



GABINET DE PRESIDÈNCIA I PLANIFICACIÓ
COMUNICACIÓ

Número d'Expedient: 8004330008-2020-0010916

Referència: PFS/smp/rxpm

Destinatarí: Serveis Interns. Contractació i Expropiacions

Assumpte: Informe de valoració d'ofertes

INFORME DE VALORACIÓ D'OFERTES

Informe de valoració de les ofertes presentades en relació a l'expedient de contractació de serveis dels treballs per a la definició i disseny de la campanya de publicitat institucional de la Diputació de Tarragona, per al període 2020-2023.

Fets

1. En el ple de 23 de juliol de 2020, la Corporació va aprovar el Pla de Mandat, en el qual es defineixen les línies d'actuació de la Diputació de Tarragona en els propers anys. La campanya de publicitat institucional ha de vehicular aquest missatge per traslladar-lo a les persones del Camp de Tarragona, les Terres de l'Ebre i el Baix Penedès.
2. La Diputació de Tarragona considera convenient la definició i disseny d'una nova campanya de publicitat institucional adaptada als objectius establerts en el Pla de Mandat.
3. Atesa la naturalesa dels treballs a realitzar, la unitat de Comunicació de la Diputació no compta amb el personal ni amb l'equipament necessari per poder desenvolupar aquestes tasques directament.
4. En data 7 d'octubre de 2020, la Unitat de Comunicació de l'àrea de Gabinet de Presidència i Planificació ha iniciat la tramitació del Contracte de serveis dels treballs per a la definició i disseny de la campanya de publicitat institucional de la Diputació de Tarragona, per al període 2020-2023. El pressupost base de licitació d'aquest contracte de serveis és de 14.999,00 €, IVA no inclòs.
5. En data 11 de novembre de 2020 s'anuncia, en el perfil del contractant de la Diputació de Tarragona, la celebració de l'acte licitatori d'aquest contracte menor, que tindrà lloc amb subjecció a allò establert al plec de prescripcions tècniques aprovades. El termini màxim de presentació d'ofertes finalitza el dia 14 de desembre de 2020.
6. Els criteris d'adjudicació d'aquest contracte s'estableixen en l'apartat 12) del plec de prescripcions tècniques del contracte.

Fonaments de dret

1. Aquest contracte pel seu import es pot qualificar de menor, tal com estableix l'article 138.3 del Text refós de la Llei de contractes del sector públic aprovat pel Reial decret legislatiu 2/2011, de 14 de novembre, en endavant TRLCSP.

2. La tramitació de l'expedient dels contractes menors es preveu a l'article 111 del mateix text legal i a les bases d'execució del pressupost de la Diputació de Tarragona.

Valoració tècnica

Finalitzat el termini de presentació de propostes a la licitació, s'han presentat les següents empreses:

NÚM. LIC	NIF LICITADOR	NOM LICITADOR	OFERTA ECONÒMICA
1	B62279856	POSTDATA DISSENY I COMUNICACIÓ, SL	12.000,00
2	B64702699	ESTUDI DE COMUNICACIÓ INTUS, SL	10.499,00
3	77785549D	FRANCESC FARRÉ HUGUET	12.450,00
4	39875691Q	ISSAAC ALBESA MESTRE	13.500,00
5	B67391607	PLANETA MARKETING, SLU	10.600,00
6	B66718370	ERDRIN, SL (CREATIVE ZOO)	13.499,00
7	21012405L	AMANDA FERNÁNDEZ PEREZ (FÈMININ)	12.900,00
8	B43104694	TARRAGONA DISSENY,SL	12.900,00
9	B43608108	FEELING COMUNICACIÓ, SL	13.050,00
10	B02683902	SEÑORA CARMEN, SLU	13.799,00

Revisades les ofertes presentades pels licitadors, la documentació tècnica i proposicions econòmiques, i en base allò establert a l'apartat 12) del plec de prescripcions tècniques del contracte de serveis a realitzar s'emet la següent valoració:

A.- Criteris de valoració avaluables en base a un judici de valor. Proposta tècnica: de 0 a 45 punts.

Els criteris per avaluar les propostes creatives presentades són els següents:

- a) **Adequació del projecte:** s'avaluarà el grau de coneixement de la Diputació i dels serveis que du a terme, l'adaptació als conceptes detallats al brífing.
- b) **Proposta de lema:** s'avaluarà la capacitat de síntesi del missatge i del posicionament expressats als brífing, així com la capacitat de seducció del lema.
- c) **Originalitat del projecte:** s'avaluarà que la proposta sigui inèdita i sorprenent.
- d) **Proposta línia gràfica:** es valorarà l'estètica de la proposta i l'adequació a les tendències de disseny actuals. Així com el seu encaix en el global de totes les propostes.
- e) **Qualitat tècnica accions:** s'avaluarà la capacitat d'integració de la línia gràfica amb la identitat visual corporativa i el grau de coneixement de les tècniques de disseny actuals.
- f) **Capacitat de comunicació:** s'avaluarà la capacitat per connectar i sensibilitzar els públics objectius.

- g) **Proposta d'accions complementàries:** es valoraran propostes originals, inèdites i que encaixin en els objectius de la campanya.

Detall dels punts màxims que es poden atorgar a cada criteri de la proposta tècnica:

C.2. Proposta Tècnica		Punts	%
Criteri	Descripció	Puntuació	%
a)	Adequació del projecte als continguts plantejats en el brifing	7	16%
b)	Proposta de lema de campanya	7	16%
c)	Originalitat del projecte creatiu	7	16%
d)	Proposta de línia gràfica	7	16%
e)	Qualitat tècnica de les accions proposades	7	16%
f)	Capacitat de comunicació amb el públic destinatari	7	16%
g)	Proposta d'accions complementàries	3	7%
TOTAL		45	100

D'acord amb els criteris establerts en l'apartat 12.1 del Plec de prescripcions tècniques i revisada la documentació presentada pels licitadors s'ha fet la següents valoració:

NÚM. LIC	NOM LICITADOR	NIF LICITADOR
1	POSTDATA DISSENY I COMUNICACIÓ, SL	B62279856

Criteri	Descripció	Puntuació Màxima	Puntuació Proposta
a)	Adequació del projecte als continguts plantejats en el brifing	7	1
b)	Proposta de lema de campanya	7	1
c)	Originalitat del projecte creatiu	7	3
d)	Proposta de línia gràfica	7	3
e)	Qualitat tècnica de les accions proposades	7	3,5
f)	Capacitat de comunicació amb el públic destinatari	7	1
g)	Proposta d'accions complementàries	3	0,5
TOTAL		45	13

A) La proposta no respon als conceptes plantejats al brifing. L'estratègia creativa es desenvolupa a partir d'objectius que són propis de la Diputació. Coneixement molt baix de la institució. **B)** El lema proposat no expressa la realitat territorial de la Diputació de Tarragona. Poca sensibilitat amb la ciutadania de la



Codi de verificació: a7341290-b8e1-464d-a62f-788728adae9d

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=a7341290-b8e1-464d-a62f-788728adae9d>

demarcació. El lema tampoc recull els conceptes exposats al brífing. **C)** Campanya adequada per a una promoció de territori o de marca turística, però poc adequada com a campanya institucional. **D)** Estètica habitual a les campanyes de promoció territorial, s'identifica poc amb els serveis de la Diputació. **E)** Tractament de la Identitat visual corporativa de la Diputació en la proposta gràfica correcte. **F)** Poca sensibilitat envers els públics objectius de la Diputació. **G)** Propostes addicionals simples però correctes.

NÚM. LIC	NOM LICITADOR	NIF LICITADOR
2	ESTUDI DE COMUNICACIÓ INTUS, SL	B64702699

Criteri	Descripció	Puntuació Màxima	Puntuació Proposta
a)	Adequació del projecte als continguts plantejats en el brífing	7	3
b)	Proposta de lema de campanya	7	2,5
c)	Originalitat del projecte creatiu	7	2
d)	Proposta de línia gràfica	7	2,5
e)	Qualitat tècnica de les accions proposades	7	2,5
f)	Capacitat de comunicació amb el públic destinatari	7	1,5
g)	Proposta d'accions complementàries	3	0,25
TOTAL		45	14,25

A) S'apunten alguns dels conceptes exposats al brífing, prescindint d'altres que han de ser identificadors de la Diputació. No es desenvolupa l'estratègia creativa. **B)** Lema poc identificador, aplicable a moltes altres organitzacions o serveis. **C)** Proposta creativa corrent, no elabora cap proposta de valor més enllà del brífing. **D)** Línia gràfica poc elaborada, utilitza símbols recurrents. **E)** Execució molt bàsica de la proposta gràfica, utilitzant diverses tècniques actuals que no queden integrades. Integració correcta de la Identitat visual corporativa de la Diputació en la proposta gràfica. **F)** Manca d'orientació als públics objectiu de la Diputació. **G)** Proposta addicional poc original.

NÚM. LIC	NOM LICITADOR	NIF LICITADOR
3	FRANCESC FARRÉ HUGUET	77785549D

Criteri	Descripció	Puntuació Màxima	Puntuació Proposta
a)	Adequació del projecte als continguts plantejats en el brífing	7	7
b)	Proposta de lema de campanya	7	6
c)	Originalitat del projecte creatiu	7	6,5
d)	Proposta de línia gràfica	7	7
e)	Qualitat tècnica de les accions proposades	7	6,5
f)	Capacitat de comunicació amb el públic destinatari	7	6
g)	Proposta d'accions complementàries	3	3
TOTAL		45	42

A) Anàlisi extensa del context actual de la Diputació de Tarragona i ampliació dels continguts del brífing, oferint noves oportunitats de comunicació. Explica amb detall una estratègia creativa enginyosa, que integra de forma coherent els continguts anteriors i els trasllada a una proposta creativa que dona resposta a tots els objectius. **B)** El lema aconsegueix sintetitzar el global del missatge i el posicionament en molt poques paraules, provocant que sigui de fàcil record. La proposta explica en detall d'on sorgeix el lema. **C)** Proposta original, innovadora, basada en tendències actuals poc aplicades a institucions. **D)**

Línia gràfica trencadora. Promou la ràpida identificació. La part visual integra el concepte del lema notablement. **E)** Integració correcta de la Identitat visual corporativa de la Diputació en la proposta gràfica, s'hi apliquen amb encert tècniques gràfiques actuals. **F)** Demostra coneixement del públic objectiu de la Diputació, amb propostes orientades als diferents segments. **G)** Presenta un ampli recull de propostes addicionals, que potencien els valors de la Diputació i ofereixen múltiples oportunitats a la campanya institucional.

NÚM. LIC	NOM LICITADOR	NIF LICITADOR	
4	ISSAAC ALBESA MESTRE	39875691Q	

Criteri	Descripció	Puntuació Màxima	Puntuació Proposta
a)	Adequació del projecte als continguts plantejats en el brifing	7	6,5
b)	Proposta de lema de campanya	7	6,5
c)	Originalitat del projecte creatiu	7	5,5
d)	Proposta de línia gràfica	7	4
e)	Qualitat tècnica de les accions proposades	7	4
f)	Capacitat de comunicació amb el públic destinatari	7	4
g)	Proposta d'accions complementàries	3	2,5
TOTAL		45	33

A) Comprèn els elements essencials del brifing, denotant un bon coneixement de la institució i de la demarcació. Breu descripció de l'estratègia creativa. Amb tot, la proposta presentada fa referència a serveis no contemplats al brifing. **B)** Lema que copsa la missió de la Diputació tot i que no recull altres aspectes exposats al brifing. **C)** L'ús d'il·lustracions d'autor confereix originalitat a la proposta. La resta d'elements de la campanya, però, són comuns i, un cop aplicats, redueixen la capacitat de sorprendre. **D)** La proposta està excessivament basada en la il·lustració. La línia gràfica és poc identificable. Dificultat per aplicar-la a diversitat de formats. **E)** Tractament de la Identitat Visual Corporativa de la Diputació en la proposta gràfica adequat, tot i que planteja la creació d'una submarca que no s'integra la IVC. **F)** Coneixement dels públics objectius de la Diputació. Capacitat reduïda de copsar-ne l'atenció, condicionada per l'estètica que li confereix la tècnica utilitzada. **G)** Propostes addicionals interessants, ofereixen possibilitats de millora de la campanya.

NÚM. LIC	NOM LICITADOR	NIF LICITADOR	
5	PLANETA MARKETING, SLU	B67391607	

Criteri	Descripció	Puntuació Màxima	Puntuació Proposta
a)	Adequació del projecte als continguts plantejats en el brifing	7	2
b)	Proposta de lema de campanya	7	2
c)	Originalitat del projecte creatiu	7	1
d)	Proposta de línia gràfica	7	1
e)	Qualitat tècnica de les accions proposades	7	1
f)	Capacitat de comunicació amb el públic destinatari	7	1
g)	Proposta d'accions complementàries	3	0
TOTAL		45	8



Codi de verificació: a7341290-b8e1-464d-a62f-788728adae9d

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=a7341290-b8e1-464d-a62f-788728adae9d>

A) Copsa la importància de mostrar proximitat i orientar la institució a les persones. Coneixement molt superficial de la Diputació i dels serveis que ofereix. No es desenvolupen els conceptes exposats al brífing ni s'aporta estratègia creativa. **B)** No transmet el posicionament desitjat i aborda el missatge parcialment, prescindint de molts dels conceptes proposats al brífing. Escassa capacitat persuasiva. **C)** Proposta basada en un lema i unes imatges recurrents en parlar d'institucions i serveis. Tractament gràfic molt bàsic. Proposta molt poc original. **D)** Poca cohesió entre les propostes gràfiques presentades. No hi ha una línia gràfica definida. **E)** No s'ha integrat la identitat visual corporativa de la Diputació en la proposta gràfica. Proposta gràfica poc treballada, extremadament senzilla. **F)** Poca capacitat de sensibilització dels públics, manca d'elements de connexió. **G)** No presenten propostes addicionals.

NÚM. LIC	NOM LICITADOR	NIF LICITADOR
6	ERDRIN, SL (CREATIVE ZOO)	B66718370

Criteri	Descripció	Puntuació Màxima	Puntuació Proposta
a)	Adequació del projecte als continguts plantejats en el brífing	7	3,5
b)	Proposta de lema de campanya	7	4
c)	Originalitat del projecte creatiu	7	3
d)	Proposta de línia gràfica	7	3
e)	Qualitat tècnica de les accions proposades	7	2
f)	Capacitat de comunicació amb el públic destinatari	7	3
g)	Proposta d'accions complementàries	3	0,25
TOTAL		45	18,75

A) Demostració escassa del coneixement de la Diputació i dels serveis que s'hi ofereixen. No es desenvolupen els conceptes exposats al brífing ni s'aporta estratègia creativa. **B)** Capacitat limitada de reclam. És una evolució de la campanya anterior però no copsa la globalitat dels conceptes expressats al brífing. **C)** Proposta creativa corrent, comuna a múltiples publicacions institucionals. **D)** Línia gràfica molt senzilla, amb els diversos elements poc integrats. **E)** La IVC està aplicada, però de forma poc integrada. **F)** La proposta apel·la els públics objectius de la Diputació a través d'imatges que promouen vagament la identificació, generant poca sensibilització. **G)** Propostes addicionals poc originals.

NÚM. LIC	NOM LICITADOR	NIF LICITADOR
7	AMANDA FERNÁNDEZ PEREZ (FÈMININ)	21012405L

Criteri	Descripció	Puntuació Màxima	Puntuació Proposta
a)	Adequació del projecte als continguts plantejats en el brífing	7	6
b)	Proposta de lema de campanya	7	4
c)	Originalitat del projecte creatiu	7	3
d)	Proposta de línia gràfica	7	3
e)	Qualitat tècnica de les accions proposades	7	3,5
f)	Capacitat de comunicació amb el públic destinatari	7	3
g)	Proposta d'accions complementàries	3	2
TOTAL		45	24,5



Codi de verificació: a7341290-b8e1-464d-a62f-788728adae9d

Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=a7341290-b8e1-464d-a62f-788728adae9d>

A) La proposta capta l'essència del briefing. S'intueix que es coneix la funció i els serveis que ofereix la Diputació, però hi falta concreció per copsar l'estratègia creativa. **B)** Sintetitza els conceptes continguts al briefing i al posicionament. És poc original. **C)** La proposta és continuïsta, no inèdita. **D)** Línia gràfica continuïsta. Les poques variacions no adopten les noves tendències gràfiques. **E)** Integració correcta de la Identitat visual corporativa de la Diputació en la proposta gràfica i qualitat acceptable dels originals, seguint els criteris ja definits per la campanya actual. **F)** No es percep l'orientació als diferents segments de públic objectiu de la Diputació. **G)** Propostes addicionals correctes.

NÚM. LIC	NOM LICITADOR	NIF LICITADOR
8	TARRAGONA DISSENY,SL	B43104694

Criteri	Descripció	Puntuació Màxima	Puntuació Proposta
a)	Adequació del projecte als continguts plantejats en el briefing	7	5
b)	Proposta de lema de campanya	7	3,5
c)	Originalitat del projecte creatiu	7	3,5
d)	Proposta de línia gràfica	7	3,5
e)	Qualitat tècnica de les accions proposades	7	4
f)	Capacitat de comunicació amb el públic destinatari	7	4
g)	Proposta d'accions complementàries	3	0,25
TOTAL		45	23,75

A) La proposta es ceneix a la idea general del briefing i la desenvolupa en una estratègia creativa ben detallada. Bon coneixement de la Diputació i dels serveis que ofereix. **B)** El lema proposat recull la idea del servei per a les persones, però no inclou altres dimensions proposades al briefing. **C)** Campanya comú en la publicitat de serveis, a partir de testimonials. Poca capacitat de sorprendre i d'identificació. **D)** Línia gràfica ben tractada, disseny equilibrat i clàssic, sense cap element que connecti amb les tendències actuals. **E)** Tractament de la Identitat visual corporativa de la Diputació en la proposta gràfica correcte. **F)** La proposta apel·la als públics objectiu de la Diputació i hi mostra sensibilitat. **G)** Propostes addicionals simples però correctes.

NÚM. LIC	NOM LICITADOR	NIF LICITADOR
9	FEELING COMUNICACIÓ, SL	B43608108

Criteri	Descripció	Puntuació Màxima	Puntuació Proposta
a)	Adequació del projecte als continguts plantejats en el briefing	7	5
b)	Proposta de lema de campanya	7	3
c)	Originalitat del projecte creatiu	7	4
d)	Proposta de línia gràfica	7	5
e)	Qualitat tècnica de les accions proposades	7	6,5
f)	Capacitat de comunicació amb el públic destinatari	7	5
g)	Proposta d'accions complementàries	3	0,25
TOTAL		45	28,75

A) Desenvolupa els conceptes bàsics del briefing: orientació a les persones, lideratge de la Diputació i



Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/7codigoVerificacion=a7341290-b8e1-464d-a62f-788728adae9d>

territori òptim per viure. L'estratègia creativa es limita al trasllat dels conceptes del brífing, sense aportar cap altra concepció extreta del coneixement de la Diputació. **B)** Lema ja utilitzat per la Diputació de Tarragona (*Junts: avancem*, campanya 2008). **C)** Campanya atractiva pel que fa al disseny, però lema no inèdit. **D)** Estètica actual, amb ús de tècniques de tendència utilitzades en suports diversos. Presenta una segona proposta però no explica l'encaix amb la primera. **E)** Tractament de la Identitat visual corporativa de la Diputació en la proposta gràfica correcta, tot i que la marca no admet variacions de color corporatiu i no es justifica aquesta variació. **F)** Bona capacitat de connexió amb els públics objectius de la Diputació. **G)** Proposta addicional poc original.

NÚM. LIC	NOM LICITADOR	NIF LICITADOR	
10	SEÑORA CARMEN, SLU	B02683902	

Criteri	Descripció	Puntuació Màxima	Puntuació Proposta
a)	Adequació del projecte als continguts plantejats en el brífing	7	2
b)	Proposta de lema de campanya	7	2
c)	Originalitat del projecte creatiu	7	3,5
d)	Proposta de línia gràfica	7	2
e)	Qualitat tècnica de les accions proposades	7	2
f)	Capacitat de comunicació amb el públic destinatari	7	2
g)	Proposta d'accions complementàries	3	0
TOTAL		45	13,5

A) La proposta no encaixa amb els conceptes expressats al brífing. Poca sensibilitat respecte l'abast territorial de la Diputació i poc coneixement dels serveis que ofereix. **B)** El lema és similar a l'anterior i resulta poc original. **C)** Proposta original, però poc adequada als valors que es demanen al brífing, posiciona la institució de forma no desitjada. **D)** Línia gràfica simple, poc treballada. **E)** Identitat visual corporativa de la Diputació integrada perquè es basa en una continuació de l'actual campanya. No aporta cap element diferenciador de valor. **F)** Poca sensibilitat cap als públics objectiu, malgrat la intenció de trobar-hi nexes. **G)** No presenten propostes addicionals.

Valoració global proposta creativa

D'acord a l'establert en l'apartat 12.1) del Plec de prescripcions tècniques d'aquest contracte de serveis, la valoració dels criteris avaluable en base a un judici de valor, revisada la documentació presentada pels licitadors i valorats els criteris establerts, s'ha obtingut la següent puntuació.

Codi de verificació: a7341290-b9e1-464d-a62f-788728adae9d

Codi de verificació: a7341290-b8e1-464d-a62f-788728adae9d

NÚM. LIC	NOM LICITADOR	VALORACIÓ CRITERIS PROPOSTA CREATIVA							Puntuació Proposta Creativa
		a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	
1	POSTDATA DISSENY I COMUNICACIÓ, SL	1	1	3	3	3,5	1	0,5	13
2	ESTUDI DE COMUNICACIÓ INTUS, SL	3	2,5	2	2,5	2,5	1,5	0,25	14,25
3	FRANCESC FARRÉ HUGUET	7	6	6,5	7	6,5	6	3	42
4	ISSAAC ALBESA MESTRE	6,5	6,5	5,5	4	4	4	2,5	33
5	PLANETA MARKETING, SLU	2	2	1	1	1	1	0	8
6	ERDRIN, SL (CREATIVE ZOO)	3,5	4	3	3	2	3	0,25	18,75
7	AMANDA FERNÁNDEZ PEREZ (FÈMININ)	6	4	3	3	3,5	3	2	24,5
8	TARRAGONA DISSENY, SL	5	3,5	3,5	3,5	4	4	0,25	23,75
9	FEELING COMUNICACIÓ, SL	5	3	4	5	6,5	5	0,25	28,75
10	SEÑORA CARMEN, SLU	2	2	3,5	2	2	2	0	13,5

Puntuació Proposta Creativa per ordre de puntuació

NÚM. Ordre	NÚM. LIC	NIF LICITADOR	NOM LICITADOR	Puntuació Proposta Creativa
01	3	77785549D	FRANCESC FARRÉ HUGUET	42
02	4	39875691Q	ISSAAC ALBESA MESTRE	33
03	9	B43608108	FEELING COMUNICACIÓ, SL	28,75
04	7	21012405L	AMANDA FERNÁNDEZ PEREZ (FÈMININ)	24,5
05	8	B43104694	TARRAGONA DISSENY,SL	23,75
06	6	B66718370	ERDRIN, SL (CREATIVE ZOO)	18,75
07	2	B64702699	ESTUDI DE COMUNICACIÓ INTUS, SL	14,25
08	10	B02683902	SEÑORA CARMEN, SLU	13,5
09	1	B62279856	POSTDATA DISSENY I COMUNICACIÓ, SL	13
10	5	B67391607	PLANETA MARKETING, SLU	8

B.- Criteris d'adjudicació avaluables de forma automàtica. Oferta econòmica. (fins a un màxim de 55 punts).

Requereix la presentació de la proposta econòmica del projecte per un import màxim de base de licitació de 14.999,00 €, IVA no inclòs.

$$\text{Puntuació oferta} = \frac{55 * (\text{import màxim licitació} - \text{oferta que es valora})}{(\text{import màxim licitació} - \text{oferta més econòmica})}$$

D'acord a l'establert en l'apartat 12.2) del Plec de prescripcions tècniques d'aquest contracte de serveis, la valoració dels criteris avaluables de forma automàtica, revisada l'oferta econòmica presentada pels licitadors i valorats d'acord als criteris establerts, s'ha obtingut la següent puntuació.

Puntuació Oferta Econòmica per ordre de licitador

NÚM. LIC	NIF LICITADOR	NOM LICITADOR	OFERTA	PUNTUACIÓ
1	B62279856	POSTDATA DISSENY I COMUNICACIÓ, SL	12.000,00	36,65
2	B64702699	ESTUDI DE COMUNICACIÓ INTUS, SL	10.499,00	55,00
3	77785549D	FRANCESC FARRÉ HUGUET	12.450,00	31,15
4	39875691Q	ISSAAC ALBESA MESTRE	13.500,00	18,32
5	B67391607	PLANETA MARKETING, SLU	10.600,00	53,77
6	B66718370	ERDRIN, SL (CREATIVE ZOO)	13.499,00	18,33
7	21012405L	AMANDA FERNÁNDEZ PEREZ (FÈMININ)	12.900,00	25,65
8	B43104694	TARRAGONA DISSENY,SL	12.900,00	25,65
9	B43608108	FEELING COMUNICACIÓ, SL	13.050,00	23,82
10	B02683902	SEÑORA CARMEN, SLU	13.799,00	14,67

Valoració Propostes Econòmiques per ordre de puntuació

NÚM. Ordre	NÚM. LIC	NIF LICITADOR	LICITADORS	OFERTA	PUNTUACIÓ
01	2	B64702699	ESTUDI DE COMUNICACIÓ INTUS, SL	10.499,00	55,00
02	5	B67391607	PLANETA MARKETING, SLU	10.600,00	53,77
03	1	B62279856	POSTDATA DISSENY I COMUNICACIÓ, SL	12.000,00	36,65
04	3	77785549D	FRANCESC FARRÉ HUGUET	12.450,00	31,15
05	7	21012405L	AMANDA FERNÁNDEZ PEREZ (FÈMININ)	12.900,00	25,65
05	8	B43104694	TARRAGONA DISSENY,SL	12.900,00	25,65
07	9	B43608108	FEELING COMUNICACIÓ, SL	13.050,00	23,82
08	6	B66718370	ERDRIN, SL (CREATIVE ZOO)	13.499,00	18,33
09	4	39875691Q	ISSAAC ALBESA MESTRE	13.500,00	18,32
10	10	B02683902	SEÑORA CARMEN, SLU	13.799,00	14,67

En conseqüència, INFORMO:

Primer. De les propostes presentades pels licitadors i d'acord amb els criteris establerts a l'apartat 12) del Plec de prescripcions tècniques del contracte de serveis dels treballs per a la definició i disseny de la campanya de publicitat institucional de la Diputació de Tarragona, per al període 2020-2023, realitzada la valoració de les propostes tècniques de les ofertes i incorporant la valoració de les propostes econòmiques, s'emet la següent valoració ordenada de major a menor puntuació.

Puntuació per ordre de puntuació

NÚM. Ordre	NÚM. LIC	NOM LICITADOR	Puntuació Proposta Creativa	Puntuació Oferta Econòmica	TOTAL PUNTUACIÓ
01	3	FRANCESC FARRÉ HUGUET	42	31,15	73,15
02	2	ESTUDI DE COMUNICACIÓ INTUS, SL	14,25	55,00	69,25
03	5	PLANETA MARKETING, SLU	8	53,77	61,77
04	9	FEELING COMUNICACIÓ, SL	28,75	23,82	52,57
05	4	ISSAAC ALBESA MESTRE	33	18,32	51,32
06	7	AMANDA FERNÁNDEZ PEREZ (FÈMININ)	24,5	25,65	50,15
07	1	POSTDATA DISSENY I COMUNICACIÓ, SL	13	36,65	49,65
08	8	TARRAGONA DISSENY,SL	23,75	25,65	49,40
09	6	ERDRIN, SL (CREATIVE ZOO)	18,75	18,33	37,08
10	10	SEÑORA CARMEN, SLU	13,5	14,67	28,17

Segon. Remetre aquest informe tècnic de valoració d'ofertes a la Unitat de Contractació i Expropiacions per tal de donar continuïtat als tràmits d'adjudicació del



Per a la verificació del següent codi podrà connectar-se a la següent adreça
<https://egovern.altanet.org/valida/?codigoVerificacion=a7341290-b8e1-464d-a62f-788728adae9d>

contracte de serveis dels treballs per a la definició i disseny de la campanya de publicitat institucional de la Diputació de Tarragona, per al període 2020-2023.

Tercer. Proposar que s'adjudiqui el contracte de serveis dels treballs per a la definició i disseny de la campanya de publicitat institucional de la Diputació de Tarragona, per al període 2020-2023 a l'empresa FRANCESC FARRÉ HUGUET, amb NIF 77785549D i per un import d'adjudicació de 12.450,00.- €, IVA no inclòs, atès que és el licitador que ha obtingut la major puntuació, amb un total de 73,15 punts.