

Nom expedient	Contractació de l'assessorament, planificació, negociació i inserció de publicitat convencional en els mitjans de comunicació de les campanyes institucionals de l'Empresa Mixta de Serveis Fúnebres Municipals de Tarragona, SA, i organització d'esdeveniments per divulgar el valor social de l'empresa funerària
Nº Expedient	
Import pressupost	248.674,48 €
Tipus	Serveis
Procediment i tramitació	Obert, amb pluralitat

Assumpte: Informe de valoració dels criteris que depenen de judici de valor

L'elaboració del present informe és conseqüència de l'encàrrec realitzat per la mesa de contractació en la sessió de 12 de gener de 2025.

L'oferta objecte de valoració és:

Gestión Cuatro Estudios SLU

D'acord amb la clàusula 13.3 del plec de clàusules administratives, els criteris objecte de valoració en el present informe són:

- **Memòria tècnica basada en una proposta d'estratègia i planificació de mitjans d'acord amb el brifing de l'Annex 9 (40 punts)**

“ Les empreses hauran de justificar totes les decisions quant als mitjans i suports de la seva proposta, la distribució del pressupost, la distribució de la campanya en el calendari i la selecció de formats, fent serveis les fonts del mercat publicitari o els estudis que tinguin al seu abast. L'arxiu amb la documentació de la memòria tècnica haurà de ser en PDF indexat.

Els criteris per avaluar la memòria tècnica són els següents:

a) Coherència estratègica

Es valorarà que hi hagi una coherència des de l'inici fins al final de la proposta en cadascuna de les parts de l'estratègia. Que en tot moment es treballi pels objectius marcats en el brifing lliurat i estant d'acord amb les anàlisis prèvies que es facin. Que la presentació sigui clara i entenedora.

b) Coherència tècnica

Es valorarà que la planificació presentada tingui en compte tots els aspectes del brifing en les seves recomanacions, buscant en tot moment l'assoliment dels objectius de mitjans, alineats amb la consecució dels objectius de campanya. Es valorarà la coherència tècnica en el sentit que cadascuna de les recomanacions tàctiques estiguin treballant pels objectius definits, en línia amb l'estratègia.

Es valorarà que la proposta compti amb els suports locals adients. Es valorarà la demostració del coneixement d'aquests mitjans de proximitat integrant-los en la planificació proposada.

Per últim també es valorarà que els diferents aspectes de la planificació estiguin argumentats amb una justificació de les decisions tàctiques amb xifres d'audiència, d'afinitat i de notorietat.

c) Capacitat analítica

Es valorarà l'aportació de les anàlisis adients per fer la millor recomanació i que s'incorporin les dades d'avaluació estimades de la campanya proposada per tal d'entendre el seu abastament.

Graus de compliment en la valoració dels criteris subjectius:

- *Excel·lent (100% de la puntuació del criteri): es considerarà excel·lent quan el contingut de la memòria tècnica sigui totalment satisfactòria i de rellevància per a compliment del brifing i no tingui cap aspecte que no s'adeqüi.*
- *Notable (75% de la puntuació del criteri): es considerarà notable quan el contingut de la memòria tècnica sigui satisfactòria i de rellevància per a compliment del brifing però tingui algun aspecte que no s'adeqüi al 100%.*

- *Correcte (50% de la puntuació del criteri): tindrà una consideració de correcte quan el contingut de la memòria tècnica no sigui satisfactòria al 100% però encara així sigui en la seva majoritàriament satisfactori.*
- *Suficient (25 % de la puntuació): es considerarà suficient quan el contingut de la memòria tècnica no sigui satisfactòria en la seva majoria o quan hi hagi algun error significatiu.*
- *Insuficient (0 punts): Es considerarà insuficient aquella memòria que no aportï res satisfactori.”*

A continuació, es valorarà l'oferta presentada:

Gestion Cuatro Estudios, SLU

a) Coherència estratègica

La proposta presentada per Gestion Cuatro Estudios SLU mostra una alineació clara amb els objectius definits al briefing del Tanatori Municipal, especialment pel que fa a la necessitat de comunicar a la ciutadania i als usuaris el procés de reforma i millora de les instal·lacions.

L'estratègia parteix d'un enfocament adequat al context emocional propi d'un equipament funerari, incorporant de manera explícita la voluntat d'informar, acompanyar i demanar comprensió als usuaris davant les possibles molèsties derivades de les obres. Aquest enfocament, que posa el focus en el servei públic i en la qualitat de l'atenció, resulta coherent amb el posicionament institucional del Tanatori.

Així mateix, la identificació dels públics objectiu és correcta i ajustada: d'una banda, la ciutadania en general a través dels mitjans de comunicació, i de l'altra, els usuaris directes de les instal·lacions, als quals es proposa arribar mitjançant accions específiques dins del propi Tanatori, com lones, cartelleria i fulletons informatius.

La proposta també integra adequadament la relació entre la comunicació institucional habitual del Tanatori i la comunicació específica associada al projecte de reforma, plantejant escenaris de convivència entre ambdues.

b) Coherència tècnica

Des del punt de vista operatiu, la memòria descriu una planificació estructurada en fases, vinculant els missatges i els formats publicitaris a l'evolució real de les obres (final de la primera fase, desenvolupament de la segona fase i finalització del projecte)

Aquesta lògica temporal aporta solidesa tècnica a la proposta i facilita l'adequació dels continguts en cada moment.

La definició de diferents models d'anuncis i eslògans per a cada etapa, així com la previsió d'un publireportatge final, evidencia una correcta articulació del relat comunicatiu al llarg del projecte.

Igualment, la proposta inclou accions clau com la celebració d'una roda de premsa d'inici de la segona fase, amb materials gràfics de suport, que ha de servir com a element vertebrador de la comunicació, en coordinació amb el departament de premsa del Tanatori.

Pel que fa a la planificació de mitjans, la memòria concreta suports, formats, freqüències i escenaris pressupostaris, cosa que demostra una correcta estructuració tècnica de la campanya.

c) Capacitat analítica

La proposta posa de manifest un bon coneixement del mercat local de mitjans, tant pel que fa als suports disponibles com a les tarifes de referència, incorporant un pla de mitjans detallat amb formats, insercions i costos orientatius.

Així mateix, s'observa una relació coherent entre objectius, canals i accions proposades, tant en l'àmbit dels mitjans de comunicació com en les actuacions in situ dins del Tanatori, que permeten reforçar el missatge entre els usuaris directes del servei.

Cal fer constar que encertadament planteja 3 opcions comunicatives a desenvolupar, però en base a l'experiència de l'empresa ofertant (com la mateixa proposta recull) es decanta per una opció que és la convivència entre la planificació publicitària habitual del Tanatori i una campanya específica per explicar en detall la remodelació de les instal·lacions. La substitució total de la planificació publicitària habitual del Tanatori per una campanya exclusivament centrada en la reforma podria limitar la continuïtat del posicionament institucional general de l'empresa durant el període d'execució de les obres. Aquesta experiència en l'àmbit comunicatiu i en la presa de decisions és molt valuosa per la tasca a desenvolupar a l'empresa EMSERFUMT i més tenint en compte que hi ha un altre moment comunicatiu important com és la difusió de la Jornada del Dol Perinatal.

Valoració global

La memòria tècnica presentada per Gestion Cuatro Estudios SLU és adequada i rellevant per donar resposta als objectius del briefing, amb una estratègia coherent, una planificació tècnicament estructurada i una correcta base analítica.

Per tant, el contingut de la memòria tècnica és totalment satisfactòria i no hi ha cap aspecte que no s'adeqüi.

En conseqüència, s'assigna una valoració d'excel·lent, equivalent al 100% de la puntuació del criteri (40 punts).