INFORME TÉCNICO DE VALORACIÓN DEL PROCEDIMIENTO ABIERTO PARA EL DISEÑO DE LA CREATIVIDAD DE UNA CAMPAÑA Y LA CONTRATACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN EXTERIOR Y DIGITAL PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO GRANADA EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL PARÍS/FRANCIA EN 2024. EXP. C101-06CR-0324-0027

Se procede a realizar el informe técnico según el punto *2.4.3. Informe técnico de valoración de los criterios de adjudicación cuya ponderación dependa de un juicio de valor (para los supuestos en los que esté previsto sobre B)* del pliego de cláusulas particulares que regula la convocatoria:

Relación por empresa licitadora de la documentación presentada, siendo causa de exclusión la proposición que no incluya la totalidad de los documentos requeridos en el sobre B conforme el ANEXO II, del PCP:

NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U.

Incluye la totalidad de los documentos requeridos en el sobre B conforme el ANEXO II

Se procede a ponderar conforme a los criterios de adjudicación por aplicación de un juicio de valor según ANEXO II, la proposición técnica que se ajuste a las especificaciones técnicas establecidas en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

VALORACIÓN EMPRESAS LICITADORAS

NF AGENCIA DE MEDIOS INDEPENDIENTE, S.L.U.

Propuesta de creatividad de campaña

NF Agencia de Medios Independiente plantea una estrategia para la creatividad basada en [redacted] Partiendo de esta estrategia, plantea el concepto de [redacted]

[redacted] La estrategia es [redacted]

El desarrollo de [redacted] se concretará en [redacted] El color [redacted] Para las gráficas [redacted] Respecto a las imágenes proponen [redacted] Presentan ejemplos en distintos formatos de gráficas [redacted] y en los dos idiomas, en francés y en castellano. A cada gráfica se añade, [redacted]

Proponen la realización de [redacted]

La propuesta incluye los solicitado en el pliego: la idea fuerza de la campaña y el claim, la identidad visual y el identificador de la campaña acorde con la idea de Granada Card. Asimismo, aportan información sobre la tipografía y colores, así como ejemplos de gráficas y audiovisuales y las traducciones de los textos.

En conclusión, lo presentado en cuanto a creatividad es adecuado para la campaña y cumple con los objetivos de la misma, [redacted] Igualmente, también habría que [redacted] La tipografía y color son adecuados. Las gráficas son atractivas [redacted]

NF Agencia de Medios Independiente obtiene 35 puntos

Planteamiento estratégico y planificación de la campaña

NF Agencia de Medios Independiente presenta una planificación acorde con los solicitado en el pliego ateniéndose a las fechas solicitadas (de 1 de octubre al 15 de diciembre de 2024) y a los soportes planteados por la EPGTDA:

- [redacted]Exterior: [redacted] en los pasillos de la línea C-125 del metro de París [redacted] Esta planificación es adecuada [redacted]

- [redacted]Digital: Cumplen perfectamente los requisitos planteados en el PPT, de hecho, cabe destacar el análisis presentado [redacted] También es destacable [redacted] No obstante, se echa de menos [redacted]

NF Agencia de Medios Independiente obtiene 45 puntos

15 de abril de 2024

[redacted]
Técnico Dirección de Marca