



Contracte 24000888 LOT 2

INFORME DE JUSTIFICACIÓ D'OFERTES ANORMALS, VALORACIÓ DE CRITERIS AUTOMÀTICS I PROPOSTA D'ADJUDICACIÓ

ANTECEDENTS

En data 4 d'octubre de 2024 va tenir lloc l'obertura del sobre C (criteris automàtics) del lot 2 de l'Acord Marc.

Les empreses que van presentar oferta són les següents:

B66842980 ADSPLANNING, SL
B64673130 NOTHINGAD COMUNICACIÓ, SL
B67159608 LINKEMANN VENTURES, SL
B86359379 FISHERMAN DIGITAL SOLUTIONS, S.L.
B85166932 NIVORIA SOLUTIONS SL
B67159582 DYNAMO VIDEO, SL

Atesos els indicis d'actuacions col·lusòries detectades en les ofertes presentades per dues empreses, Dynamo Video SL i Linkemann Ventures SL, la Comissió de Govern, en data 24 d'octubre de 2024, va acordar donar trasllat a l'Autoritat Catalana de la Competència (ACCO) de l'expedient i suspendre la licitació del procediment d'acord amb l'article 150.1 de la LCSP.

Posteriorment, en data 5 de desembre de 2024 s'acorda l'aixecament de la suspensió de la licitació, atesa la recepció de l'informe sol·licitat (ACCO) i es procedeix a incoar el corresponent procediment per tal de constatar si les ofertes presentades per les empreses són autònomes i independents.

Una vegada complert el termini de tràmit d'audiència per tal que les empreses esmentades puguin al·legar i presentar els documents i les justificacions que estimin pertinents, ambdues presenten les respectives al·legacions. Un cop revisades les mateixes, la mesa de contractació proposa desestimar les al·legacions presentades.

Amb tot això, la Comissió Govern en sessió de 27 de febrer del 2025, aprova l'exclusió de la licitació de l'expedient del Lot 2 de l'Acord marc, les empreses LINKEMANN VENTURES SL, i DYNAMO VIDEO SL, per no haver provat que les seves ofertes són autònomes i independents, infringint el principi de proposició única i el PCAP que regeix la licitació, a proposta de la mesa de contractació convocada per aquest motiu i segons els informes i la documentació que s'incorpora a l'expedient.

Una vegada transcorregut el termini corresponent per interposar recurs, sense haver rebut cap notificació per part de les empreses esmentades, es procedeix a continuar amb el procediment amb la valoració de la resta de les propostes presentades:



NOTHINGAD COMUNICACIÓ, SL
ADSPLANNING, SL
NIVORIA SOLUTIONS SL
FISHERMAN DIGITAL SOLUTIONS, S.L.

Revisades les ofertes, es posa de manifest que les corresponents a les següents empreses estan incurses en presumpció de ser anormalment baixes o temeràries pel servei de la comissió d'agència, de conformitat amb la fórmula prevista a la clàusula 10 del PCAP:

NOTHINGAD COMUNICACIÓ, SL
ADSPLANNING, SL
FISHERMAN DIGITAL SOLUTIONS, S.L.

D'acord l'art. 149.4 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic, les empreses van ser requerides formalment per tal que justificuessin, si ho consideraven oportú, les condicions de l'oferta que fossin susceptibles de determinar el seu baix nivell de preu i, en particular, a allò referent a l'estalvi que permet executar els serveis prestats, les solucions tècniques adoptades i les condicions excepcionalment favorables de què es disposi per a executar la prestació, la innovació i originalitat les solucions proposades per executar els serveis, el respecte de les obligacions que siguin aplicables en matèria mediambiental, social o laboral o una possible obtenció d'ajut de l'Estat.

NOTHINGAD COMUNICACIÓ, SL ha presentat la justificació corresponent en el termini atorgat. L'empresa basa la seva justificació en què els costos es veuen reduïts gràcies a automatitzacions de processos de gestió. A més, al·leguen que poden oferir els preus que han presentat gràcies a l'equilibri de costos que assoleixen amb tots els preus de la seva oferta.

Amb tot, es consideren justificats els preu oferts i queda suficientment demostrada la seva viabilitat sense afectar la qualitat del contracte.

ADSPLANNING, SL ha presentat la justificació corresponent en el termini atorgat. L'empresa justifica el baix nivell de preu ofert argumentant que la seva especialització i profund coneixement del sector dels mitjans digitals són clau per a la implementació de diverses solucions tecnològiques, que fan que la rendibilitat dels seus serveis provingui de la seva capacitat de negociació amb els suports i mitjans i de l'automatització dels processos de gestió. Descriuen, a més, una sèrie de solucions tècniques que acrediten el que han al·legat.

Es consideren justificats els preu oferts i queda suficientment demostrada la seva viabilitat sense afectar la qualitat del contracte.

FISHERMAN DIGITAL SOLUTIONS, S.L ha presentat la justificació corresponent en el termini atorgat. L'empresa inicia la justificació argumentant que el baix nivell de preu ofert és possible gràcies a la capacitat de negociació que els atorga pertànyer a un gran grup de comunicació que



compta amb un gran volum de facturació. A continuació, detallen els costos salarials associats al contracte i mencionen l'automatització de processos de gestió i la innovació tecnològica que utilitzen en el seu funcionament diari.

Es consideren justificats els preu oferts i queda suficientment demostrada la seva viabilitat sense afectar la qualitat del contracte.

Així doncs, es passen a valorar les ofertes de les següents empreses d'acord amb els criteris automàtics i la puntuació establerta a tal efecte a clàusula 10 del PCAP:

NOTHINGAD COMUNICACIÓ, SL
ADSPLANNING, SL
NIVORIA SOLUTIONS SL
FISHERMAN DIGITAL SOLUTIONS, S.L.

La puntuació establerta en els criteris avaluable de forma automàtica del LOT 2 CAMPANYES DIGITALS és la següent:

Criteri preu,	1.600 punts
Criteris tècnics,	400 punts
Total:	2.000 punts

A. Criteri preu, 1.600 punts

Cadascun dels apartats de l'oferta econòmica es puntuarà tenint en compte la distribució següent:

MITJANS I COMISSIÓ D'AGÈNCIA	PUNTUACIÓ MÀXIMA
Digital - Premsa i mitjans digitals	800
Digital - Xarxes socials, portals, cercadors i resta suports, dispositius	600
Comissió d'agència	200
TOTAL	1.600

1. Mitjà premsa i mitjans digitals, 800 punts

SUPORT	FORMAT I PUNTUACIÓ PER FORMAT I MODALITAT DE COMPRA					PUNTUACIÓ PER SUPORT
	ROBAPÀGINES DOBLE 300x600px	PRE-ROLL / INREAD 20" O ROBAVÍDEO	RESTA DE FORMATS NO ESPECIFICATS AL SUPORT	MEDIA / RICH MEDIA FINS A 300KB	MEDIA / RICH MEDIA FINS A 10MB	
	DESCOMPTE	DESCOMPTE	DESCOMPTE	CPM	CPM	
PREMSA I MITJANS DIGITALS						
LaVanguardia.com	40	-	10	-	-	50
Altres webs del grup GODÓ	15	-	5	-	-	20



elPeriodico.com i .cat	40	-	10	-	-	50
Altres webs del grup PREMSA IBERICA	15	-	5	-	-	20
ElPais.com	25	-	10	-	-	35
Altres webs del grup PRISA	10	-	5	-	-	15
Webs del grup VOCENTO	10	-	5	-	-	15
Webs del grup UNIDAD EDITORIAL	10	-	5	-	-	15
Webs del grup HERMES	25	-	10	-	-	35
Ara.cat	25	-	10	-	-	35
20minutos.es	25	-	10	-	-	35
Publico.es	25	-	10	-	-	35
ElDiario.es	25	-	10	-	-	35
ViaEmpresa.cat	20	-	5	-	-	25
elnacional.cat	20	-	5	-	-	25
naciodigital.cat	20	-	5	-	-	25
vilaweb.cat	20	-	5	-	-	25
timeout.cat	20	-	5	-	-	25
Webs de l'ACPC	10	-	5	-	-	15
Webs de l'AMIC	10	-	5	-	-	15
Webs de l'APPEC	10	-	5	-	-	15
Altres webs de premsa d'àmbit local	-	-	5	-	-	5
Altres webs de premsa d'àmbit Catalunya	-	-	5	-	-	5
Webs del grup CCMA	-	30	5	-	-	35
Webs del grup ATRESMEDIA	-	20	5	-	-	25
Webs del grup MEDIASET	-	20	5	-	-	25
Movistar+	-	10	5	-	-	15
Altres webs i xarxes de Vídeo	-	-	5	-	-	5
COST TECNOLÒGIC						
Cost tecnològic	-	-	-	60	60	120
PUNTUACIÓ TOTAL MITJÀ	420	80	180	60	60	800

Per a cada suport i format s'atorgarà la màxima puntuació a l'empresa licitadora que formuli el preu net més baix o el percentatge de descompte més elevat i per la resta d'empreses la distribució de la puntuació es farà aplicant les següents fórmules:

Per a aquells suports i formats l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un descompte (%) sense un descompte mínim de sortida establert:

$\text{Puntuació resultant} = \text{Punts màxims(*)} \times \frac{\text{Descompte ofert(**)}}{\text{Millor descompte ofert(**)}}$

(*)Els que s'indiquen a l'annex PONDERACIÓ PUNTS LOT 2.

(**)Per a cada suport.



Per al suport "Cost tecnològic", l'oferta econòmica del qual consisteix en un preu net (CPM), la millor oferta (entesa com el preu més baix) tindrà la màxima puntuació indicada a la taula i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 15 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:

- Millor oferta, 60 punts
- Segona millor oferta, 45 punts
- Tercera millor oferta, 30 punts
- Quarta millor oferta, 15 punts
- Cinquena millor oferta i successives, 0 punts

La puntuació total del mitjà premsa i mitjans digitals s'obté aplicant la fórmula corresponent a cadascun dels suports. Un cop obtinguda la puntuació parcial per cadascun dels suports, es farà un sumatori i el resultat serà la puntuació obtinguda per l'empresa en l'oferta econòmica del mitjà premsa i mitjans.

2. Mitjà xarxes socials, portals, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies, 600 punts

SUPORT	FORMAT		SEGMENTACIÓ	PUNTUACIÓ PER FORMAT I MODALITAT DE COMPRA				PUNTUACIÓ PER SUPORT
				CPM	CPC	CPV	% de recàrrec màxim sobre modalitat de compra	
Facebook	Image Ad		IP Barcelona, individus +15 anys	15	15	-	-	100
	Video Ad			15	-	15	-	
	Carousel Ad			15	15	-	-	
	Cost tecnològic			-	-	-	5	
	Altres segmentacions IP Barcelona o AMB			-	-	-	5	
Twitter	Promoted Image Ad	IP Barcelona, individus +15 anys	15	15	-	-	70	
	Promoted Video Ad		15	-	15	-		
	Cost tecnològic			-	-	-		5
	Altres segmentacions IP Barcelona o AMB			-	-	-		5
Linkedin	Sponsored Content Image	IP Barcelona, individus +15 anys	15	15	-	-	55	
	Sponsored Content Video		15	-	-	-		
	Cost tecnològic			-	-	-		5
	Altres segmentacions IP Barcelona o AMB			-	-	-		5
Youtube	Trueview In-stream Ad 30"	IP Barcelona, individus +15 anys	-	-	20	-	50	
	Bumper Ad		20	-	-	-		
	Cost tecnològic			-	-	-		5
	Altres segmentacions IP Barcelona o AMB			-	-	-		5
Instagram	Image Ad	IP Barcelona,	15	15	-	-	115	



	Video Ad / Reel	individus +15 anys	15	-	15		
	Carousel Ad		15	15		-	
	Story		15	-	-	-	
	Cost tecnològic		-	-	-	5	
	Altres segmentacions IP Barcelona o AMB		-	-	-	5	
TikTok	In-feed Ad	IP Barcelona, individus entre 15 i 30 anys	20	-	15	-	45
	Cost tecnològic		-	-	-	5	
	Altres segmentacions IP Barcelona o AMB		-	-	-	5	
Twitch	Premium video	IP Barcelona, individus entre 15 i 30 anys	15	-	-	-	25
	Cost tecnològic		-	-	-	5	
	Altres segmentacions IP Barcelona o AMB		-	-	-	5	
Altres Xarxes Socials	Qualsevol format	IP Barcelona, individus +15 anys	5	-	-	-	5
Spotify	Audio + cover	IP Barcelona, individus +15 anys	15	-	-	-	40
	Video Takeover	IP Barcelona, individus +15 anys	-	-	15		
	Cost tecnològic		-	-	-	5	
	Altres segmentac. IP Barcelona o AMB		-	-	-	5	
Google	Search	-	-	20	-	-	85
	Google Display		20	20	-	-	
	Performance Max		-	20	-	-	
	Cost tecnològic		-	-	-	5	
Altres cercadors	Enllaç Patrocinat	-	-	5			5
Altres suports, dispositius i noves tecnologies	Qualsevol format	-	5				5
PUNTUACIÓ TOTAL MITJÀ			265	155	95	85	600

Per a cada suport i format s'atorgarà la màxima puntuació a l'empresa licitadora que formuli el preu net o percentatge màxim de recàrrec més baix i per la resta d'empreses la distribució de la puntuació es farà de la següent manera:

Per a aquells suports i formats l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un preu net (CPM, CPC, CPV) amb un preu màxim de sortida establert:

$$Puntuació\ resultant = Punts\ màxims(*) \times \frac{Pressupost\ net\ licitació(**) - oferta(**)}{Pressupost\ net\ licitació(**) - oferta\ més\ econòmica(**)}$$

(*)Els que s'indiquen a l'annex PONDERACIÓ PUNTS LOT 2.

(**)Per a cada suport i format.

Per a aquells suports i formats l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un preu net (CPM, CPC i CPV) sense preu màxim de sortida establert:



- Quan els punts màxims a assolir siguin 20, la millor oferta (entesa com el preu net més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 4 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:
 - Millor oferta, 20 punts
 - Segona millor oferta, 16 punts
 - Tercera millor oferta, 12 punts
 - Quarta millor oferta, 8 punts
 - Cinquena millor oferta i successives, 0 punts
- Quan els punts màxims a assolir siguin 5, la millor oferta (entesa com el preu net més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 2 punts. A partir de la quarta millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:
 - Millor oferta, 5 punts
 - Segona millor oferta, 3 punts
 - Tercera millor oferta, 1 punt
 - Quarta millor oferta i successives, 0 punts

Per aquells suports l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un percentatge de recàrrec, amb un percentatge màxim de sortida establert:

$\text{Puntuació resultant} = \text{Punts màxims}^{(*)} \times \frac{\text{Recàrrec de sortida}^{(**)} - \text{Recàrrec ofert}^{(**)}}{\text{Recàrrec de sortida}^{(**)} - \text{Millor recàrrec ofert}^{(**)}}$
--

(*)Els que s'indiquen a l'annex PONDERACIÓ PUNTS LOT 2. (**)Per cada suport i format.

Per aquells suports l'oferta econòmica dels quals consisteixi en un percentatge de recàrrec sense percentatge màxim de sortida establert, la millor oferta (entesa com el percentatge de recàrrec més baix) tindrà la màxima puntuació indicada a la taula i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 2 punts. A partir de la quarta millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0:

- Millor oferta, 5 punts
- Segona millor oferta, 3 punts
- Tercera millor oferta, 1 punt
- Quarta millor oferta i successives, 0 punts

La puntuació total del mitjà xarxes socials, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies s'obté aplicant la fórmula corresponent a cadascun dels suports. Un cop obtinguda la puntuació parcial per cadascun dels suports, es farà un sumatori i el resultant serà la puntuació obtinguda per l'empresa en l'oferta econòmica del mitjà xarxes socials, cercadors i resta de suports, dispositius digitals i noves tecnologies.

3. Comissió d'agència, 200 punts

COMISSIÓ PER MITJÀ	PUNTUACIÓ
Comissió d'agència - Premsa i mitjans digitals	80
Comissió d'agència - Xarxes socials, cercadors i resta de suports; dispositius digitals i noves tecnologies; accions de col·laboració amb influenciadors	60
Comissió d'agència - Compra programàtica	30
Comissió d'agència - SEM (search engine marketing)	30
PUNTUACIÓ TOTAL COMISSIÓ D'AGÈNCIA	200



Per a cada mitjà s'atorgarà la màxima puntuació a l'empresa licitadora que formuli el percentatge de recàrrec més baix, i per la resta d'empreses la distribució de la puntuació es farà de la següent manera:

- Quan els punts màxims a assolir siguin 80, la millor oferta (entesa com el percentatge de recàrrec més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 15 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0.
 - Millor oferta, 80 punts
 - Segona millor oferta, 65 punts
 - Tercera millor oferta, 50 punts
 - Quarta millor oferta, 35 punts
 - Cinquena millor oferta i successives, 0 punts
- Quan els punts màxims a assolir siguin 60, la millor oferta (entesa com el percentatge de recàrrec més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi anirà restant 10 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0.
 - Millor oferta, 60 punts
 - Segona millor oferta, 50 punts
 - Tercera millor oferta, 40 punts
 - Quarta millor oferta, 30 punts
 - Cinquena millor oferta i successives, 0 punts
- Quan els punts màxims a assolir siguin 30, la millor oferta (entesa com el percentatge de recàrrec més baix) tindrà la màxima puntuació i a les ofertes successives se'ls hi aniran restant 5 punts. A partir de la cinquena millor oferta, inclosa aquesta, la puntuació serà 0.
 - Millor oferta, 30 punts
 - Segona millor oferta, 25 punts
 - Tercera millor oferta, 20 punts
 - Quarta millor oferta, 15 punts
 - Cinquena millor oferta i successives, 0 punts

La puntuació total per comissions d'agència s'obtindrà fent un sumatori de les puntuacions obtingudes a cada mitjà i el resultant serà la puntuació obtinguda per l'empresa en l'oferta econòmica per comissions d'agència.

Un cop obtingudes les puntuacions parcials de cada mitjà, la puntuació total de l'oferta econòmica s'obtindrà per mitjà d'un sumatori de totes les puntuacions parcials. El resultant serà la puntuació obtinguda per l'empresa licitadora en el criteri preu.

B. Criteris tècnics, fins a 400 punts

Els 400 punts es distribueixen de la següent manera:

- 1. Pel compromís d'incorporar en l'equip humà requerit a la clàusula 4 del PPT, 1 planificador sènior adicional especialitzat en el mitjà internet, noves tecnologies i nous dispositius digitals, amb una experiència professional mínima de 5 anys en les**



seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans digitals, 140 punts

2. Pel compromís d'aportar fonts d'informació, eines i/o estudis addicionals als requerits en la clàusula 5 del PPT, fins a 60 punts.

Per a cadascuna de les fonts d'informació, eines i estudis addicionals, les empreses licitadores hauran de tenir contractat o subcontractat el corresponent software o plataforma que permeti fer l'explotació de les dades. Es consideraran com a vàlides aquelles fonts d'informació, eines i estudis que s'enquadrin dintre dels següents apartats: estudis de consumidor; eines d'optimització d'inversions i mitjans; eines d'optimització de formats i emplaçaments; i estudis eficàcia de mitjans, suports i dispositius digitals.

Els 60 punts es distribueixen de la següent forma:

- 1 font d'informació, eina i/o estudi addicional, 20 punts
- 2 fonts d'informació, eines i/o estudis addicionals, 40 punts
- 3 fonts d'informació, eines i/o estudis addicionals, 60 punts

3. Pel compromís de prestar un servei de formació especialitzada en temes relatius als mitjans de comunicació i el sector de la inversió publicitària, i en concret, en noves tecnologies, suports i mitjans digitals, a l'equip de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona, fins a 120 punts

Els 120 punts es distribuïran de la següent manera:

- 1 curs al llarg de l'any, de 10 hores cadascun, 40 punts
- 2 cursos al llarg de l'any, de 10 hores cadascun, 80 punts
- 3 cursos a llarg de l'any, de 10 hores cadascun, 120 punts

4. Pel compromís d'ampliar l'horari de prestació del servei, per a encàrrecs d'urgència puntuals, fins a les 20 hores de dilluns a divendres, 40 punts.

5. Pel compromís d'ampliar la prestació del servei, per a encàrrecs d'excepcional urgència, a caps de setmana i festius, 40 punts

La puntuació total dels criteris automàtics s'obtindrà del sumatori de les puntuacions parcials dels criteris tècnics més el sumatori de les puntuacions obtingudes en el criteri preu i serà la puntuació total de l'oferta de l'empresa licitadora.

AVALUACIÓ DE LES PROPOSTES PRESENTADES

CRITERI PREU

El resum de les puntuacions obtingudes per les empreses per les ofertes econòmiques presentades és el següent:



EMPRESSES LICITADORES	MITJANS I PUNTUACIÓ OFERTA ECONÒMICA			PUNTUACIÓ TOTAL OFERTA ECONÒMICA
	DIGITAL - PREMSA I MITJANS DIGITALS	DIGITAL - XXSS I RESTA	COMISSIÓ	
NOTHINGAD COMUNICACIÓ, SL	746,35	590,03	150,00	1.486,38
ADSPLANNING, SL	793,36	547,93	200,00	1.541,29
NIVORIA SOLUTIONS SL	601,22	402,99	165,00	1.169,22
FISHERMAN DIGITAL SOLUTIONS, S.L.	638,41	424,15	200,00	1.262,56

El detall dels càlculs efectuats s'annexen a aquest informe.

CRITERIS TÈCNICS

B.1 1 Pel compromís d'incorporar en l'equip humà requerit a la clàusula 4 del PPT, 1 planificador sènior addicional especialitzat en el mitjà internet, noves tecnologies i nous dispositius digitals, amb una experiència professional mínima de 5 anys en les seves respectives funcions en empreses del sector de la publicitat i la planificació de mitjans digitals.

El resum dels punts obtinguts per les empreses per aquest criteri és el següent:

EMPRESSES	PUNTUACIÓ (Per incorporar en l'equip humà 1 planificador sènior addicional)
NOTHINGAD COMUNICACIÓ, SL	140
ADSPLANNING, SL	140
NIVORIA SOLUTIONS SL	140
FISHERMAN DIGITAL SOLUTIONS, S.L.	140

B.2 Pel compromís d'aportar fonts d'informació, eines i/o estudis addicionals als requerits en la clàusula 5 del PPT.

El resum dels punts obtinguts per les empreses per aquest criteri és el següent:

EMPRESSES	PUNTUACIÓ (3 fonts d'informació eines i/o)
-----------	---



	estudis addicionals)
NOTHINGAD COMUNICACIÓ, SL	60
ADSPLANNING, SL	60
NIVORIA SOLUTIONS SL	60
FISHERMAN DIGITAL SOLUTIONS, S.L.	60

B.3 Pel compromís de prestar un servei de formació especialitzada en temes relatius als mitjans de comunicació i el sector de la inversió publicitària, i en concret, en noves tecnologies, suports i mitjans digitals, a l'equip de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona.

El resum dels punts obtinguts per les empreses per aquest criteri és el següent:

EMPRESSES	PUNTUACIÓ (3 cursos al llarg de l'any, de 10 hores cadascun)
NOTHINGAD COMUNICACIÓ, SL	120
ADSPLANNING, SL	120
NIVORIA SOLUTIONS SL	120
FISHERMAN DIGITAL SOLUTIONS, S.L.	120

B.4 Pel compromís d'ampliar l'horari de prestació del servei, per a encàrrecs d'urgència puntuals, fins a les 20 hores de dilluns a divendres.

El resum dels punts obtinguts per les empreses per aquest criteri és el següent:

EMPRESSES	PUNTUACIÓ
NOTHINGAD COMUNICACIÓ, SL	40
ADSPLANNING, SL	40
NIVORIA SOLUTIONS SL	40
FISHERMAN DIGITAL SOLUTIONS, S.L.	40

B.5 Pel compromís d'ampliar la prestació del servei, per a encàrrecs d'excepcional urgència, a caps de setmana i festius.

EMPRESSES	PUNTUACIÓ
NOTHINGAD COMUNICACIÓ, SL	40
ADSPLANNING, SL	40
NIVORIA SOLUTIONS SL	40
FISHERMAN DIGITAL SOLUTIONS, S.L.	40



Resum de la puntuació total obtinguda :

EMPRESES	B.1	B.2	B.3	B.4	B.5.	TOTAL PUNTUACIÓ OFERTA TÈCNICA
NOTHINGAD COMUNICACIÓ, SL	140	60	120	40	40	400,00
ADSPLANNING, SL	140	60	120	40	40	400,00
NIVORIA SOLUTIONS SL	140	60	120	40	40	400,00
FISHERMAN DIGITAL SOLUTIONS, S.L.	140	60	120	40	40	400,00

La puntuació obtinguda i la classificació de les empreses per ordre decreixent és la següent:

EMPRESES LICITADORES	PUNTUACIÓ TOTAL OFERTA ECONÒMICA	PUNTUACIÓ TOTAL OFERTA TÈCNICA	PUNTUACIÓ TOTAL
ADSPLANNING, SL	1.541,29	400,00	1.941,29
NOTHINGAD COMUNICACIÓ, SL	1.486,38	400,00	1.886,38
FISHERMAN DIGITAL SOLUTIONS, S.L.	1.262,56	400,00	1.662,56
NIVORIA SOLUTIONS SL	1.169,22	400,00	1.569,22

Així doncs, d'acord amb la clàusula 1 del PCAP regulador d'aquest Acord Marc, queden designades les tres primeres agències amb millor puntuació.

S'emet el present informe als efectes oportuns.