

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: informe proposta modificació valoració final	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: WX5W3-6CG0J-R3NPC Data d'emissió: 25 de Febrer de 2025 a les 9:35:18 Pàgina 1 de 12	SIGNATURES 1.- Operador de Promoció de PATRONAT DE TURISME. APR 18/02/2025 12:46 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. Signat 18/02/2025 16:10 ESTAT SIGNAT 18/02/2025 16:10



INFORME TÈCNIC DELS CRITERIS SOTMESOS A JUDICI DE VALOR DE LES OFERTES PRESENTADES A LA LICITACIÓ DEL SERVEI DE GESTIÓ I MANTENIMENT ESTRATÈGIC DELS MITJANS SOCIALS DEL PATRONAT DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ DE LLEIDA

ASSUMPTE: Valoració del grau de compliment dels criteris sotmesos a judici de valor de les ofertes presentades per a la realització del servei de gestió i manteniment estratègic dels mitjans socials del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida corresponents als anys 2025 i 2026.

IDENTIFICACIÓ DE L'EXPEDIENT: 2024/04 GEN SEC INT

OBJECTE: L'objecte de la present licitació consisteix a proveir el servei de gestió i manteniment estratègic dels mitjans socials del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida corresponents als anys 2025 i 2026.

ANÀLISI DE LA DOCUMENTACIÓ TÈCNICA PRESENTADA:

L'empresa licitadora ha de presentar una proposta tècnica del projecte per dur a terme la gestió i manteniment estratègic dels perfils de les xarxes socials del Patronat de Turisme, així com una memòria sobre el coneixement de l'oferta turística del Pirineu i les Terres de Lleida:

Documentació tècnica a valorar

- 1) **Una proposta tècnica** consistent en:
 - a. Una proposta editorial, textual i gràfica, de cada plataforma social centrada en productes i activitats turístiques de la demarcació de Lleida i alineades amb la marca Ara Lleida.
 - b. Una descripció d'una proposta de publicitat on ha d'incloure una breu descripció de l'estratègia de publicitat prevista per al conjunt de les xarxes socials.
 - c. Una proposta de millores en relació amb les noves tendències i l'evolució de les plataformes socials.
 - d. Proposta d'informe de mètriques.
- 2) **Una memòria sintètica** que descrigui el grau de coneixement de l'oferta del Pirineu i les Terres de Lleida, els actors col·laboradors a tenir en compte, així com el grau de coneixement dels diferents públics objectius a qui adreçaria la comunicació segons el Pla d'Estratègia Turística 2023-2026 de l'organisme.

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: informe proposta modificació valoració final	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: WX5W3-6CG0J-R3NPC Data d'emissió: 25 de Febrer de 2025 a les 9:35:18 Pàgina 2 de 12	SIGNATURES 1.- Operador de Promoció de PATRONAT DE TURISME. APR 18/02/2025 12:46 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. Signat 18/02/2025 16:10
ESTAT SIGNAT 18/02/2025 16:10	



CRITERIS DE VALORACIÓ:

Les ofertes presentades i admeses a la Mesa s'han valorat i ponderat de conformitat amb els criteris, i els corresponents requisits formals, previstos als Plecs de Clàusules Administratives.

DETALL VALORACIONS CRITERIS AVALUABLES PER JUDICI DE VALOR

1. Proposta tècnica:

PROPOSTA TÈCNICA: AUTORITAS CONSULTING S.A.			
	Compliment dels requisits formals (Sí/No)	COMENTARIS	Punt. Total
Proposta editorial	Sí	La proposta editorial presentada és molt detallada i precisa, amb una clara diferenciació per plataforma i una alineació amb la marca Ara Lleida. La inclusió d'un calendari editorial específic, amb exemples concrets de continguts i formats per a cada xarxa social, demostra una capacitat clara per adaptar-se a diferents estils i audiències. A més, el pla editorial inclou estratègies personalitzades per a cada plataforma, destacant continguts visuals, interactius i textuals adaptats a cada format.	5 / 5
Proposta de publicitat	Sí	La proposta presentada inclou una metodologia de planificació ben definida, especificant que la distribució del pressupost es farà segons les prioritats de cada moment i es revisarà pel Patronat de Turisme. A més, ofereix un desglossament detallat d'un pressupost estimat per plataforma i tipus de campanya, assegurant una estratègia estructurada i flexible.	5 / 5
Proposta de millores	Sí	La proposta incorpora un informe de benchmarking per comparar la presència i el rendiment de les xarxes socials de Lleida amb destinacions similars, detallant la selecció de referències, l'anàlisi de publicacions, engagement i bones pràctiques; a més, s'inclou la implementació de Clippea per rebre alertes en temps real, un equip de traductors per ampliar l'abast internacional, contingut immersiu amb reels i stories sota el lema "Moments d'Aralleida", contingut accessible amb subtítols automàtics, i contingut interactiu i gamificat a TikTok i Instagram; tot això es descriu amb gran detall i exemples concrets, analitzant beneficis i concloent sobre la viabilitat i efectivitat de les millores, complint així amb els criteris demanats.	5 / 5
Proposta d'informe de mètriques	No	La proposta presenta un model d'informe exhaustiu i clar que integra dades quantitatives i qualitatives de manera detallada i estructurada, amb informes mensuals (quadre de comandament, desglossament	5 / 5



		per xarxa, anàlisi de promocions amb mapes de calor) i un informe d'activitat que ofereix una visió integral de l'estratègia digital, tot orientat a la presa de decisions basades en evidències. A més, la presentació gràfica i la l'organització lògica de la mostra dels informes faciliten una ràpida comprensió dels resultats, permetent identificar oportunitats de millora de manera immediata. La inclusió d'indicadors clau i mapes de calor aporta una visió visual i detallada que sustenta una gestió estratègica eficaç.	
TOTAL			20/ 20 PUNTS

PROPOSTA TÈCNICA: DIGITAL MOMENTUM			
	Compliment dels requisits formals (Sí/No)	COMENTARIS	Punt. Total
Proposta editorial	Sí	La proposta presentada descriu amb detall i precisió una estratègia editorial i gràfica adaptada a cadascuna de les principals xarxes socials. Es diferencia clarament per plataforma, oferint continguts específics segons el públic objectiu i la naturalesa de cada canal. A més, la proposta està alineada amb la marca Ara Lleida, promovent la cultura, la gastronomia, els esdeveniments i el turisme local de manera estratègica i estructurada. La diversitat de formats i exemples concrets reforcen la seva aplicabilitat real.	5 / 5
Proposta publicitat de	Sí	La proposta presentada ofereix una estratègia publicitària estructurada, incloent-hi la menció de la segmentació del públic, elecció de plataformes i diferents tipologies de campanyes. No obstant això, la proposta no especifica la metodologia de planificació en relació amb un pressupost estimat, ni desenvolupa una justificació clara sobre com s'ajusta als valors de la marca Ara Lleida. A més, no es presenten propostes especialment innovadores que diferenciïn la gestió de la campanya.	2 / 5
Proposta de millores	Sí	La proposta presentada inclou millores alineades amb les noves tendències digitals com la realitat augmentada, la col·laboració amb microinfluencers, els vídeos efímers, l'automatització de respostes i el comerç electrònic en xarxes socials. No obstant això, la proposta no detalla com es duran a terme aquestes millores, ni presenta exemples concrets d'implementació, beneficis esperats o anàlisis de viabilitat.	3 / 5



Proposta d'informe de mètriques	Sí	La proposta presentada aporta un informe no exhaustiu, mencionant les mètriques útils qualitatives i quantitatives per a la presa de decisions mensuals. A més, incorpora una eina innovadora, com el dashboard interactiu amb actualitzacions setmanals, que facilita la consulta de dades en temps real. No obstant això, l'informe no especifica clarament l'enfocament anual ni com es consoliden aquestes mètriques en la presa de decisions a llarg termini.	3 / 5
TOTAL			13 / 20 PUNTS

PROPOSTA TÈCNICA: LINKEMANN VENTURES S.L.			
	Compliment dels requisits formals (Sí/No)	COMENTARIS	Punt. Total
Proposta editorial	Sí	La proposta presentada descriu amb detall i precisió una estratègia editorial adaptada a cadascuna de les principals xarxes socials. Es diferencia clarament per plataforma, oferint continguts específics segons el públic objectiu i la naturalesa de cada canal. A més, la proposta està alineada amb la marca Ara Lleida, promovent la cultura, la gastronomia, els esdeveniments i el turisme local de manera estratègica i estructurada. La diversitat de formats, la coherència visual i el calendari editorial demostra la capacitat de l'empresa adjudicatària per adaptar-se a estils variats segons les exigències de cada plataforma.	5 / 5
Proposta de publicitat	Sí	La proposta presentada descriu una estratègia publicitària estructurada amb una segmentació precisa del públic objectiu i una distribució clara d'un pressupost estimatiu en diferents plataformes socials. A més, inclou accions innovadores com la col·laboració amb influencers locals, la gamificació, la realitat augmentada i el turisme sostenible visible. També incorpora una metodologia de planificació ben definida i KPIs per avaluar-ne l'impacte. La proposta està plenament alineada amb els valors de la marca Ara Lleida, garantint una promoció efectiva i diferenciadora.	5 / 5
Proposta de millores	Sí	La proposta presentada inclou millores alineades amb les noves tendències digitals, com l'ús de vídeos curts, la gamificació, la intel·ligència artificial per a la segmentació de públics i l'increment del UCG (User Generated Content). A més, cada millora està detallada amb la seva aplicació pràctica, beneficis esperats i viabilitat. També es proposen accions concretes com la promoció creuada amb altres sectors i l'ús de realitat augmentada per a experiències immersives. L'estratègia està clarament enfocada a incrementar l'engagement i la personalització dels	5 / 5

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: informe proposta modificació valoració final	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: WX5W3-6CG0J-R3NPC Data d'emissió: 25 de Febrer de 2025 a les 9:35:18 Pàgina 5 de 12	SIGNATURES 1.- Operador de Promoció de PATRONAT DE TURISME. APR 18/02/2025 12:46 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. Signat 18/02/2025 16:10 ESTAT SIGNAT 18/02/2025 16:10



		continguts.	
Proposta d'informe de mètriques	Sí	La proposta presentada aporta un informe clar i exhaustiu que inclou tant mètriques quantitatives com qualitatives per a la presa de decisions mensuals i anuals. Es detallen indicadors clau com abast, interacció, CTR i ROI, així com anàlisis de sentiment i participació del públic. A més, es proposen eines innovadores com dashboards interactius, mapes de calor i estudis comparatius amb competidors, facilitant una anàlisi estratègica i pràctica. Aquest enfocament garanteix una presentació clara i útil per a la presa de decisions mensual i general basada en dades.	5 / 5
TOTAL			20 / 20 PUNTS

PROPOSTA TÈCNICA: OMA COMUNICA S.L.			
	Compliment dels requisits formals (Sí/No)		Punt. Total
Proposta editorial	Sí	La proposta presentada descriu amb detall una estratègia alineada amb la marca Ara Lleida, incorporant elements textuais i gràfics coherents amb la seva identitat. A més, s'especifica com s'adapten els continguts a diferents xarxes socials, fet que permet estimar que l'empresa adjudicatària és capaç de treballar amb diferents estils per a cada plataforma. La diversitat de formats i enfocaments confirma una capacitat d'adaptació a les particularitats de cada canal, assegurant una comunicació efectiva i diferenciada.	5 / 5
Proposta de publicitat	Sí	La proposta presentada es basa en un concepte creatiu ("Inspira") però no inclou una metodologia de planificació detallada. Tot i que planteja objectius i formats de contingut en diferents canals de comunicació, no especifica estratègies de publicitat pagada ni la distribució d'un pressupost estimat fet que impedeix valorar-ne l'eficàcia. A més, no es detallen accions innovadores en l'àmbit de la publicitat digital.	0 / 5
Proposta de millores	Sí	La proposta presentada detalla estratègies alineades amb les noves tendències digitals, incloent-hi la potenciació del contingut de format curt, l'ús de contingut generat per usuaris (UGC), la col·laboració amb microinfluencers i la promoció de valors socials i sostenibilitat. A més, es descriuen accions concretes per a cada millora i es proporcionen conclusions sobre la seva aplicació, beneficis esperats i impacte en l'audiència. Aquest enfocament permet valorar la viabilitat i eficàcia de cada estratègia, demostrant una adaptació als canvis en les plataformes socials i a les noves demandes del públic.	5 / 5
Proposta d'informe	Sí	La proposta és exhaustiva i clara, amb mètriques quantitatives i qualitatives que cobreixen aspectes	

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: informe proposta modificació valoració final	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: WX5W3-6CG0J-R3NPC Data d'emissió: 25 de Febrer de 2025 a les 9:35:18 Pàgina 6 de 12	SIGNATURES 1.- Operador de Promoció de PATRONAT DE TURISME. APR 18/02/2025 12:46 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. Signat 18/02/2025 16:10	ESTAT SIGNAT 18/02/2025 16:10



de mètriques		essencials per a la presa de decisions. S'inclouen exemples de gràfiques i anàlisis detallades de xarxes socials, com abast, impressions, interacció i creixement d'audiència, així com una comparativa temporal per optimitzar futures accions. En l'àmbit de la innovació, es proposen eines visuals com dashboards interactius i mapes de calor, que milloren la comprensió de les dades. Aquesta metodologia pot comportar que es generi un informe útil i accionable, facilitant una presa de decisions més precisa.	5 / 5
TOTAL			15 / 20 PUNTS

PROPOSTA TÈCNICA: PADDOCK COMUNICACIÓN S.L.			
	Compliment dels requisits formals (Sí/No)	COMENTARIS	Punt. Total
Proposta editorial	Sí	La proposta editorial presentada destaca per la seva exhaustivitat i alineació amb la marca Ara Lleida, establint una estratègia diferenciada per a cada plataforma. Es detalla una estructura clara de continguts, línia gràfica i to comunicatiu, adaptats als diferents públics i xarxes socials. La proposta mostra capacitat per treballar amb diversos estils, assegurant que cada canal mantingui una identitat pròpia i coherent amb els valors de sostenibilitat, innovació i responsabilitat de la destinació. A més, inclou un enfocament basat en tendències actuals, com el contingut generat per usuaris (UGC), vídeos curts i interacció constant, reforçant així l'impacte i notorietat de la marca.	5 / 5
Proposta de publicitat	Sí	La proposta de publicitat descriu amb detall la metodologia de planificació i l'assignació pressupostària, assegurant una distribució estratègica dels recursos en funció dels objectius i les necessitats de cada xarxa social. La segmentació del públic està clarament definida per a cada plataforma, optimitzant les campanyes segons interessos i ubicació. A més, incorpora accions proactives com la promoció de publicacions amb millor rendiment, campanyes específiques d'agenda per a la captació de subscriptors i l'ús de sparks ads, una estratègia innovadora per generar interacció i reconeixement de marca. També es planifiquen campanyes estacionals per maximitzar l'impacte en diferents moments de l'any.	5 / 5
Proposta de millores	Sí	La proposta de millores detalla de manera exhaustiva accions concretes alineades amb les noves tendències digitals i l'evolució de les xarxes socials, demostrant un	

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: informe proposta modificació valoració final	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: WX5W3-6CG0J-R3NPC Data d'emissió: 25 de Febrer de 2025 a les 9:35:18 Pàgina 7 de 12	SIGNATURES 1.- Operador de Promoció de PATRONAT DE TURISME. APR 18/02/2025 12:46 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. Signat 18/02/2025 16:10	ESTAT SIGNAT 18/02/2025 16:10



		enfocament innovador i aplicable. Inclou l'optimització del SEO i l'accessibilitat mitjançant descripcions en imatges, la integració de nous formats com carrusels a TikTok, newsletters a LinkedIn i l'ús d'enquestes interactives. També planteja l'expansió a nous canals com Spotify, WhatsApp i Mailchimp, aportant estratègies proactives per millorar la interacció i la notorietat de marca. La proposta incorpora exemples clars de com implementar aquestes millores, així com eines d'anàlisi i gestió de continguts, garantint un impacte mesurable i sostenible.	5 / 5
Proposta d'informe de mètriques	Sí	La proposta d'informe de mètriques és exhaustiva i clara, detallant tant dades quantitatives com qualitatives de manera estructurada i orientada a la presa de decisions. S'inclouen tres nivells d'anàlisi (mensual, trimestral i anual), així com reunions de seguiment per avaluar i ajustar estratègies en temps real. L'ús combinat d'eines com Semrush i Meta Business Suite permet un contrast fiable de les dades, assegurant conclusions objectives. A més, s'inclouen gràfics i tendències per anticipar canvis en el comportament de l'audiència i optimitzar resultats. La incorporació d'un apartat de recomanacions estratègiques basades en insights reals aporta valor afegit a la proposta.	5 / 5
TOTAL			20 / 20 PUNTS

PROPOSTA TÈCNICA: PYMERALIA S.L.			
	Compliment dels requisits formals (Sí/No)	COMENTARIS	Punt. Total
Proposta editorial	Sí	Es presenta una proposta editorial amb una descripció detallada i precisa, adaptant el contingut a cada xarxa social. S'ha tingut en compte la diversitat del territori, presentant activitats representatives de les diverses comarques de Lleida i segmentant la comunicació per arribar als diferents públics objectius a través de les diferents plataformes. A més, la proposta es destaca per la coherència amb els valors de la marca Ara Lleida, com la sostenibilitat i la promoció de la cultura local, utilitzant formats visuals atractius i adaptats a cada xarxa social.	5 / 5
Proposta de publicitat	Sí	La proposta presenta una metodologia de planificació clara i detallada en relació amb un pressupost estimat, el qual es distribueix de manera estratègica per maximitzar la rendibilitat de la inversió. A més, la proposta inclou accions innovadores i proactives, com la col·laboració amb influencers especialitzats en turisme sostenible i la realització de sorteigs a Instagram i TikTok, la qual cosa demostra una capacitat per adaptar les campanyes a les necessitats específiques de cada plataforma. Les	5 / 5



		campanyes estan alineades amb els valors de la marca Ara Lleida, destacant el turisme sostenible i responsable, i s'estableix un sistema de seguiment mitjançant KPIs mensuals i trimestrals per assegurar que els resultats s'estan assolint.	
Proposta de millores	Sí	La proposta descriu detalladament accions concretes per millorar la interacció i l'engagement amb els usuaris, tant locals com visitants. Es proposen accions innovadores com la creació de grups de comunicació, així com la participació en reptes virals de plataformes, per augmentar la visibilitat de la marca. També es destaca la incorporació de la intel·ligència artificial per millorar l'experiència de l'usuari. Les accions proactives, s'ajusten als valors de la marca Ara Lleida, les quals poden ajudar a connectar de manera efectiva amb el públic objectiu, millorant així la seva percepció i el compromís amb el territori.	5 / 5
Proposta d'informe de mètriques	Sí	La proposta de l'informe de mètriques ofereix una visió exhaustiva i clara tant de les mètriques quantitatives com qualitatives. Els informes proposats permeten un seguiment mensual, trimestral i anual de les xarxes socials, amb un enfocament orientat a la presa de decisions. Es presenten dades detallades sobre indicadors com impressions, abast, interaccions i dades demogràfiques, així com una anàlisi qualitativa de la percepció de la marca. A més, la proposta inclou eines innovadores com els dashboards interactius, les infografies visuals i els mapes de calor, que faciliten la comprensió de les dades. L'ús d'eines predictives per anticipar tendències i millorar la presa de decisions és també un element innovador que afegeix valor.	5 / 5
TOTAL			20 / 20 PUNTS

RESULTAT FASE PROPOSTA TÈCNICA

Empresa	Puntuació
AUTORITAS CONSULTING S.A.	20 PUNTS
DIGITAL MOMENTUM	13 PUNTS
LINKEMANN VENTURES S.L.	20 PUNTS
OMA COMUNICA S.L	15 PUNTS
PADDOCK COMUNICACIÓN S.L.	20 PUNTS
PYMERALIA S.L.	20 PUNTS

DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: informe proposta modificació valoració final	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: WX5W3-6CG0J-R3NPC Data d'emissió: 25 de Febrer de 2025 a les 9:35:18 Pàgina 9 de 12	SIGNATURES 1.- Operador de Promoció de PATRONAT DE TURISME. APR 18/02/2025 12:46 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. Signat 18/02/2025 16:10 ESTAT SIGNAT 18/02/2025 16:10



2. Memòria sintètica sobre el coneixement de l'oferta turística del Pirineu i les Terres de Lleida:

MEMÒRIA SOBRE EL CONEIXEMENT DE L'OFERTA TURÍSTICA: AUTORITAS CONSULTING, S.A.		
Compliment dels requisits formals (Sí/No)	COMENTARIS	Puntuació Total
Sí	La memòria descriu detalladament l'oferta turística del Pirineu i les Terres de Lleida, destacant recursos com el Parc Nacional d'Aigüestortes i el llac de Sant Maurici, la Vall de Boí i les activitats com el turisme actiu, l'ecoturisme i la gastronomia local. A més, es relacionen els productes turístics amb els mercats emissors clau (Catalunya, França, Benelux, Alemanya, etc.), adaptant l'oferta als interessos de cada mercat. La segmentació dels públics objectius (famílies, parelles, sèniors, etc.) està ben definida, amb estratègies concretes per a cada perfil. Finalment, es detalla el coneixement dels actors col·laboradors, com els consells comarcals, les associacions locals i els influencers, essencials segons l'empresa per a la promoció de la destinació.	10 /10

MEMÒRIA SOBRE EL CONEIXEMENT DE L'OFERTA TURÍSTICA: DIGITAL MOMENTUM		
Compliment dels requisits formals (Sí/No)	COMENTARIS	Puntuació Total
No	L'empresa no ha presentat la memòria requerida sobre el coneixement de l'oferta turística del Pirineu i les Terres de Lleida, i per tant, no ha proporcionat la informació necessària per avaluar el seu grau de coneixement dels recursos turístics, els mercats emissors, els públics objectius ni els actors col·laboradors implicats en la comunicació a les plataformes socials. Per la qual cosa, no s'ha pogut avaluar segons els requisits establerts al Plec de Clàusules Administratives.	0 /10



DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: informe proposta modificació valoració final	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: WX5W3-6CG0J-R3NPC Data d'emissió: 25 de Febrer de 2025 a les 9:35:18 Pàgina 10 de 12	SIGNATURES 1.- Operador de Promoció de PATRONAT DE TURISME. APR 18/02/2025 12:46 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. Signat 18/02/2025 16:10	ESTAT SIGNAT 18/02/2025 16:10



MEMÒRIA SOBRE EL CONEIXEMENT DE L'OFERTA TURÍSTICA: LINKEMANN VENTURES S.L.		
Compliment dels requisits formals (Sí/No)	COMENTARIS	Puntuació Total
Sí	La descripció de la memòria mostra un coneixement detallat de l'oferta turística del Pirineu i les Terres de Lleida. Descriu els recursos naturals i culturals clau, com els parcs naturals i el parc nacional, les muntanyes, els rius i els monuments històrics com les esglésies de la Vall de Boí i la Seu Vella de la ciutat de Lleida, reflectint els atractius més rellevants. També analitza com els productes turístics s'adapten als mercats emissors (Catalunya, França, Benelux, etc.) i els segments de públic (famílies, esportistes, amants de la natura, turisme premium). A més, es destaca el coneixement dels actors col·laboradors, incloent-hi els consells comarcals, sector privat i influencers, mostrant un coneixement sòlid del territori, la seva oferta i els mercats objectiu, segons l'establert al Pla Estratègic de Turisme 2023-2026.	10 /10

MEMÒRIA SOBRE EL CONEIXEMENT DE L'OFERTA TURÍSTICA: OMA COMUNICA S.L.		
Compliment dels requisits formals (Sí/No)	COMENTARIS	Puntuació Total
Sí	La memòria presentada descriu detalladament l'oferta turística del Pirineu i les Terres de Lleida, incloent-hi els espais naturals, el patrimoni cultural i les activitats d'aventura. A més, es relacionen aquests productes amb els mercats emissors estatals i internacionals, mostrant un bon coneixement de les preferències de cada mercat. La segmentació dels públics objectius i la identificació dels canals de comunicació més adequats per a cada grup evidencien un coneixement profund dels públics objectius. També es destaca la col·laboració amb actors clau, com les institucions públiques, el sector privat i els col·laboradors externs, que reforcen la promoció turística de la destinació.	10 /10

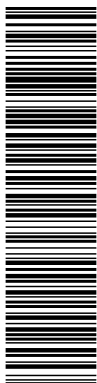


DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: informe proposta modificació valoració final	IDENTIFICADORS	
ALTRES DADES Codi per a validació: WX5W3-6CG0J-R3NPC Data d'emissió: 25 de Febrer de 2025 a les 9:35:18 Pàgina 11 de 12	SIGNATURES 1.- Operador de Promoció de PATRONAT DE TURISME. APR 18/02/2025 12:46 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. Signat 18/02/2025 16:10	ESTAT SIGNAT 18/02/2025 16:10



MEMÒRIA SOBRE EL CONEIXEMENT DE L'OFERTA TURÍSTICA: PADDOCK COMUNICACIÓN S.L.		
Compliment dels requisits formals (Sí/No)	COMENTARIS	Puntuació Total
Sí	La memòria ofereix una visió detallada de l'oferta turística del Pirineu i les Terres de Lleida. Es descriuen els principals recursos turístics, com els parcs naturals, el patrimoni cultural, les activitats d'aventura i les experiències gastronòmiques. A més, es fa una connexió clara entre aquests recursos i els mercats emissors, identificant els segments de demanda prioritaris com les famílies, els sèniors, els turistes premium i les noves generacions. La memòria també destaca els actors col·laboradors en la promoció turística, com les administracions públiques, les empreses privades i els mitjans de comunicació. Aquesta informació demostra un coneixement exhaustiu de l'oferta turística, els públics objectius i els actors clau per a la promoció de la destinació.	10 /10

MEMÒRIA SOBRE EL CONEIXEMENT DE L'OFERTA TURÍSTICA: PYMERALIA S.L.		
Compliment dels requisits formals (Sí/No)	COMENTARIS	Puntuació Total
Sí	La memòria demostra un coneixement profund i detallat de l'oferta turística de la demarcació de Lleida, incloent-hi els recursos naturals, la diversitat de productes turístics com l'ecoturisme, el turisme actiu, cultural i enogastronòmic, així com una descripció de l'oferta d'allotjament. S'identifiquen els mercats emissors, destacant tant els estatals com els internacionals, i s'analitzen les preferències de cada perfil de visitant. A més, la proposta destaca una segmentació precisa dels públics objectius, com famílies, joves, turistes premium, entre altres. Pel que fa als actors col·laboradors, la memòria subratlla els 13 Consells Comarcals, associacions sectorials, entitats culturals i empreses privades que treballen en sinergia per promoure la destinació en l'àmbit local, estatal i internacional.	10 /10



DOCUMENT DOCUMENT GENÈRIC: informe proposta modificació valoració final	IDENTIFICADORS
ALTRES DADES Codi per a validació: WX5W3-6CG0J-R3NPC Data d'emissió: 25 de Febrer de 2025 a les 9:35:18 Pàgina 12 de 12	SIGNATURES 1.- Operador de Promoció de PATRONAT DE TURISME. APR 18/02/2025 12:46 2.- Director/a de PATRONAT DE TURISME. Signat 18/02/2025 16:10 ESTAT SIGNAT 18/02/2025 16:10



RESULTAT FASE MEMÒRIA

Empresa	Puntuació
AUTORITAS CONSULTING S.A.	10 PUNTS
DIGITAL MOMENTUM	0 PUNTS
LINKEMANN VENTURES S.L.	10 PUNTS
OMA COMUNICA S.L	10 PUNTS
PADDOCK COMUNICACIÓN S.L.	10 PUNTS
PYMERALIA S.L.	10 PUNTS

AVALUACIÓ:

CRITERIS AVALUABLES PER JUDICI DE VALOR

Per tot el que s'ha exposat, es proposa a la Mesa de contractació la següent puntuació pel que fa als criteris sotmesos a judici de valor:

ORDRE	NOM EMPRESA	Puntuació total
1	Autoritas Consulting S.A.	30 PUNTS
2	Linkemann Ventures S.L.	30 PUNTS
3	Paddock Comunicación S.L.	30 PUNTS
4	Pymeralia S.L.	30 PUNTS
5	OMA Comunica S.L.	25 PUNTS
6	Digital Momentum	13 PUNTS

Juli Alegre i Alcázar
Director

Marisol Fó
Técnica

