores.

Atès que en data 20 d'octubre de 2022 es va procedir a l'obertura de les ofertes presentades per optar a l'adjudicació del servei de comunicació de l'ampliació de la zona d'estacionament regulat i la implantació de la zona de baixes emissions a Viladecans.

Atès que les ofertes presentades per a prendre part de la present licitació han estat:

Licitador núm. 1: ALEJANDRA DIOS MARQUEZ

Data presentació: 19/10/2022 a les 16:43H

Identificador (NIF): 52913021A

Licitador núm. 2: MOORNING COOL THINGS, S.L

Data presentació: 19/10/2022 a les 18:22h

Identificador (NIF): A62301338

Licitador núm. 3: ELEVEN ADWORKS

Data presentació: 20/10/2022 a les 10:44h

Identificador (NIF): B61509832

Atès que vistes les empreses que s'han convidat a la licitació, s'adverteix que la persona de contacte corresponent al convidat número 3, **LA PINZA AGENCIA CREATIVA**, el **Sr. Oscar Martínez, presenta oferta** per a la societat **MOORNING COOL THINGS, S.**

Atès que es va considerar necessari aclarir l'anterior abans de procedir a la qualificació de la documentació administrativa general, en data 17 de novembre de 2022, l'òrgan de contractació va acordar requerir al **Sr. Oscar Martínez** per el termini d'1 dia hàbil per aclarir si presentava oferta per al licitador convidat al procediment LA PINZA AGENCIA CREATIVA aclarint la relació d'aquesta amb la mercantil MORNING COOL THINGS, S.L. si fos existent o bé si sol·licitava l'admissió d'un licitador no convidat al present procediment.

Atès que en data 18 de novembre de 2022 a les 7:45 s'evacua el requeriment referenciat mitjançant declaració responsable validament signada manifestant que "LA PINZA AGENCIA CREATIVA" es la denominació comercial de la mercantil MOORNING COOL THINGS, S.L.

Finançat per:



Atès que en data 21 de novembre de 2022 s'ha procedit al anàlisi de la documentació presentada al sobre A, acordant-se el següent:

“Primer.- S'acorda declarar admeses a la licitació per al LOT número 1, “Lot 1: Servei de creativitat, disseny gràfic, producció i instal·lació dels elements de comunicació i difusió de la implantació de la zona de baixes emissions (ZBE) a Viladecans” als següents licitadors al haver presentat la documentació administrativa de conformitat amb el previst al PCAP:

Licitador núm. 1: ALEJANDRA DIOS MARQUEZ

Data presentació: 19/10/2022 a les 16:43H

Identificador (NIF): 52913021A

Licitador núm. 2: MORNING COOL THINGS, S.L

Data presentació: 19/10/2022 a les 18:22h

Identificador (NIF): A62301338

Licitador núm. 3: ELEVEN ADWORKS

Data presentació: 20/10/2022 a les 10:44h

Identificador (NIF): B61509832

Segon.- S'acorda declarar admeses a la licitació per al LOT número 2 “Lot 2: Servei de creativitat, disseny gràfic, producció i instal·lació dels elements de comunicació i difusió de l'ampliació de la zona d'estacionament regulat (ZER) a Viladecans” als següents licitadors al haver presentat la documentació administrativa de conformitat amb el previst al PCAP:

Licitador núm. 1: ALEJANDRA DIOS MARQUEZ

Data presentació: 19/10/2022 a les 16:43H

Identificador (NIF): 52913021A

Licitador núm. 2: MORNING COOL THINGS, S.L

Data presentació: 19/10/2022 a les 18:22h

Identificador (NIF): A62301338

Licitador núm. 3: ELEVEN ADWORKS

Data presentació: 20/10/2022 a les 10:44h

Identificador (NIF): B61509832”

Atès que en data 21 de novembre de 2022 s'ha procedit a l'obertura del sobre B i a la anàlisi de la documentació continguda al mateix, constatant-se al acta el següent:

Licitador núm. 1: ALEJANDRA DIOS MARQUEZ

Data presentació: 19/10/2022 a les 16:43H

Identificador (NIF): 52913021A

El licitador aporta una única memòria tècnica i un únic “Book de l'estudi” sota el títol “referències tècniques; procediment negociat sense publicitat per contractar els serveis de comunicació de l'ampliació de la zona d'estacionament regulat i la implantació de la zona de baixes emissions”, sense indicar en cap dels documents presentats a quin dels dos lots fan referència els mateixos.

Licitador núm. 2: MORNING COOL THINGS, S.L

Data presentació: 19/10/2022 a les 18:22h

Identificador (NIF): A62301338

Finançat per:



El licitador un arxiu contenidor de la proposta tècnica del Lot 1 i un arxiu contenidor de la proposta tècnica del Lot 2.

Licitador núm. 3: ELEVEN ADWORKS

Data presentació: 22/03/2021 a les 13:45h

Identificador (NIF): B61509832

El licitador un arxiu contenidor de la proposta tècnica del Lot 1 i un arxiu contenidor de la proposta tècnica del Lot 2.

Atès que al apartat 11.3 del Plec de Clàusules Administratives Particulars es disposa que:

“El contingut del sobre B és independent per a cada lot. A tal efecte, el licitador que es presenti a més d'un lot haurà de presentar aquesta documentació de forma independent per a cada lot.”

Atès que el licitador número 1 **ALEJANDRA DIOS MARQUEZ**, ha presentat un únic document de referències tècniques titulada “referències tècniques; procediment negociat sense publicitat per contractar els serveis de comunicació de l'ampliació de la zona d'estacionament regulat i la implantació de la zona de baixes emissions”, sense indicar a quin dels dos lots feia referència el document referenciat es va requerir a la mateixa perquè aclarís a quin dels dos lots feia referència previ donar trasllat al tècnic per a la valoració de la documentació tècnica presentada.

Atès que de la contestació al requeriment evacuada pel licitador número 1 en data 21 de novembre de 2022 l'òrgan de contractació no pot conèixer a quin dels dos lots ha de valorar l'únic arxiu presentat com a “sobre B” i atès que finalitzat el termini per a presentar oferta, l'òrgan de contractació no accepta documentació complementaria en tant que la falta de presentació de la memòria tècnica al present procediment no es subsanable, es va donar trasllat als serveis jurídics que assisteixen a l'òrgan de contractació perquè es manifestes al respecte.

Vist l'informe jurídic de data 24 de novembre de 2022 en el que es conclou que:

“Atès l'exposat i en aplicació dels fonaments de dret que consten al present informe, es conclou que en el procediment negociat sense publicitat per a la contractació dels serveis de comunicació de l'ampliació de la zona d'estacionament regulat i la implantació de la zona de baixes emissions a Viladecans, finançat en el marc del pla de Recuperació, Transformació i Resiliència amb fons Next Generation EU, procedeix la puntuació amb zero (0) punts dels criteris subjectes a judici de valor del Lot 1 i Lot 2, atès que ni de la documentació presentada pel licitador número 1 en el moment de presentació d'ofertes ni de les manifestacions efectuades pel mateix, a rel del requeriment efectuat en data 21 de novembre de 2022, pot deduir-se a quin dels dos lots s'ha d'imputar la documentació presentada, prenent en consideració que al PCAP es determina clarament que s'haurà de presentar la documentació tècnica de forma individualitzada per al lot 1 i per al lot 2”

Atès que en data 25 de novembre de 2021 es va acordar:

Primer.- Donar trasllat al tècnic de la documentació tècnica continguda al arxiu del sobre B presentats pels licitadors en el lot 1 i lot 2 a fi de que realitzi la valoració del contingut que obra als mateixos.

Finançat per:



Segon.- Puntuar amb 0 punts els criteris subjectes a judici de valor, corresponents al arxiu “sobre B” del licitador número 1, Sra. ALEJANDRA DIOS MARQUEZ, pels motius exposats al informe jurídic de data 24 de novembre de 2022.

Atès que en data 25 de novembre de 2022 s’ha emès informe pel tècnic responsable del contracte en que consta la següent valoració de la documentació tècnica continguda al sobre B:

El Plec de Clàusules Administratives estableix els següents criteris de valoració subjectes a judici de valor:

Lot 1. Servei de creativitat, disseny gràfic, producció i instal·lació dels elements de comunicació i difusió de la implantació de la ZBE de Viladecans

1. CRITERIS SUBJECTIUS SOTMESOS A JUDICI DE VALOR

Es valorarà la proposició tècnica en relació amb els criteris sotmesos a judici de valor d’acord amb els valors numèrics establerts per a cada criteri i subcriteri en el plec de clàusules administratives particulars, i posteriorment s’ordenaran les diferents propostes valorades per ordre decreixent, i s’aplicarà la fórmula següent per obtenir la puntuació:

$$P_{op} = P \times V_{Top} / V_{Tmt}$$

P_{op} = Puntuació de l’Oferta a Puntuar

P = Puntuació del criteri

V_{Top} = Valoració Tècnica de l’oferta que es Puntua

V_{Tmt} = Valoració Tècnica de l’oferta Millor Valorada

La fórmula s’aplica a cada criteri i, si escau, a cadascun dels subcriteris per separat, per després obtenir la puntuació total

Aspectes de disseny	10 punts
Facilitat en el reconeixement del missatge a transmetre	4 punts
Bona jerarquització dels elements per a la correcta assimilació del missatge a transmetre	2 punts
Bona utilització dels elements de disseny per garantir l’accessibilitat a la informació rellevant i d’utilitat	2 punts
Capacitat d’impacte visual i notorietat	4 punts
Disseny que aporti singularitat i projecció a la marca i/o projecte	2 punts
Solucions d’ús de la marca i/o projecte per a elements i suports no habituals (mobiliari, vehicles, peces de vestir, etc.)	2 punts
Nivell d’originalitat i creativitat	2 punts
Utilització de recursos no habituals (textures, suports, ús del color, etc.) per a la transmissió del missatge	1 punt
Bona resolució tècnica dels aspectes de creativitat que impliquin convivència de diferents llenguatges gràfics (fotografia, il·lustració, suports, manipulats, etc.)	1 punt
Aspectes comunicatius	5 punts
Transmissió adequada dels valors a comunicar	3 punts
Bona convivència dels elements estrictament gràfics amb els	2 punts

Finançat per:



<i>textos i missatges (jerarquització, tipografies, etc.)</i>		
<i>Ús de missatges concordants amb la imatge de marca i/o projecte concret a desenvolupar</i>	1 punt	
Adequació al públic objectiu	2 punts	
<i>Bona utilització i convivència dels elements gràfics i textos i missatges per la comunicació amb el públic objectiu (formats, tamanyes de tipografia, recursos de color, solucions de manipulats, etc.)</i>	1 punt	
<i>Capacitat d'implementació entre diversos públics</i>	1 punt	

- **Licitador 1**
- **Nom licitador: ALEJANDRA DIOS MARQUEZ**

CRITERIS DE JUDICI DE VALOR

Atès que el licitador número 1 aporta únicament un arxiu de documentació tècnica "sobre B" sense individualitzar ni identificar a quin dels dos lots s'ha d'imputar les referències tècniques.

Atès que en data 21 de novembre de 2022 es va requerir al licitador número 1, per a què manifestes a quin dels dos lots s'havia d'atribuir la documentació presentada, sense que de les manifestacions efectuades pel licitador pugui deduir-se l'atribució clara i inequívoca de la documentació a un lot.

Atès que l'apartat onzè subapartat tercer del plec de clàusules administratives que regeix la present licitació estableix de forma clara i inequívoca que la documentació a presentar al sobre B es independent per a cada lot ja que consta al mateix que

(..) "El contingut del sobre B és independent per a cada lot. A tal efecte, el licitador que es presenti a més d'un lot haurà de presentar aquesta documentació de forma independent per a cada lot. "

Atès que per l'anterior, no es possible conceixer a quin dels dos lots s'hauria d'imputar la valoració realitzada.

Vist l'informe jurídic de data 24 de novembre de 2022 que conclou:

"Atès l'exposat i en aplicació dels fonaments de dret que consten al present informe, es conclou que en el procediment negociat sense publicitat per a la contractació dels serveis de comunicació de l'ampliació de la zona d'estacionament regulat i la implantació de la zona de baixes emissions a Viladecans, finançat en el marc del pla de Recuperació, Transformació i Resiliència amb fons Next Generation EU, procedeix la puntuació amb zero (0) punts dels criteris subjectes a judici de valor del Lot 1 i Lot 2, atès que ni de la documentació presentada pel licitador número 1 en el moment de presentació d'ofertes ni de les manifestacions efectuades pel mateix, a rel del requeriment efectuat en data 21 de novembre de 2022, pot deduir-se a quin dels dos lots s'ha d'imputar la documentació presentada, prenent en consideració que al lot es determina clarament que s'haurà de

Finançat per:



presentar la documentació tècnica de forma individualitzada per al lot 1 i per al lot 2”

Es proposa puntuar amb 0 punts al licitador número 1 per a la valoració del sobre B del lot 1

- **Licitador 2**
- **Nom licitador: MOORNING COOL THINGS, S.L**

CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR

Resum de la proposta:

L'empresa LA PINZA AGÈNCIA CREATIVA presenta 3 feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Les 3 feines es presenten separades, afegint una explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines.

Amb aquesta presentació de les mostres es pot realitzar la valoració de forma adient, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

Avaluació de la proposta:

1. Aspectes de disseny. Fins a 10 punts

Facilitat en el reconeixement del missatge a transmetre (fins a 4 punts)

Bona jerarquitzaació dels elements per a la correcta assimilació del missatge a transmetre (fins a 2 punts)

Les diferents feines presentades treballen molt bé els diferents elements, amb jerarquies que busquen la correcta transmissió del missatge i un bon reconeixement del que es vol comunicar en cada cas. Totes les campanyes, amb necessitats bastant diferents entre sí, compten amb varietat de peces i suports, i l'adaptació dels dissenys a cadascuna està ben treballada per poder oferir el missatge correctament. Destaca la simplicitat de la campanya Premi Dona i Esport 2022, que amb l'ús de la il·lustració i la tipografia, aconsegueix un efecte molt elegant i a la vegada dinàmic.

Aquest enfoc de simplicitat i dinamisme es troba també a la campanya del Festival Al Carrer. Amb la utilització d'un element gràfic i una tipografia s'aconsegueix l'efecte de sorpresa i excepcionalitat del certamen, però sense distreure dels elements d'informació útil, com es pot apreciar en l'adaptació a Opi.

L'altra campanya, de la del Dia Internacional dels Museus, juga amb més elements, i un claim senzill però amb impacte. Tots els elements estan ben estructurats i ubicats per transmetre la idea de poder i creativitat que es pot trobar en els museus.

Les campanyes presentades mostren una bona jerarquitzaació dels elements per assolir l'objectiu comunicatiu general i una voluntat de simplicitat, molt adient per assolir els objectius comunicatius.

Proposta de puntuació: 2 punts.

Bona utilització dels elements de disseny per accedir a la informació rellevant i d'utilitat (fins a 2 punts)

Les 3 campanyes presentades compten amb diverses aplicacions, des de cartellera a Opis, passant per acreditacions, o adaptacions a premsa, per exemple. S'aprecia una bona utilització en els diferents elements de disseny i la seva utilitat per mantenir la jerarquia de la informació útil, sobretot a les campanyes de la del Dia Internacional dels Museus i el Festival Al Carrer. Els aspectes més intangibles, com l'emoció, la creativitat

Finançat per:



o l'esperit festiu, conviuen bé amb la informació d'utilitat per accedir a les activitats. La inclusió de recursos gràfics i il·lustracions o fotografies no interfereixen en el propòsit de comunicar els aspectes més pràctics de les diferents activitats. En aquesta darrera campanya, l'ús d'una tipografia cal·ligràfica molt clara també aporta rellevància a la informació útil.

Proposta de puntuació: 2 punts.

Capacitat d'impacte visual i notorietat (fins a 4 punts)

Disseny que aporti singularitat i projecció a la marca i/o projecte (fins a 2 punts)

Les 3 campanyes presentades per l'empresa licitadora destaquen pel seu impacte visual. En les campanyes del Premi Dona i Esport 2022 i Festival Al Carrer, l'impacte s'aconsegueix amb pocs elements i una gama cromàtica simple però efectiva.

És la campanya del Dia Internacional dels Museus la que compta amb una proposta més arriscada, aconseguint el seu objectiu a través d'un disseny en la adaptabilitat a les necessitats de cada campanya i amb un impacte visual i notorietat molt alt.

Totes tres campanyes funcionen molt bé en les diferents adaptacions, sense perdre coherència ni impacte i amb una transmissió de valor de marca molt correcte i positiu.

Potser es troba a faltar alguna mostra més d'adaptació a entorn digital, però la bona utilització dels elements en els formats offline, fan deduir que la seva translació a l'entorn digital tindrà bons resultats.

Els objectius de singularitat i projecció de marca s'assoleixen correctament.

Proposta de puntuació: 1,75 punts.

Solucions d'ús de la marca i/o projecte per a elements i suports no habituals (mobiliari, vehicles, peces de vestir, etc.) (fins a 2 punts)

Totes les campanyes presentades per l'empresa licitadora apliquen l'ús de la marca de forma correcta, sempre amb elegància i senzillesa, tot i que no es presenten mostres en suports menys habituals. A la campanya del Festival Al Carrer, es pot apreciar un bon ús de la solució per a les acreditacions.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Nivell de creativitat i originalitat (fins a 2 punts)

Utilització de recursos no habituals (textures, suports, ús del color, etc.) per a la transmissió del missatge (fins a 1 punt)

Totes les campanyes presentades per l'empresa licitadora apliquen recursos bastant habituals de forma correcta. Destaca l'ús del color, com a bon complement per dotar de més força i recolzar la transmissió del missatge emocional i intangible, però també de les idees força de les campanyes.

En aquest apartat també destaca la feina feta a la campanya del Dia Internacional dels Museus, on el color de l'explosió creativa conviu molt bé amb els de les diferents tipografies i l'ús de la roba de les imatges com a fons per al claim.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Bona resolució tècnica dels aspectes de creativitat que impliquin convivència de diferents llenguatges gràfics (fotografia, il·lustració, suports, manipulats, etc.) (fins a 1 punt)

A nivell tècnic, totes les feines presentades per l'empresa licitadora mantenen un alt nivell, sobretot la del Dia Internacional dels Museus que implica més complexitat i un ús més variat de tipografies, imatge i recursos gràfics. La convivència d'elements en els dissenys presentats és bona, i la resolució tècnica és molt bona. La integració i coherència dels treballs es soluciona de forma molt destacable tècnicament.

L'ús dels elements de disseny i la seva convivència és molt bona en totes les mostres presentades.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Finançat per:



Proposta de puntuació Aspectes de disseny: 8,75 punts.

2. Aspectes de comunicació. Fins a 5 punts

Transmissió adequada dels valors a comunicar (fins a 3 punts)

Bona convivència dels elements estrictament gràfics amb els textos i missatges (jerarquització, tipografies, etc.) (fins a 2 punts)

Les 3 feines presentades per LA PINZA AGÈNCIA CREATIVA mostren una bona adaptació dels elements en les creativitats per transmetre el missatge i els valors de cadascuna de les campanyes. Hi ha un bon equilibri entre tots els elements per aconseguir un disseny clar i net, amb bona jerarquització de tots els elements i l'ús cuidat de les tipografies, un punt on l'empresa licitadora destaca.

El bon ús d'aquests elements fan que les campanyes siguin coherents i amb una correcta transmissió del què es vol comunicar.

Proposta de puntuació: 2 punts.

Ús de missatges concordants amb la imatge de marca i/o projecte concret a desenvolupar (fins a 1 punt)

En les mostres presentades s'aprecia una adequació dels missatges amb la imatge de marca de les activitats. Les feines presentades tenen una unitat entre els missatges i els recursos i solucions gràfiques per assolir la coherència amb el que es vol comunicar. L'equilibri que mostren els treballs presentats és correcte.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Adequació al públic objectiu (fins a 2 punts)

Bona utilització i convivència dels elements gràfics i textos i missatges per la comunicació amb el públic objectiu (formats, tamanys de tipografia, recursos de color, solucions de manipulació, etc.) (fins a 1 punt)

Les campanyes presentades per LA PINZA AGÈNCIA CREATIVA es dirigeixen a públics amplis i variats. Les 3 feines presentades mostren coherència en la utilització dels diferents recursos per arribar als públics objectius, incidint en el públic des de diferents premisses comunicatives i amb diferents intencionalitats emocionals. Les solucions creatives triades són útils per transmetre els missatges amb unitat i mantenint l'estil de l'agència.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Capacitat d'implementació en diferents públics (fins a 1 punt)

Les propostes de La Pinza Agència Creativa es dirigeixen a públics molt heterogenis i amplis. Els dissenys i solucions creatives primen l'efectivitat a través de simplificar la proposta mantenint elegància i amb un estil modern. D'aquesta manera, la implementació en nous públics resulta possible ja que es parteix d'una base on sumar elements o a través de petits retocs, es pot variar la proposta en diferents direccions.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Proposta Aspectes de comunicació: 5 punts.

PROPOSTA DE PUNTUACIÓ CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR: 13,75 punts

Finançat per:



- **Licitador 3**
- **Nom licitador: ELEVEN ADWORKS SL**

CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR

Resum de la proposta:

L'empresa ELEVEN ADWORKS SL presenta 5 feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Les 5 feines es presenten separades, afegint una explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. En algunes de les presentacions s'adjunten links a vídeos d'algunes aplicacions o teasers de les campanyes.

Amb aquesta presentació de les mostres es pot realitzar la valoració de forma adient, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

Avaluació de la proposta:

2. Aspectes de disseny. Fins a 10 punts

Facilitat en el reconeixement del missatge a transmetre (fins a 4 punts)

Bona jerarquitzaió dels elements per a la correcta assimilació del missatge a transmetre (fins a 2 punts)

Les diferents feines presentades treballen molt bé els diferents elements, amb jerarquies que busquen la correcta transmissió del missatge i un bon reconeixement del que es vol comunicar en cada cas. Totes les campanyes, amb necessitats molt diferents entre sí, compten amb varietat de peces i suports, i l'adaptació dels dissenys a cadascuna està ben treballada per poder traslladar el missatge correctament. Destaca l'adaptació en l'ús de diferents elements segons campanya i les seves jerarquies. Per exemple, l'ús d'imatges de futbolistes destacats del FC. Barcelona en la campanya de Futbolnet contrasta amb l'ús de recursos més tipogràfics en les campanyes de Coffee Mixers o ESADE. Els diferents enfoc creatius es reflecteixen correctament en aquest sentit, dotant de coherència a les campanyes.

En general les campanyes presentades mostren una bona jerarquitzaió dels elements per assolir l'objectiu comunicatiu general i molta flexibilitat en l'enfoc creatiu, sempre al servei dels objectius comunicatius.

Proposta de puntuació: 2 punts.

Bona utilització dels elements de disseny per accedir a la informació rellevant i d'utilitat (fins a 2 punts)

Les 5 campanyes presentades compten amb moltes aplicacions, des de cartelleria, banners, passant per bosses, corporis, il·luminació LED... En un principi això fa més complexa la feina creativa per accedir a la informació rellevant o d'utilitat. Les campanyes presentades a més, han d'equilibrar la part aspiracional i emocional (FutbolNet, ESADE o Coffee Mixers) amb la pròpiament informativa i les solucions aportades per Eleven Adworks són molt bones en tots els casos, mantenint l'equilibri entre els elements. En general els dissenys presentats són clars i permeten un bon accés a la informació rellevant. Potser la feina on hi ha més elements que poden distreure l'atenció és en algunes aplicacions de Futbolnet, on el reclam de cares molt conegudes compleix amb l'objectiu de cridar l'atenció, però no en l'accés a la informació rellevant. En tot cas, aquestes peces són les menys informatives, i en la resta d'aplicacions de la campanya, l'accés a la informació útil i rellevant és molt bona.

Proposta de puntuació: 2 punts.

Finançat per:



Capacitat d'impacte visual i notorietat (fins a 4 punts)

Disseny que aporti singularitat i projecció a la marca i/o projecte (fins a 2 punts)

L'empresa licitadora destaca en la adaptabilitat a les necessitats de cada campanya i amb un impacte visual i notorietat molt alt. Com ja s'ha comentat, la campanya FutbolNet compta amb l'avantatge de la utilització de futbolistes reconeguts arreu del món, i suposa un cas apart per tenir recursos no creatius de singularitat molt impactants. En la resta de campanyes, el treball és molt bo, destacant la campanya de la Plataforma per la Llengua i ESADE. Ambdues campanyes tenen un alt impacte visual, l'ús d'un element com un tomàquet a la de la Plataforma per la Llengua i les diferents conceptualitzacions i resolucions pràctiques a ESADE aporten molta singularitat a les marques, i en el cas de la campanya de la Plataforma per la Llengua a més, un posicionament molt original.

La campanya del Tamarit Beach Resort, amb una conceptualització menys trencadora, té solucions de marca molt interessants, que també ajuden a un posicionament i una projecció molt positiva.

Les solucions presentades per l'empresa licitadora, mostren una voluntat de singularitat i originalitat molt ben assolida en les campanyes aportades.

Proposta de puntuació: 2 punts.

Solucions d'ús de la marca i/o projecte per a elements i suports no habituals (mobiliari, vehicles, peces de vestir, etc.) (fins a 2 punts)

En aquest apartat, les feines presentades per Eleven Adworks mostren uns enfocaments en l'ús d'elements no habituals és intrínsec a les campanyes. Totes les campanyes tenen aplicacions en suports com bosses, parets, poming, samarretes, pins, stands o fins i tot aplicacions en il·luminació LED, amb unes solucions molt bones. Eleven Adworks destaca per l'excel·lent aplicació de les diferents marques en aquests suports, que ajuden a un millor posicionament i impacte. Algunes solucions, principalment en la campanya d'ESADE són molt bones, tenint en compte la dificultat conceptual de la feina per traslladar-la a suports menys habituals. Aquest és un dels punts més destacables de l'empresa licitadora.

Proposta de puntuació: 2 punt.

Nivell de creativitat i originalitat (fins a 2 punts)

Utilització de recursos no habituals (textures, suports, ús del color, etc.) per a la transmissió del missatge (fins a 1 punt)

Com ja s'ha comentat, l'empresa licitadora destaca en la utilització de recursos i suports menys habituals. En les cinc campanyes presentades, la utilització de recursos no habituals forma part del propi enfocament creatiu de la feina, i a excepció de la campanya FutbolNet, que té els condicionants dels colors del FC. Barcelona com a base, la versatilitat en l'ús de recursos és molt bona i coherent en el resultat final.

El reforç al missatge és molt positiu amb l'ús d'aquests recursos, i torna a destacar la feina feta a la campanya d'ESADE, molt variada i perfectament aplicada per transmetre el missatge de cadascuna de les àrees a les que fa referència.

Totes les solucions, a més, no interfereixen en la transmissió del missatge, equilibrant perfectament la intenció d'impacte i el missatge final.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Bona resolució tècnica dels aspectes de creativitat que impliquin convivència de diferents llenguatges gràfics (fotografia, il·lustració, suports, manipulats, etc.) (fins a 1 punt)

A nivell tècnic, totes les feines presentades per l'empresa licitadora mantenen un alt nivell, sobretot en les que impliquen més complexitat. La convivència d'elements en els dissenys presentats és bona, i la resolució tècnica en els més complicats com són ESADE o FutbolNet és també molt bona.

Finançat per:



Les solucions més arriscades, com els troquelats de la campanya d'ESADE Be a Creativist o l'ús de tipografia il·luminada en Light up your future, també dintre de la campanya d'ESADE, tenen molt bona resolució tècnica i de producció, mostrant la capacitat de l'empresa licitadora en aquest aspecte.

L'ús dels elements de disseny i la seva convivència és molt bona en totes les mostres presentades.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Proposta de puntuació Aspectes de disseny: 10 punts.

2. Aspectes de comunicació. Fins a 5 punts

Transmissió adequada dels valors a comunicar (fins a 3 punts)

Bona convivència dels elements estrictament gràfics amb els textos i missatges (jerarquització, tipografies, etc.) (fins a 2 punts)

Les cinc feines presentades per l'empresa licitadora mostren la bona adaptació dels elements en les creativitats per transmetre el missatge i els valors de cadascuna de les campanyes. Hi destaca el bon equilibri en l'ús dels recursos i un bon enfoc de partida en l'elecció d'aquests recursos. En els casos on hi ha més informació variada a comunicar, FutbolNet, Plataforma per la Llengua o ESADE, les solucions aportades són molt bones, modificant el pes de la part gràfica o textual segons necessitat, sense que repercuteixi negativament en la coherència general de la campanya, i mantenint molt bons nivells d'impacte visual.

Proposta de puntuació: 2 punts.

Ús de missatges concordants amb la imatge de marca i/o projecte concret a desenvolupar (fins a 1 punt)

Les diferents feines presentades mostren un ús correcte dels missatges i coherència amb la imatge de la marca o el projecte. L'ús dels recursos, en alguns casos imatge fotogràfica, en altres il·lustració o tipografia, i en altres una utilització mixta, és coherent amb el que es vol comunicar, i en general manté un bon equilibri que ajuda al posicionament correcte de la marca, o a la comunicació dels projectes presentats.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Adequació al públic objectiu (fins a 2 punts)

Bona utilització i convivència dels elements gràfics i textos i missatges per la comunicació amb el públic objectiu (formats, tamany de tipografia, recursos de color, solucions de manipulació, etc.) (fins a 1 punt)

Les campanyes presentades per Eleven Adworks SL solucionen correctament les diferents necessitats dels públics objectius. Cal destacar que alguna campanya com la de Coffee Mixers implica la creació d'un nou públic per a la marca, gràcies a la campanya de comunicació, i la resolució és molt bona. L'ús dels elements gràfics i els missatges són adients per a la tipologia de públic que es busca, recolzat amb treball a nivell fotogràfic amb aquesta intencionalitat.

Totes les campanyes utilitzen varietat de recursos, amb una bona convivència entre ells, i es podria dir que és un segell de l'empresa licitadora comptar amb un ventall de suports i aplicacions per ajudar a reforçar el missatge als públics objectius de cada campanya.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Capacitat d'implementació en diferents públics (fins a 1 punt)

A causa de la gran quantitat de recursos utilitzats i dels suports originals de totes les campanyes presentades, la capacitat d'impacte visual és molt alta, i això pot ajudar a facilitar la implementació en nous públics, a través de la resta de solucions de disseny

Finançat per:



proposades. En aquest cas, totes les campanyes tenen aquesta capacitat, tot i que les més dirigides a públics més tancats, per exemple ESADE, es treballen limitant aquestes possibilitats. Novament, les feines presentades en aquest dossier tenen una molt bona resolució.

Proposta de puntuació: 1 punts.

Proposta Aspectes de comunicació: 5 punts.

PROPOSTA DE PUNTUACIÓ CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR: 15 punts

Lot 1: Servei de creativitat, disseny gràfic, producció i instal·lació dels elements de comunicació i difusió de la implantació de la ZBE de Viladecans

LICITADOR 1: Alejandra Dios Márquez **12,50**
PUNTS

	PUNTUACIÓ MÀXIMA POSSIBLE	PUNTUACIÓ OBTINGUDA	RESUM PUNTUACIÓ OBTINGUDA
ASPECTES DE DISSENY	10,00	0,00	0,00
ASPECTES DE COMUNICACIÓ	5,00	0,00	0,00

LICITADOR 2: La Pinza Agència Creativa **13,75**
PUNTS

	PUNTUACIÓ MÀXIMA POSSIBLE	PUNTUACIÓ OBTINGUDA	RESUM PUNTUACIÓ OBTINGUDA
ASPECTES DE DISSENY	10,00	8,75	8,75
ASPECTES DE COMUNICACIÓ	5,00	5,00	5,00

LICITADOR 3: Eleven Adworks SL **15,00**
PUNTS

	PUNTUACIÓ MÀXIMA POSSIBLE	PUNTUACIÓ OBTINGUDA	RESUM PUNTUACIÓ OBTINGUDA
ASPECTES DE DISSENY	10,00	10,00	10,00
ASPECTES DE COMUNICACIÓ	5,00	5,00	5,00

Lot 2. Servei de creativitat, disseny gràfic, producció i instal·lació dels elements de comunicació i difusió de l'ampliació de la ZER de Viladecans

2. CRITERIS SUBJECTIUS SOTMESOS A JUDICI DE VALOR

Es valorarà la proposició tècnica en relació amb els criteris sotmesos a judici de valor d'acord amb els valors numèrics establerts per a cada criteri i subcriteri en el plec de clàusules administratives particulars, i posteriorment s'ordenaran les

Finançat per:



diferents propostes valorades per ordre decreixent, i s'aplicarà la fórmula següent per obtenir la puntuació:

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

Pop = Puntuació de l'Oferta a Puntuar

P = Puntuació del criteri

VT_{op} = Valoració Tècnica de l'oferta que es Puntua

VT_{mt} = Valoració Tècnica de l'oferta Millor Valorada

La fórmula s'aplica a cada criteri i, si escau, a cadascun dels subcriteris per separat, per després obtenir la puntuació total

Aspectes de disseny	10 punts
Facilitat en el reconeixement del missatge a transmetre	4 punts
Bona jerarquització dels elements per a la correcta assimilació del missatge a transmetre	2 punts
Bona utilització dels elements de disseny per garantir l'accessibilitat a la informació rellevant i d'utilitat	2 punts
Capacitat d'impacte visual i notorietat	4 punts
Disseny que aporti singularitat i projecció a la marca i/o projecte	2 punts
Solucions d'ús de la marca i/o projecte per a elements i suports no habituals (mobiliari, vehicles, peces de vestir, etc.)	2 punts
Nivell d'originalitat i creativitat	2 punts
Utilització de recursos no habituals (textures, suports, ús del color, etc.) per a la transmissió del missatge	1 punt
Bona resolució tècnica dels aspectes de creativitat que impliquin convivència de diferents llenguatges gràfics (fotografia, il·lustració, suports, manipulats, etc.)	1 punt

Aspectes comunicatius	5 punts
Transmissió adequada dels valors a comunicar	3 punts
Bona convivència dels elements estrictament gràfics amb els textos i missatges (jerarquització, tipografies, etc.)	2 punts
Ús de missatges concordants amb la imatge de marca i/o projecte concret a desenvolupar	1 punt
Adequació al públic objectiu	2 punts
Bona utilització i convivència dels elements gràfics i textos i missatges per la comunicació amb el públic objectiu (formats, tamany de tipografia, recursos de color, solucions de manipulats, etc.)	1 punt
Capacitat d'implementació entre diversos públics	1 punt

Finançat per:



AJUNTAMENT DE VILADECANS



viladecansqualitat
empresa municipal de viladecans

- **Licitador 1**
- **Nom licitador: ALEJANDRA DIOS MARQUEZ**

CRITERIS DE JUDICI DE VALOR

Atès que el licitador número 1 aporta únicament un arxiu de documentació tècnica “sobre B” sense individualitzar ni identificar a quin dels dos lots s’ha d’imputar les referències tècniques.

Atès que en data 21 de novembre de 2022 es va requerir al licitador número 1, per a què manifestes a quin dels dos lots s’havia d’atribuir la documentació presentada, sense que de les manifestacions efectuades pel licitador pugui deduir-se l’atribució clara i inequívoca de la documentació a un lot.

Atès que l’apartat onzè subapartat tercer del plec de clàusules administratives que regeix la present licitació estableix de forma clara i inequívoca que la documentació a presentar al sobre B es independent per a cada lot ja que consta al mateix que

(..) “El contingut del sobre B és independent per a cada lot. A tal efecte, el licitador que es presenti a més d’un lot haurà de presentar aquesta documentació de forma independent per a cada lot. “

Atès que per l’anterior, no es possible conceixer a quin dels dos lots s’hauria d’imputar la valoració realitzada.

Vist l’informe jurídic de data 24 de novembre de 2022 que conclou:

“Atès l’exposat i en aplicació dels fonaments de dret que consten al present informe, es conclou que en el procediment negociat sense publicitat per a la contractació dels serveis de comunicació de l’ampliació de la zona d’estacionament regulat i la implantació de la zona de baixes emissions a Viladecans, finançat en el marc del pla de Recuperació, Transformació i Resiliència amb fons Next Generation EU, procedeix la puntuació amb zero (0) punts dels criteris subjectes a judici de valor del Lot 1 i Lot 2, atès que ni de la documentació presentada pel licitador número 1 en el moment de presentació d’ofertes ni de les manifestacions efectuades pel mateix, a rel del requeriment efectuat en data 21 de novembre de 2022, pot deduir-se a quin dels dos lots s’ha d’imputar la documentació presentada, prenent en consideració que al lot es determina clarament que s’haurà de presentar la documentació tècnica de forma individualitzada per al lot 1 i per al lot 2”

Es proposa puntuar amb 0 punts al licitador número 1 per a la valoració del sobre B del lot 2

Finançat per:



- **Licitador 2**
- **Nom licitador: MOORNING COOL THINGS, S.L.**

CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR

Resum de la proposta:

L'empresa LA PINZA AGÈNCIA CREATIVA presenta 3 feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Les 3 feines es presenten separades, afegint una explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines.

Amb aquesta presentació de les mostres es pot realitzar la valoració de forma adient, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

Avaluació de la proposta:

3. Aspectes de disseny. Fins a 10 punts

Facilitat en el reconeixement del missatge a transmetre (fins a 4 punts)

Bona jerarquitzaació dels elements per a la correcta assimilació del missatge a transmetre (fins a 2 punts)

Les diferents feines presentades treballen molt bé els diferents elements, amb jerarquies que busquen la correcta transmissió del missatge i un bon reconeixement del que es vol comunicar en cada cas. Totes les campanyes, amb necessitats bastant diferents entre sí, compten amb varietat de peces i suports, i l'adaptació dels dissenys a cadascuna està ben treballada per poder oferir el missatge correctament. Destaca la campanya Espai Concilia, que amb l'ús de la il·lustració i la tipografia, aconsegueix un efecte dinàmic i amb bona transmissió dels valors de la campanya.

Aquest enfoc de dinamisme es troba també a la campanya de la Cursa de Bombers de Barcelona, que amb l'element fotogràfic explica molt bé el concepte de la cursa, amb bona convivència amb la tipografia, mostrant la idea de la campanya perfectament.

L'altra campanya, de la de Ciència al Carrer, juga amb més elements gràfics, i un claim senzill però amb impacte, i una informació útil que ajuda a entendre el contingut de les diferents activitats.

Les campanyes presentades mostren una bona jerarquitzaació dels elements per assolir l'objectiu comunicatiu general i una voluntat de simplicitat, molt adient per assolir els objectius comunicatius.

Proposta de puntuació: 2 punts.

Bona utilització dels elements de disseny per accedir a la informació rellevant i d'utilitat (fins a 2 punts)

Les 3 campanyes presentades compten amb diverses aplicacions, des de cartellera a Opis, passant per banderoles, o adaptacions a elements com gorres o bidons, per exemple. S'aprecia en totes les campanyes una bona utilització en els diferents elements de disseny i la seva utilitat per mantenir la jerarquia de la informació útil. Els aspectes més intangibles, com el temps de qualitat per a les dones de l'Espai Concilia, la superació o la utilitat pràctica de la ciència en la vida quotidiana, conviuen bé amb la informació d'utilitat per accedir a les activitats. La inclusió de recursos gràfics i il·lustracions o fotografies no interfereixen en el propòsit de comunicar els aspectes més pràctics de les diferents activitats, mantenint un bon equilibri en la seva rellevància i els aspectes més creatius de la campanya.

Proposta de puntuació: 2 punts.

Finançat per:



Capacitat d'impacte visual i notorietat (fins a 4 punts)

Disseny que aporti singularitat i projecció a la marca i/o projecte (fins a 2 punts)

Les 3 campanyes presentades per l'empresa licitadora destaquen pel seu impacte visual. En les campanyes de l'Espai Concilia i Ciència Al Carrer, l'impacte s'aconsegueix amb la utilització de la il·lustració i games cromàtiques efectives, molt ben integrades per aportar singularitat i reconeixement dels projectes.

Totes tres campanyes funcionen molt bé en les diferents adaptacions, sense perdre coherència ni impacte i amb una transmissió de valor de marca molt correcte i positiu.

Potser es troba a faltar alguna mostra d'adaptació a entorn digital, però la bona utilització dels elements en els formats offline, fan deduir que la seva translació a l'entorn digital tindrà bons resultats.

Els objectius de singularitat i projecció de marca s'assoleixen correctament.

Proposta de puntuació: 1,75 punts.

Solucions d'ús de la marca i/o projecte per a elements i suports no habituals (mobiliari, vehicles, peces de vestir, etc.) (fins a 2 punts)

Totes les campanyes presentades per l'empresa licitadora apliquen l'ús de la marca de forma correcta, sempre amb elegància i senzillesa. En els suports com la gorra, els bidons o els elements aplicats a mobiliari urbà de Ciència Al Carrer també s'aprecia aquest bon ús.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Nivell de creativitat i originalitat (fins a 2 punts)

Utilització de recursos no habituals (textures, suports, ús del color, etc.) per a la transmissió del missatge (fins a 1 punt)

Totes les campanyes presentades per l'empresa licitadora apliquen recursos bastant habituals de forma correcta. Destaca l'ús del color, com a bon complement per dotar de més força i recolzar la transmissió del missatge emocional i intangible, però també de les idees força de les campanyes.

En aquest apartat també destaca la feina feta a la campanya de Ciència al Carrer, on la selecció de colors conviu molt bé amb els de les diferents tipografies i els elements gràfics, aportant atractiu a la campanya.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Bona resolució tècnica dels aspectes de creativitat que impliquin convivència de diferents llenguatges gràfics (fotografia, il·lustració, suports, manipulats, etc.) (fins a 1 punt)

A nivell tècnic, totes les feines presentades per l'empresa licitadora mantenen un alt nivell, sobretot la de Ciència Al Carrer que implica més complexitat i un ús més variat d'imatge i recursos gràfics. La convivència d'elements en els dissenys presentats és bona, i la resolució tècnica és molt bona. La integració i coherència dels treballs es soluciona de forma molt destacable tècnicament.

L'ús dels elements de disseny i la seva convivència és molt bona en totes les mostres presentades.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Proposta de puntuació Aspectes de disseny: 8,75 punts.

2. Aspectes de comunicació. Fins a 5 punts

Transmissió adequada dels valors a comunicar (fins a 3 punts)

Bona convivència dels elements estrictament gràfics amb els textos i missatges (jerarquitització, tipografies, etc.) (fins a 2 punts)

Finançat per:



Les 3 feines presentades per LA PINZA AGÈNCIA CREATIVA mostren una bona adaptació dels elements en les creativitats per transmetre el missatge i els valors de cadascuna de les campanyes. Hi ha un bon equilibri entre tots els elements per aconseguir un disseny clar i net, amb bona jerarquitització de tots els elements i l'ús cuidat de les tipografies, un punt on l'empresa licitadora destaca.

El bon ús d'aquests elements fan que les campanyes siguin coherents i amb una correcta transmissió del què es vol comunicar.

Proposta de puntuació: 2 punts.

Ús de missatges concordants amb la imatge de marca i/o projecte concret a desenvolupar (fins a 1 punt)

En les mostres presentades s'aprecia una adequació dels missatges amb la imatge de marca de les activitats. Les feines presentades tenen una unitat entre els missatges i els recursos i solucions gràfiques per assolir la coherència amb el que es vol comunicar. L'equilibri que mostren els treballs presentats és correcte.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Adequació al públic objectiu (fins a 2 punts)

Bona utilització i convivència dels elements gràfics i textos i missatges per la comunicació amb el públic objectiu (formats, tamanyes de tipografia, recursos de color, solucions de manipulats, etc.) (fins a 1 punt)

Les campanyes presentades per LA PINZA AGÈNCIA CREATIVA es dirigeixen a públics amplis i variats. Les 3 feines presentades mostren coherència en la utilització dels diferents recursos per arribar als públics objectius, incidint en el públic des de diferents premisses comunicatives i amb diferents intencionalitats emocionals. Les solucions creatives triades són útils per transmetre els missatges amb unitat i mantenint l'estil de l'agència.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Capacitat d'implementació en diferents públics (fins a 1 punt)

Les propostes de La Pinza Agència Creativa es dirigeixen a públics molt heterogenis i amplis. Els dissenys i solucions creatives primen l'efectivitat a través de simplificar la proposta mantenint elegància i amb un estil modern. D'aquesta manera, la implementació en nous públics resulta possible ja que es parteix d'una base on sumar elements o a través de petits retocs, es pot variar la proposta en diferents direccions. Tot i això es troba a faltar alguna mostra en l'àmbit digital per valorar l'adaptació a públics.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Proposta Aspectes de comunicació: 5 punts.

PROPOSTA DE PUNTUACIÓ CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR: 13,75 punts

- **Licitador 3**
- **Nom licitador: ELEVEN ADWORKS SL**

Finançat per:



CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR

Resum de la proposta:

L'empresa ELEVEN ADWORKS SL presenta 5 feines diferents per a la valoració dels criteris avaluable fonamentats en judici de valor. Les 5 feines es presenten separades, afegint una explicació de cada campanya que contextualitza les necessitats de l'encàrrec i l'enfoc creatiu per cadascuna de les feines. En algunes de les presentacions s'adjunten links a vídeos d'algunes aplicacions o teasers de les campanyes.

Amb aquesta presentació de les mostres es pot realitzar la valoració de forma adient, aportant tota la informació necessària tant de context com amb mostres dels resultats finals.

Avaluació de la proposta:

4. Aspectes de disseny. Fins a 10 punts

Facilitat en el reconeixement del missatge a transmetre (fins a 4 punts)

Bona jerarquització dels elements per a la correcta assimilació del missatge a transmetre (fins a 2 punts)

Les diferents feines presentades treballen molt bé els diferents elements, amb jerarquies que busquen la correcta transmissió del missatge i un bon reconeixement del que es vol comunicar en cada cas. Totes les campanyes, amb necessitats molt diferents entre sí, compten amb varietat de peces i suports, i l'adaptació dels dissenys a cadascuna està ben treballada per poder traslladar el missatge correctament. Destaca l'adaptació en l'ús de diferents elements segons campanya i les seves jerarquies. Per exemple, l'ús d'imatges de futbolistes destacats del FC. Barcelona en la campanya de Futbolnet contrasta amb l'ús de recursos més tipogràfics en les campanyes de Coffee Mixers o ESADE. Els diferents enfoc creatius es reflecteixen correctament en aquest sentit, dotant de coherència a les campanyes.

En general les campanyes presentades mostren una bona jerarquització dels elements per assolir l'objectiu comunicatiu general i molta flexibilitat en l'enfoc creatiu, sempre al servei dels objectius comunicatius.

Proposta de puntuació: 2 punts.

Bona utilització dels elements de disseny per accedir a la informació rellevant i d'utilitat (fins a 2 punts)

Les 5 campanyes presentades compten amb moltes aplicacions, des de cartelleria, banners, passant per bosses, corporis, il·luminació LED... En un principi això fa més complexa la feina creativa per accedir a la informació rellevant o d'utilitat. Les campanyes presentades a més, han d'equilibrar la part aspiracional i emocional (FutbolNet, ESADE o Coffe Mixers) amb la pròpiament informativa i les solucions aportades per Eleven Adworks són molt bones en tots els casos, mantenint l'equilibri entre els elements. En general els dissenys presentats són clars i permeten un bon accés a la informació rellevant. Potser la feina on hi ha més elements que poden distreure l'atenció és en algunes aplicacions de Futbolnet, on el reclam de cares molt conegudes compleix amb l'objectiu de cridar l'atenció, però no en l'accés a la informació rellevant. En tot cas, aquestes peces són les menys informatives, i en la resta d'aplicacions de la campanya, l'accés a la informació útil i rellevant és molt bona.

Proposta de puntuació: 2 punts.

Capacitat d'impacte visual i notorietat (fins a 4 punts)

Disseny que aporti singularitat i projecció a la marca i/o projecte (fins a 2 punts)

Finançat per:



L'empresa licitadora destaca en la adaptabilitat a les necessitats de cada campanya i amb un impacte visual i notorietat molt alt. Com ja s'ha comentat, la campanya FutbolNet compta amb l'avantatge de la utilització de futbolistes reconeguts arreu del món, i suposa un cas apart per tenir recursos no creatius de singularitat molt impactants. En la resta de campanyes, el treball és molt bo, destacant la campanya de la Plataforma per la Llengua i ESADE. Ambdues campanyes tenen un alt impacte visual, l'ús d'un element com un tomàquet a la de la Plataforma per la Llengua i les diferents conceptualitzacions i resolucions pràctiques a ESADE aporten molta singularitat a les marques, i en el cas de la campanya de la Plataforma per la Llengua a més, un posicionament molt original.

La campanya del Tamarit Beach Resort, amb una conceptualització menys trencadora, té solucions de marca molt interessants, que també ajuden a un posicionament i una projecció molt positiva.

Les solucions presentades per l'empresa licitadora, mostren una voluntat de singularitat i originalitat molt ben assolida en les campanyes aportades.

Proposta de puntuació: 2 punts.

Solucions d'ús de la marca i/o projecte per a elements i suports no habituals (mobiliari, vehicles, peces de vestir, etc.) (fins a 2 punts)

En aquest apartat, les feines presentades per Eleven Adworks mostren uns enfocaments en l'ús d'elements no habituals és intrínsec a les campanyes. Totes les campanyes tenen aplicacions en suports com bosses, parets, pomings, samarretes, pins, stands o fins i tots aplicacions en il·luminació LED, amb unes solucions molt bones. Eleven Adworks destaca per l'excel·lent aplicació de les diferents marques en aquests suports, que ajuden a un millor posicionament i impacte. Algunes solucions, principalment en la campanya d'ESADE són molt bones, tenint en compte la dificultat conceptual de la feina per traslladar-la a suports menys habituals. Aquest és un dels punts més destacables de l'empresa licitadora.

Proposta de puntuació: 2 punt.

Nivell de creativitat i originalitat (fins a 2 punts)

Utilització de recursos no habituals (textures, suports, ús del color, etc.) per a la transmissió del missatge (fins a 1 punt)

Com ja s'ha comentat, l'empresa licitadora destaca en la utilització de recursos i suports menys habituals. En les cinc campanyes presentades, la utilització de recursos no habituals forma part del propi enfocament creatiu de la feina, i a excepció de la campanya FutbolNet, que té els condicionants dels colors del FC. Barcelona com a base, la versatilitat en l'ús de recursos és molt bona i coherent en el resultat final.

El reforç al missatge és molt positiu amb l'ús d'aquests recursos, i torna a destacar la feina feta a la campanya d'ESADE, molt variada i perfectament aplicada per transmetre el missatge de cadascuna de les àrees a les que fa referència.

Totes les solucions, a més, no interfereixen en la transmissió del missatge, equilibrant perfectament la intenció d'impacte i el missatge final.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Bona resolució tècnica dels aspectes de creativitat que impliquen convivència de diferents llenguatges gràfics (fotografia, il·lustració, suports, manipulats, etc.) (fins a 1 punt)

A nivell tècnic, totes les feines presentades per l'empresa licitadora mantenen un alt nivell, sobretot en les que impliquen més complexitat. La convivència d'elements en els dissenys presentats és bona, i la resolució tècnica en els més complicats com són ESADE o FutbolNet és també molt bona.

Les solucions més arriscades, com els troquelats de la campanya d'ESADE Be a Creativist o l'ús de tipografia il·luminada en Light up your future, també dintre de la campanya d'ESADE, tenen molt bona resolució tècnica i de producció, mostrant la capacitat de l'empresa licitadora en aquest aspecte.

Finançat per:



L'ús dels elements de disseny i la seva convivència és molt bona en totes les mostres presentades.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Proposta de puntuació Aspectes de disseny: 10 punts.

2. Aspectes de comunicació. Fins a 5 punts

Transmissió adequada dels valors a comunicar (fins a 3 punts)

Bona convivència dels elements estrictament gràfics amb els textos i missatges (jerarquització, tipografies, etc.) (fins a 2 punts)

Les cinc feines presentades per l'empresa licitadora mostren la bona adaptació dels elements en les creativitats per transmetre el missatge i els valors de cadascuna de les campanyes. Hi destaca el bon equilibri en l'ús dels recursos i un bon enfoc de partida en l'elecció d'aquests recursos. En els casos on hi ha més informació variada a comunicar, FutbolNet, Plataforma per la Llengua o ESADE, les solucions aportades són molt bones, modificant el pes de la part gràfica o textual segons necessitat, sense que repercuteixi negativament en la coherència general de la campanya, i mantenint molt bons nivells d'impacte visual.

Proposta de puntuació: 2 punts.

Ús de missatges concordants amb la imatge de marca i/o projecte concret a desenvolupar (fins a 1 punt)

Les diferents feines presentades mostren un ús correcte dels missatges i coherència amb la imatge de la marca o el projecte. L'ús dels recursos, en alguns casos imatge fotogràfica, en altres il·lustració o tipografia, i en altres una utilització mixta, és coherent amb el que es vol comunicar, i en general manté un bon equilibri que ajuda al posicionament correcte de la marca, o a la comunicació dels projectes presentats.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Adequació al públic objectiu (fins a 2 punts)

Bona utilització i convivència dels elements gràfics i textos i missatges per la comunicació amb el públic objectiu (formats, tamanys de tipografia, recursos de color, solucions de manipulats, etc.) (fins a 1 punt)

Les campanyes presentades per Eleven Adworks SL solucionen correctament les diferents necessitats dels públics objectius. Cal destacar que alguna campanya com la de Coffee Mixers implica la creació d'un nou públic per a la marca, gràcies a la campanya de comunicació, i la resolució és molt bona. L'ús dels elements gràfics i els missatges són adients per a la tipologia de públic que es busca, recolzat amb treball a nivell fotogràfic amb aquesta intencionalitat.

Totes les campanyes utilitzen varietat de recursos, amb una bona convivència entre ells, i es podria dir que és un segell de l'empresa licitadora comptar amb un ventall de suports i aplicacions per ajudar a reforçar el missatge als públics objectius de cada campanya.

Proposta de puntuació: 1 punt.

Capacitat d'implementació en diferents públics (fins a 1 punt)

A causa de la gran quantitat de recursos utilitzats i dels suports originals de totes les campanyes presentades, la capacitat d'impacte visual és molt alta, i això pot ajudar a facilitar la implementació en nous públics, a través de la resta de solucions de disseny proposades. En aquest cas, totes les campanyes tenen aquesta capacitat, tot i que les més dirigides a públics més tancats, per exemple ESADE, es treballen limitant aquestes possibilitats. Novament, les feines presentades en aquest dossier tenen una molt bona resolució.

Finançat per:



Proposta de puntuació: 1 punts.

Proposta Aspectes de comunicació: 5 punts.

PROPOSTA DE PUNTUACIÓ CRITERIS AMB JUDICI DE VALOR: 15 punts

Lot 1: Servei de creativitat, disseny gràfic, producció i instal·lació dels elements de comunicació i difusió de la implantació de la ZBE de Viladecans

LICITADOR 1: Alejandra Dios Márquez **12,50**
PUNTS

	PUNTUACIÓ MÀXIMA POSSIBLE	PUNTUACIÓ OBTINGUDA	RESUM PUNTUACIÓ OBTINGUDA
ASPECTES DE DISSENY	10,00	0,00	0,00
ASPECTES DE COMUNICACIÓ	5,00	0,00	0,00

LICITADOR 2: La Pinza Agència Creativa **13,75**
PUNTS

	PUNTUACIÓ MÀXIMA POSSIBLE	PUNTUACIÓ OBTINGUDA	RESUM PUNTUACIÓ OBTINGUDA
ASPECTES DE DISSENY	10,00	9,00	8,75
ASPECTES DE COMUNICACIÓ	5,00	5,00	5,00

LICITADOR 3: Eleven Adworks SL **15,00**
PUNTS

	PUNTUACIÓ MÀXIMA POSSIBLE	PUNTUACIÓ OBTINGUDA	RESUM PUNTUACIÓ OBTINGUDA
ASPECTES DE DISSENY	10,00	10,00	10,00
ASPECTES DE COMUNICACIÓ	5,00	5,00	5,00

Atès que en data 25 de novembre de 2021 i posteriorment a haver emès el tècnic responsable del contracte, informe tècnic avaluant el contingut del sobre B contenidor de la documentació tècnica, en la mateixa data s'ha procedit a fer l'obertura del sobre C, aixecant acta i deixant constància de les ofertes presentades inicialment.

Atès que a l'acta d'obertura del sobre C s'adverteix que el licitador número 1 al lot número 1 presenta quanties superiors respecte les màximes establertes al PCAP en relació a les Capçaleres de xarxes socials, oferint un import de 170€ essent el màxim establert al PCAP de 150€ i que d'igual manera el licitador número 3 presenta quanties superiors respecte les màximes establertes al PCAP en relació al Cartell A3, oferint un import de 180€ essent el màxim establert al PCAP de 150€.

Atès que en data 25 de novembre de 2022 s'acorda:

Finançat per:



Primer.- Donar trasllat als serveis jurídics de Viladecans Qualitat, S.L. de les ofertes presentades perquè es manifestin respecte els preus presentats pels licitadors 1 i 3 en el lot 1.

Segon.- Convocar als licitadors a l'acta de negociació.

Atès que en data 28 de novembre es va emetre informe pels serveis jurídics que assisteixen a l'òrgan de contractació conclouent que:

*“Per tot l'anterior, procedeix elevar a l'Òrgan de Contractació competent del procediment de referència la proposta d'EXCLUSIÓ de la proposta presentada pel licitador núm. 1 **ALEJANDRA DIOS MARQUEZ** i el licitador número 3 **ELEVEN ADWORKS, S.L** al lot núm.1 (Serveis de comunicació de la zona d'estacionament regulat i la implantació de la zona de baixes emissions a Viladecans) del procediment negociat sense publicitat per a l'adjudicació del procediment negociat sense publicitat per a la contractació dels serveis de comunicació de l'ampliació de la zona d'estacionament regulat i la implantació de la zona de baixes emissions a Viladecans finançat en el marc del pla de recuperació, transformació i resiliència amb fons NextGenerationEU per haver presentat una proposta contrària al estipulat pel Plec de Clàusules Administratives Particulars que regeix la present licitació en presentar preus unitaris superiors als establerts”*

Atès que en data 28 de novembre 2022 l'òrgan de contractació va procedir a excloure del lot número 1 al licitador 1 i al licitador 3.

Atès que en data 28 de novembre de 2022 es va procedir a fer l'acta de negociació del lot 1, únicament amb el licitador 2, essent que aquest no modifica cap aspecte de la proposta inicialment presentada.

Atès que en data 28 de novembre de 2022 es va procedir igualment a realitzar l'acta de negociació del lot número 2, amb licitador 1, 2 i 3, essent que tots compareixen en temps i forma a l'acta de negociació i cap modifica l'oferta inicialment presentada.

Atès que finalitzada la negociació, es dona trasllat al tècnic per a la valoració de les ofertes econòmiques i altres criteris d'aplicació automàtica.

Atès que en data 30 de novembre de 2022 el tècnic que assisteix al òrgan de contractació, ha emès informe tècnic valorant les ofertes presentades al procediment en el que consta el següent:

“ Examinades les ofertes presentades i admeses en el procediment obert, es procedeix a la valoració de les pliques d'acord amb els criteris continguts al Plec que són els següents:

“Lot 1. Servei de creativitat, disseny gràfic, producció i instal·lació dels elements de comunicació i difusió de la implantació de la ZBE de Viladecans

- | | | |
|----|--|------------------------|
| a) | Oferta econòmica _____ | De 0 a 50 |
| | punts | |
| b) | Criteris objectius de l'oferta tècnica _____ | De 0 a 35 punts |
| c) | Criteris tècnics de judici de valor _____ | De 0 a 15 punts |

1. CRITERIS OBJECTIUS D'APLICACIÓ AUTOMÀTICA

- | | | |
|----|-------------------------------|------------------------|
| a) | Oferta econòmica _____ | De 0 a 50 punts |
|----|-------------------------------|------------------------|

Finançat per:



Per puntuar l'oferta econòmica s'aplicarà la fórmula següent:

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

P_v = Puntuació de l'oferta a valorar

P = Punts criteri econòmic

O_m = Oferta millor

O_v = Oferta a valorar

IL = Import de Licitació

VP = Valor de ponderació

$VP = 1,75$

Els punts percentuals resultants dels càlculs realitzat al aplicar les fórmules establertes per la valoració dels criteris objectius, i en general en la valoració de tots els criteris, es calcularan aproximadament a la mil·lèsima del punt percentual, arrodonint després al segon decimal del punt percentual per defecte si la mil·lèsima de punt percentual és inferior a 5 i per excés quan sigui superior a 5.

Es valoraran individualment els serveis especificats a la taula, aplicant la fórmula a cadascun dels preus. Per tant, cal presentar les tarifes de preus dels serveis seguint aquesta taula.

Creativitat, originals, maquetació i producció	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Puntuació máxima servei
Campanya publicitària general	3.000 €	4 punts
Flyer 10 x 21 cm.	180 €	2 punts
Flyer DIN A5	200 €	2 punts
Catàleg DIN A4 (preu per pàgina)	60 €	2 punts
Catàleg DIN A5 (preu per pàgina)	25 €	2 punts
Premsa- Pàgina sencera	200 €	2 punts
Premsa- Faldó	150 €	1 punts
Premsa- Mòdul	90 €	1 punts
Lona	150 €	3 punts
Opis	200 €	3 punts
Roll Up	150 €	1 punts
Cartell A3	150 €	3 punts
Capçaleres Xarxes Socials	150 €	3 punts
Originals elements Xarxes Socials	60 €	2 punts
Producció d'elements	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Puntuació Servei

Finançat per:



Flyer 10 x 21 cm.	0,10 €	2 punts
Flyer DIN A5	0,13 €	2 punts
Catàleg DIN A4 (4 pàgines)	1,25 €	2 punts
Catàleg DIN A5 (preu per pàgina)	1 €	2 punts
Lona (2X4 m)	30 €	2 punts
Opis	12 €	3 punts
Roll Up	55 €	3 punts
Cartell A3	0.35 €	3 punts

b) Criteris objectius de l'oferta tècnica: de 0 a 35 punts

La prestació d'aquests serveis té com a objectiu el desenvolupament d'una comunicació eficient i útil de les noves intervencions relacionades amb la mobilitat a Viladecans. Per les característiques del servei, els criteris d'organització i prestació del servei, així com la correcta execució tècnica de les diferents accions que es proposin, han d'anar unides, per poder garantir el correcte desenvolupament del servei i l'assoliment dels objectius proposats.

Per aquest motiu es valoraran els següents aspectes amb la puntuació indicada, que s'ha d'especificar en la memòria descriptiva sol·licitada:

Dedicació del personal proposat al servei (35 punts). La valoració es realitzarà atenent a la següent taula comptant la dedicació de tot el personal disponible pel servei, a partir d'un mínim de 4 hores setmanals de dedicació en el moment de formalitzar l'encàrrec.

Dedicació de 16 hores setmanals	35 punts
Dedicació de 10 hores setmanals	20 punts
Dedicació de 8 hores setmanals	15 punts
Dedicació de 6 hores setmanals	10 punts
Dedicació de 4 hores setmanals	5 punts

A) Oferta econòmica

a) Oferta econòmica _____ De 0 a 50 punts

Per puntuar l'oferta econòmica s'aplicarà la fórmula següent:

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

P_v = Puntuació de l'oferta a valorar

P = Punts criteri econòmic

O_m = Oferta millor

O_v = Oferta a valorar

IL = Import de Licitació

VP = Valor de ponderació

Finançat per:



VP= 1,75

A continuació es presenta el valor presentat pel licitador admès a la licitació i la puntuació obtinguda:

- **Licitador 2**
- **Nom licitador: Moorning Cool Things, S.L.**
- **Puntuació sobre B: 13,75 punts**

Oferta econòmica per als dos primers anys	13.522,10 € IVA exclòs
Oferta preu estimat anual	6.761,05 € IVA exclòs
Dedicació	18 hores setmanals.

CRITERIS OBJECTIUS D'APLICACIÓ AUTOMÀTICA

Resum de la proposta:

L'empresa Moorning Cool Things, S.L. presenta una proposta econòmica amb el càlcul desglossat per accions que permet realitzar l'avaluació amb la informació aportada.

La proposta presenta una quantitat anual de **6.761,05€**, amb els següents preus unitaris que han obtingut la puntuació que es proposa en aquesta taula:

Creativitat, originals, maquetació i producció	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Puntuació màxima servei	Proposta de preu unitari empresa licitadora	Millor oferta	Proposta de puntuació
Campanya publicitària general	3000,00	4	2250,00	2250,00	4,00
Flyer 10 x 21 cm.	180,00	2	160,00	160,00	2,00
Flyer DIN A5	200,00	2	170,00	170,00	2,00
Catàleg DIN A4 (preu per pàgina)	60,00	2	50,00	50,00	2,00
Catàleg DIN A5 (preu per pàgina)	25,00	2	24,00	24,00	2,00
Premsa- Pàgina sencera	200,00	2	170,00	170,00	2,00
Premsa- Faldó	150,00	1	130,00	130,00	1,00
Premsa- Mòdul	90,00	1	85,00	85,00	1,00
Lona	150,00	3	130,00	130,00	3,00

Finançat per:



Opis	200,00	3	170,00	170,00	3,00
Roll Up	150,00	1	130,00	130,00	1,00
Cartell A3	150,00	3	135,00	135,00	3,00
Capçaleres Xarxes Socials	150,00	3	130,00	130,00	3,00
Originals elements Xarxes Socials	60,00	2	50,00	50,00	2,00
Puntuació apartat					31,00
Producció d'elements	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Puntuació Servei			
Flyer 10 x 21 cm.	0,10	2	0,08	0,08	2,00
Flyer DIN A5	0,13	2	0,12	0,12	2,00
Catàleg DIN A4 (4 pàgines)	1,25	2	1,15	1,15	2,00
Catàleg DIN A5 (preu per pàgina)	1,00	2	0,90	0,90	2,00
Lona (2X4 m)	30,00	2	28,00	28,00	2,00
Opis	12,00	3	11,20	11,20	3,00
Roll Up	55,00	3	48,00	48,00	3,00
Cartell A3	0,35	3	0,25	0,25	3,00
Puntuació apartat					19,00
Puntuació TOTAL					50,00

En quant als criteris objectius de dedicació, l'empresa Moorning Cool Things, S.L. presenta una proposta de dedicació de 18 hores setmanals.

Avaluació de la proposta:

a) Oferta econòmica. Fins a 50 punts

Aplicant la fórmula de valoració per aquest apartat i les condicions d'avaluació, la proposta de puntuació és la següent:

Creativitat, originals i maquetació: 31,00 punts

Producció d'elements: 19,00 punts

Finançat per:



Financiado por la Unión Europea
NextGenerationEU



Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència



AJUNTAMENT DE VILADECANS



viladecansqualitat
Ajuntament Municipal de Viladecans

Proposta de puntuació d'aquest apartat: 46,95 punts

b) Criteris objectius de l'oferta tècnica: de 0 a 35 punts

Dedicació de 16 hores setmanals	35 punts
Dedicació de 10 hores setmanals	20 punts
Dedicació de 8 hores setmanals	15 punts
Dedicació de 6 hores setmanals	10 punts
Dedicació de 4 hores setmanals	5 punts

Aplicant la fórmula de valoració per aquest apartat i les condicions d'avaluació, la proposta de puntuació és la següent:

Dedicació de 16 hores setmanals: 35 punts.

Proposta de puntuació d'aquest apartat: 35 punts

Atès que consta a l'informe tècnic els següents quadres resums de les puntuacions obtingudes pels licitadors per al lot 1:

LICITADOR 2: Moorning Cool Things, S.L.	85,00 PUNTS
--	--------------------

	PUNTUACIÓ MÀXIMA POSSIBLE	PUNTUACI Ó OBTINGUD A	RESUM PUNTUACIÓ OBTINGUD A
OFERTA ECONÒMICA	50,00	50,00	50,00
CRITERIS OBJECTIUS DE DEDICACIÓ	35,00	35,00	35,00

Atès que consta al mateix informe la valoració de les ofertes presentades i admeses al LOT 2 "Servei de creativitat, disseny gràfic, producció i instal·lació dels elements de comunicació i difusió de l'ampliació de la ZER de Viladecans."

Lot 2. Servei de creativitat, disseny gràfic, producció i instal·lació dels elements de comunicació i difusió de l'ampliació de la ZER de Viladecans.

- a) Oferta econòmica _____ **De 0 a 50 punts**
 b) Criteris objectius de l'oferta tècnica _____ **De 0 a 35 punts**
 c) Criteris tècnics de judici de valor _____ **De 0 a 15 punts**

2. CRITERIS OBJECTIUS D'APLICACIÓ AUTOMÀTICA

a. Oferta econòmica _____ De 0 a 50 punts

Per puntuar l'oferta econòmica s'aplicarà la fórmula següent:

Finançat per:



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Pla de Recuperació,
Transformació i Resiliència



AJUNTAMENT DE VILADECANS



viladecansqualitat
empresa
municipal de
viladecans

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

P_v= Puntuació de l'oferta a valorar

P= Punts criteri econòmic

O_m= Oferta millor

O_v= Oferta a valorar

IL= Import de Licitació

VP= Valor de ponderació

VP= 1,75

Els punts percentuals resultants dels càlculs realitzat al aplicar les fórmules establertes per la valoració dels criteris objectius, i en general en la valoració de tots els criteris, es calcularan aproximadament a la mil·lèsima del punt percentual, arrodonint després al segon decimal del punt percentual per defecte si la mil·lèsima de punt percentual és inferior a 5 i per excés quan sigui superior a 5.

Es valoraran individualment els serveis especificats a la taula, aplicant la fórmula a cadascun dels preus. Per tant, cal presentar les tarifes de preus dels serveis seguint aquesta taula.

Creativitat, originals, maquetació i producció	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Puntuació máxima servei
<i>Campanya publicitària general</i>	3.000 €	4 punts
<i>Flyer 10 x 21 cm.</i>	180 €	2 punts
<i>Flyer DIN A5</i>	200 €	2 punts
<i>Catàleg DIN A4 (preu per pàgina)</i>	60 €	2 punts
<i>Catàleg DIN A5 (preu per pàgina)</i>	25 €	2 punts
<i>Premsa- Pàgina sencera</i>	200 €	2 punts
<i>Premsa- Faldó</i>	150 €	1 punts
<i>Premsa- Mòdul</i>	90 €	1 punts
<i>Lona</i>	150 €	3 punts
<i>Opis</i>	200 €	3 punts
<i>Roll Up</i>	150 €	1 punts
<i>Cartell A3</i>	150 €	3 punts
<i>Capçaleres Xarxes Socials</i>	150 €	3 punts
<i>Originals elements Xarxes Socials</i>	60 €	2 punts
Producció d'elements	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Puntuació Servei

Finançat per:



Flyer 10 x 21 cm.	0,10 €	2 punts
Flyer DIN A5	0,13 €	2 punts
Catàleg DIN A4 (4 pàgines)	1,25 €	2 punts
Catàleg DIN A5 (preu per pàgina)	1 €	2 punts
Lona (2X4 m)	30 €	2 punts
Opis	12 €	3 punts
Roll Up	55 €	3 punts
Cartell A3	0.35 €	3 punts

d) Criteris objectius de l'oferta tècnica: de 0 a 35 punts

La prestació d'aquests serveis té com a objectiu el desenvolupament d'una comunicació eficient i útil de les noves intervencions relacionades amb la mobilitat a Viladecans. Per les característiques del servei, els criteris d'organització i prestació del servei, així com la correcta execució tècnica de les diferents accions que es proposin, han d'anar unides, per poder garantir el correcte desenvolupament del servei i l'assoliment dels objectius proposats.

Per aquest motiu es valoraran els següents aspectes amb la puntuació indicada, que s'ha d'especificar en la memòria descriptiva sol·licitada:

Dedicació del personal proposat al servei (35 punts). La valoració es realitzarà atenent a la següent taula comptant la dedicació de tot el personal disponible pel servei, a partir d'un mínim de 4 hores setmanals de dedicació en el moment de formalitzar l'encàrrec.

Dedicació de 16 hores setmanals	35 punts
Dedicació de 10 hores setmanals	20 punts
Dedicació de 8 hores setmanals	15 punts
Dedicació de 6 hores setmanals	10 punts
Dedicació de 4 hores setmanals	5 punts

- **Licitador 1**
- **Nom licitador: Alejandra Dios Márquez**
- **Puntuació sobre B: 0 punts**

Oferta econòmica per als dos primers anys	18.071,20 € IVA exclòs
Oferta preu estimat anual	9.035,60 € IVA exclòs
Dedicació	16 hores setmanals.

CRITERIS OBJECTIUS D'APLICACIÓ AUTOMÀTICA

Resum de la proposta:

L'empresa Alejandra Dios Márquez presenta una proposta econòmica amb el càlcul desglossat per accions que permet realitzar l'avaluació amb la informació aportada.

Finançat per:



Financiado por la Unión Europea
NextGenerationEU



Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència



AJUNTAMENT DE VILADECANS



viladecansqualitat
empresa municipal de qualitat

La proposta presenta una quantitat anual de **9.035,60€**, amb els següents preus unitaris que han obtingut la puntuació que es proposa en aquesta taula:

Finançat per:



AJUNTAMENT DE VILADECANS



Creativitat, originals, maquetació i producció	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Puntuació màxima servei	Proposta de preu unitari empresa licitadora	Millor oferta	Proposta de puntuació
Campanya publicitària general	3000,00	4	1800,00	1800,00	4,00
Flyer 10 x 21 cm.	180,00	2	150,00	150,00	2,00
Flyer DIN A5	200,00	2	170,00	170,00	2,00
Catàleg DIN A4 (preu per pàgina)	60,00	2	30,00	30,00	2,00
Catàleg DIN A5 (preu per pàgina)	25,00	2	20,00	20,00	2,00
Premsa- Pàgina sencera	200,00	2	150,00	150,00	2,00
Premsa- Faldó	150,00	1	130,00	130,00	1,00
Premsa- Mòdul	90,00	1	70,00	70,00	1,00
Lona	150,00	3	120,00	120,00	3,00
Opis	150,00	3	120,00	120,00	3,00
Roll Up	100,00	1	80,00	80,00	1,00
Cartell A3	200,00	3	150,00	135,00	2,87
Capçaleres Xarxes Socials	200,00	3	170,00	130,00	2,66
Originals elements Xarxes Socials	60,00	2	40,00	40,00	2,00
Puntuació apartat					30,53
Producció d'elements	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Puntuació Servei			30,53
Flyer 10 x 21 cm.	0,10	2	0,08	0,08	2,00
Flyer DIN A5	0,13	2	0,10	0,10	2,00
Catàleg DIN A4 (4 pàgines)	1,25	2	1,10	0,92	1,84
Catàleg DIN A5 (preu per pàgina)	1,00	2	0,80	0,72	1,91
Lona (2X4 m)	30,00	2	25,00	25,00	2,00
Opis	12,00	3	10,00	9,50	2,93
Roll Up	55,00	3	48,00	48,00	3,00
Cartell A3	0,35	3	0,25	0,25	3,00
Puntuació apartat					18,67
Puntuació TOTAL					49,20

Finançat per:



AJUNTAMENT DE VILADECANS



En quant als criteris objectius de dedicació, l'empresa Alejandra Dios Márquez presenta una proposta de dedicació de 16 hores setmanals.

Avaluació de la proposta:

1. Oferta econòmica. Fins a 50 punts

Aplicant la fórmula de valoració per aquest apartat i les condicions d'avaluació, la proposta de puntuació és la següent:

Creativitat, originals i maquetació: 30,53 punts

Producció d'elements: 18,67 punts

Proposta de puntuació d'aquest apartat: 49,20 punts

2. Criteris objectius de l'oferta tècnica: de 0 a 35 punts

Dedicació de 16 hores setmanals	35 punts
Dedicació de 10 hores setmanals	20 punts
Dedicació de 8 hores setmanals	15 punts
Dedicació de 6 hores setmanals	10 punts
Dedicació de 4 hores setmanals	5 punts

Aplicant la fórmula de valoració per aquest apartat i les condicions d'avaluació, la proposta de puntuació és la següent:

Dedicació de 16 hores setmanals: 35 punts.

Proposta de puntuació d'aquest apartat: 35 punts

PROPOSTA OBJECTIUS D'APLICACIÓ AUTOMÀTICA: 84,20 punts

- **Licitador 2**
- **Nom licitador: Moorning Cool Things, S.L.**
- **Puntuació sobre B: 13,75 punts**

Oferta econòmica per als dos primers anys	21.782,10 € IVA exclòs
Oferta preu estimat anual	10.891,05 € IVA exclòs
Dedicació	18 hores setmanals.

CRITERIS OBJECTIUS D'APLICACIÓ AUTOMÀTICA

Resum de la proposta:

L'empresa Moorning Cool Things, S.L. presenta una proposta econòmica amb el càlcul desglossat per accions que permet realitzar l'avaluació amb la informació aportada.

La proposta presenta una quantitat anual de **10.891,05€**, amb els següents preus unitaris que han obtingut la puntuació que es proposa en aquesta taula:

En quant als criteris objectius de dedicació, l'empresa Moorning Cool Things, S.L. presenta una proposta de dedicació de 18 hores setmanals

Finançat per:



Creativitat, originals, maquetació i producció	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Puntuació màxima servei	Proposta de preu unitari empresa licitadora	Millor oferta	Proposta de puntuació
Campanya publicitària general	3000,00	4	2250,00	1800,00	3,66
Flyer 10 x 21 cm.	180,00	2	160,00	150,00	1,94
Flyer DIN A5	200,00	2	170,00	170,00	2,00
Catàleg DIN A4 (preu per pàgina)	60,00	2	50,00	30,00	1,62
Catàleg DIN A5 (preu per pàgina)	25,00	2	24,00	20,00	1,82
Premsa- Pàgina sencera	200,00	2	170,00	150,00	1,89
Premsa- Faldó	150,00	1	130,00	130,00	1,00
Premsa- Mòdul	90,00	1	85,00	70,00	0,90
Lona	150,00	3	130,00	120,00	2,89
Opis	150,00	3	170,00	120,00	2,43
Roll Up	100,00	1	130,00	80,00	0,71
Cartell A3	200,00	3	135,00	135,00	3,00
Capçaleres Xarxes Socials	200,00	3	130,00	130,00	3,00
Originals elements Xarxes Socials	60,00	2	50,00	40,00	1,81
Puntuació apartat					28,66
Producció d'elements	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Puntuació Servei			
Flyer 10 x 21 cm.	0,10	2	0,08	0,08	2,00
Flyer DIN A5	0,13	2	0,12	0,10	1,82
Catàleg DIN A4 (4 pàgines)	1,25	2	1,15	0,92	1,79
Catàleg DIN A5 (preu per pàgina)	1,00	2	0,90	0,72	1,79
Lona (2X4 m)	30,00	2	28,00	25,00	1,89
Opis	12,00	3	11,20	9,50	2,76
Roll Up	55,00	3	48,00	48,00	3,00
Cartell A3	0,35	3	0,25	0,25	3,00
Puntuació apartat					18,05
Puntuació TOTAL					46,71

Finançat per:



Avaluació de la proposta:

A) Oferta econòmica. Fins a 50 punts

Aplicant la fórmula de valoració per aquest apartat i les condicions d'avaluació, la proposta de puntuació és la següent:

Creativitat, originals i maquetació: 28,66 punts

Producció d'elements: 18,05 punts

Proposta de puntuació d'aquest apartat: 46,71 punts

B) Criteris objectius de l'oferta tècnica: de 0 a 35 punts

Aplicant la fórmula de valoració per aquest apartat i les condicions d'avaluació, la proposta de puntuació és la següent:

Dedicació de 16 hores setmanals	35 punts
Dedicació de 10 hores setmanals	20 punts
Dedicació de 8 hores setmanals	15 punts
Dedicació de 6 hores setmanals	10 punts
Dedicació de 4 hores setmanals	5 punts

Dedicació de 16 hores setmanals: 35 punts.

Proposta de puntuació d'aquest apartat: 35 punts

PROPOSTA OBJECTIUS D'APLICACIÓ AUTOMÀTICA: 81,71 punts

- **Licitador 3**
- **Nom licitador: Eleven Adworks, SL**
- **Puntuació sobre B: 15 punts**

Oferta econòmica per als dos primers anys	24.941 € IVA exclòs
Oferta preu estimat anual	12.470,50 € IVA exclòs
Dedicació	16 hores setmanals.

CRITERIS OBJECTIUS D'APLICACIÓ AUTOMÀTICA

Resum de la proposta:

L'empresa Eleven Adworks, SL presenta una proposta econòmica amb el càlcul desglossat per accions que permet realitzar l'avaluació amb la informació aportada.

La proposta presenta una quantitat anual de **12.470,50€**, amb els següents preus unitaris que han obtingut la puntuació que es proposa en aquesta taula:

Creativitat, originals, maquetació i producció	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Puntuació màxima servei	Proposta de preu unitari empresa licitadora	Millor oferta	Proposta de puntuació
---	--	--------------------------------	--	----------------------	------------------------------

Finançat per:



Campanya publicitària general	3000,00	4	2800,00	1800,00	3,24
Flyer 10 x 21 cm.	180,00	2	170,00	150,00	1,87
Flyer DIN A5	200,00	2	190,00	170,00	1,89
Catàleg DIN A4 (preu per pàgina)	60,00	2	50,00	30,00	1,62
Catàleg DIN A5 (preu per pàgina)	25,00	2	20,00	20,00	2,00
Premsa- Pàgina sencera	200,00	2	190,00	150,00	1,77
Premsa- Faldó	150,00	1	140,00	130,00	0,96
Premsa- Mòdul	90,00	1	80,00	70,00	0,94
Lona	150,00	3	140,00	120,00	2,77
Opis	150,00	3	140,00	120,00	2,77
Roll Up	100,00	1	90,00	80,00	0,94
Cartell A3	200,00	3	190,00	135,00	2,53
Capçaleres Xarxes Socials	200,00	3	190,00	130,00	2,49
Originals elements Xarxes Socials	60,00	2	50,00	40,00	1,81
Puntuació apartat					27,60
Producció d'elements	Preu unitari de referència (IVA exclòs)	Puntuació Servei			
Flyer 10 x 21 cm.	0,10	2	0,09	0,08	1,89
Flyer DIN A5	0,13	2	0,12	0,10	1,82
Catàleg DIN A4 (4 pàgines)	1,25	2	0,92	0,92	2,00

Finançat per:



Catàleg DIN A5 (preu per pàgina)	1,00	2	0,72	0,72	2,00
Lona (2X4 m)	30,00	2	28,00	25,00	1,89
Opis	12,00	3	9,50	9,50	3,00
Roll Up	55,00	3	55,00	48,00	2,78
Cartell A3	0,35	3	0,33	0,25	2,61
Puntuació apartat					17,99
Puntuació TOTAL					45,58

En quant als criteris objectius de dedicació, l'empresa Eleven Adworks, SL presenta una proposta de dedicació de 16 hores setmanals.

Avaluació de la proposta:

1. Oferta econòmica. Fins a 50 punts

Aplicant la fórmula de valoració per aquest apartat i les condicions d'avaluació, la proposta de puntuació és la següent:

Creativitat, originals i maquetació: 27,60 punts

Producció d'elements: 17,99 punts

Proposta de puntuació d'aquest apartat: 45,58 punts

2. Criteris objectius de l'oferta tècnica: de 0 a 35 punts

Aplicant la fórmula de valoració per aquest apartat i les condicions d'avaluació, la proposta de puntuació és la següent:

Dedicació de 16 hores setmanals	35 punts
Dedicació de 10 hores setmanals	20 punts
Dedicació de 8 hores setmanals	15 punts
Dedicació de 6 hores setmanals	10 punts
Dedicació de 4 hores setmanals	5 punts

Dedicació de 16 hores setmanals: 35 punts.

Proposta de puntuació d'aquest apartat: 35 punts

PROPOSTA OBJECTIUS D'APLICACIÓ AUTOMÀTICA LOT 2: 80,58 punts

Atès que consta a l'informe tècnic els següents quadres resums de les puntuacions obtingudes pels licitadors per al Lot 2 següents:

Finançat per:



LICITADOR 1: Alejandra Dios Márquez **84,04 PUNTS**

	PUNTUACIÓ MÀXIMA POSSIBLE	PUNTUACI Ó OBTINGUD A	RESUM PUNTUACIÓ OBTINGUD A
OFERTA ECONÒMICA	50,00	49,20	49,20
CRITERIS OBJECTIUS DE DEDICACIÓ	35,00	35,00	35,00

LICITADOR 2: Moorning Cool Things, S.L. **81,71 PUNTS**

	PUNTUACIÓ MÀXIMA POSSIBLE	PUNTUACI Ó OBTINGUD A	RESUM PUNTUACIÓ OBTINGUD A
OFERTA ECONÒMICA	50,00	46,71	46,71
CRITERIS OBJECTIUS DE DEDICACIÓ	35,00	35,00	35,00

LICITADOR 3: Eleven Adworks SL **80,58 PUNTS**

	PUNTUACIÓ MÀXIMA POSSIBLE	PUNTUACI Ó OBTINGUD A	RESUM PUNTUACIÓ OBTINGUD A
OFERTA ECONÒMICA	50,00	45,58	45,58
CRITERIS OBJECTIUS DE DEDICACIÓ	35,00	35,00	35,00

Atès que consta en el mateix informe que no s'han detectat ofertes que continguin baixes desproporcionades o temeràries en cap dels dos lots.

Atès que consta en el mateix informe els quadres resums de les puntuacions obtingudes al LOT 1 i LOT 2 següents:

Lot 1: Servei de creativitat, disseny gràfic, producció i instal·lació dels elements de comunicació i difusió de la implantació de la ZBE de Viladecans

Nº Licitador	Empresa	SOBRE B			SOBRE C			PUNTAJÓ TOTAL	
		Disseny	Comunicació	Total	Creativitat, originals, maquetació i producció	Producció	Dedicació		Total puntuació
2	Moorning Cool Things	8,75	5,00	13,75	31,00	19,00	35	85,00	94,17

Finançat per:



Lot 2. Servei de creativitat, disseny gràfic, producció i instal·lació dels elements de comunicació i difusió de l'ampliació de la ZER de Viladecans.

Nº Licitador	Empresa	SOBRE B			SOBRE C				PUNTACIÓ TOTAL
		Disseny	Comunicació	Total	Creativitat, originals, maquetació i producció	Producció	Dedicació	Total puntuació	
3	Eleven Adworks	10,00	5,00	15,00	27,60	17,99	35	80,59	95,59
2	Moorning Cool Things	8,75	5,00	13,75	28,66	18,05	35	81,71	95,46
1	Alejandra Dios	0,00	0,00	0,00	30,53	18,67	35	84,20	84,20

Atès que en l'informe tècnic de data 30 de novembre de 2022 es proposa:

PRIMER.- Aprovar per al LOT 1 la següent puntuació:

Licitador 2 Moorning Cool Things, S.L.:

Puntuació sobre B: **13,75 punts**

Puntuació sobre C: **85,00 punts**

Puntuació Total: **98,75 punts**

SEGON.- Adjudicar el LOT 1 al licitador número 2 Moorning Cool Things, S.L, en haver obtingut un total de **98,75 punts**

TERCER.- Aprovar per al LOT 2 la següent puntuació:

Licitador 1 Alejandra Dios Márquez:

Puntuació sobre B: **0,00 punts**

Puntuació sobre C: **84,20 punts**

Puntuació Total: **84,20 punts**

Licitador 2 Moorning Cool Things, S.L.:

Puntuació sobre B: **13,75 punts**

Puntuació sobre C: **81,71 punts**

Puntuació Total: **95,46 punts**

Licitador 2 Eleven Adworks, S.L.:

Puntuació sobre B: **15,00 punts**

Puntuació sobre C: **80,59 punts**

Puntuació Total: **95,59 punts**

QUART.- Adjudicar el LOT 2 al licitador número 3 ELEVEN ADWORK S.L, en haver obtingut un total de **95,59 punts**

RESOLC

PRIMER.- RATIFICAR, a la vista del informes tècnics que obren a l'expedient, la puntuació obtinguda pels licitadors admesos procediment negociat sense publicitat per a la contractació del servei de comunicació de l'ampliació de la zona d'estacionament regulat i la implantació de la zona de baixes emissions a Viladecans finançat en el marc del Pla de Recuperació Transformació i Resiliència amb fons NextGenerationEU.

Finançat per:



SEGON.- ADJUDICAR el LOT 1 Servei de creativitat, disseny gràfic, producció i instal·lació dels elements de comunicació i difusió de la implantació de la ZBE de Viladecans del contracte de serveis de comunicació de l'ampliació de la zona d'estacionament regulat i la implantació de la zona de baixes emissions de Viladecans a l'empresa **MOORNING COOL THINGS, S.L** per un import de **TRETZE MIL CINC-CENTS VINT- I- DOS AMB DEU CÈNTIMS (13.522,10€) IVA exclòs** per als dos anys de contracte amb un import anual de **SIS MIL SET-CENTS SEIXANTA-UN EUROS AMB CINC CÈNTIMS (6.761,05€) IVA exclòs** i **una dedicació horària de 18 hores setmanals**, amb els preus unitaris que obren a l'oferta presentada, atès que ha estat la que ha obtingut la millor puntuació en la suma dels criteris avaluable subjectes a judici de valor i criteris d'aplicació automàtica, amb un total de **98.75 punts**.

TERCER.- ADJUDICAR el LOT 2 Servei de creativitat, disseny gràfic, producció i instal·lació dels elements de comunicació i difusió de l'ampliació de la ZER de Viladecans del contracte de serveis de comunicació de l'ampliació de la zona d'estacionament regulat i la implantació de la zona de baixes emissions de Viladecans a l'empresa **ELEVEN ADWORK S.L** per un import de **VINT-I- QUATRE MIL NOU-CENTS QUARANTA-UN EUROS (24.941,00€) IVA exclòs** per als dos anys de contracte i un import anual de **DOTZE MIL QUATRE-CENTS SETANTA EUROS AMB CINQUANTA CÈNTIMS (12.470,50€)** i **una dedicació horària de 16 hores setmanals**, amb els preus unitaris que obren a l'oferta presentada, atès que ha estat la que ha obtingut la millor puntuació en la suma dels criteris avaluable subjectes a judici de valor i criteris d'aplicació automàtica, amb un total de **95.59 punts**.

QUART.- REQUERIR a la empreses adjudicatàries per a que presentin la documentació acreditativa de les condicions contingudes al Plec de Clàusules Administratives Particulars essent que la present adjudicació queda condicionada a la correcta presentació i acreditació dels requisits establerts al Plec de Clàusules Administratives Particulars.

QUART.- PUBLICAR l'adjudicació.

CINQUÈ.- NOTIFICAR als interessats

Viladecans, a data de signatura digital

Sra. ALICIA VALLE CANTALEJO
Consellera Delegada
VILADECANS QUALITAT, S.L.

Finançat per:



AJUNTAMENT DE VILADECANS

