

ACTA DA COMISIÓN DE VALORACIÓN

ASUNTO: CONTRATACIÓN DO SERVIZO CONSISTENTE NA REALIZACIÓN DA CREATIVIDADE, PRODUCCIÓN E EDICIÓN DUN AUDIOVISUAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LUGO E A PLANIFICACIÓN E COMPRA DE MEDIOS PARA A SÚA DIFUSIÓN

No Concello de Lugo, sendo as 11,00 horas do día 22 de febreiro de 2011 reúnense os membros do comité de expertos para a valoración da proposta técnica do sobre B, e achegan a seguinte valoración das propostas técnicas, atendendo aos criterios fixados no punto 10 do prego técnico conforme ao recollido no punto 5 do mesmo.

Proposta de creatividade, produción e edición do audiovisual. Aquí valóranse os seguintes aspectos:

- Deseño, creatividade e guión. En canto ao deseño e a creatividade, Atlántica e Ficción Producciones empregan recursos e formatos xa empregados en moitas ocasións, nada novidosos. A proposta de Blades Comunicación emprega un formato documental, máis actual e adecuado para conseguir o obxectivo de proxección turística de Lugo. Respecto do esquema do guión Blades Comunicación presenta un guión acorde cos aspectos recollidos nos anexos ao prego técnico que incorpora na promoción turística de Lugo os destinos vinculados e os destinos motores, mentres que as outras dúas propostas se centran máis na promoción da cidade.
- Espectacularidade, impacto visual e enfoque publicitario. A proposta de Atlántica carece de impacto visual e enfoque publicitario suficiente para impactar no público obxectivo. Ficción Producciones achega unha proposta moi espectacular polo emprego de imaxes aéreas pero Blades Comunicación propón un enfoque publicitario máis adecuado porque emprega un formato documental con testimonios de poboación local que transmite máis autenticidade de Lugo como destino turístico conforme aos atributos da imaxe de Lugo.
- Recursos humanos e materiais. A proposta de Ficción Producciones é a que achega os mellores e máis novidosos recursos materiais que permiten conseguir planos en movemento moi espectaculares, ademais aporta un equipo de recursos humanos adecuado e que recolle todos os perfís necesarios para a realización do traballo. A proposta de Blades Comunicación achega suficientes recursos materiais pero menos novidosos ademais aporta un equipo de recursos humanos adecuado cos perfís

necesarios para a realización do traballo. Atlántica, achega suficientes recursos materiais pero o equipo de recursos humanos é máis limitado e reducido.

- Cronograma de traballo. A proposta de Atlántica é a que mellor describe o cronograma das fases do proxecto, as tarefas a realizar en cada fase e os perfís asociados ás distintas tarefas, ademais e a que propón unha maior redución no prazo de execución, o prazo de execución é de 15 días. A proposta de Blades Comunicación, achega as fases e tarefas a realizar, e só nalgún caso indica os perfís, o prazo de execución é de 21 días. A proposta de Ficción Producciones recolle as fases e tarefas do traballo pero non fai referencia aos perfís que participan nas mesmas, o prazo de execución é de 52 días.

Planificación e compra de medios. Aquí valoranse os seguintes aspectos:

- Proposta de medios seleccionados. A proposta que achega Atlántica é a mellor valorada, en cobertura nacional propoñen a sexta 1, 2 y 3 e Intereconomía. En cobertura autonómica propoñen TVG, TV3, ETB, E O 33.

Ficción Producciones e Blades Comunicación achegan a mesma proposta polo que teñen igual puntuación. En cobertura nacional, propoñen a canle Viajar, que non se valora, tal e como se recolle no prego por non ser unha canle de emisión en aberto. En cobertura autonómica propoñen a TPA, TVG e TCyL.

- Posicionamento (como mínimo, un 50% en Prime Time nos programas de máxima audiencia). Atlántica achega un 51% de emisión en Prime Time. Ficción Producciones achega un 55% de emisión en Prime Time, non se valora a emisión na canle Viajar por ser emisión en aberto. Blades Comunicación achega un 66.7% de emisión en Prime Time, non se valora a emisión na canle Viajar por ser emisión en aberto.

- Número de emisións en cada medio vinculadas ao cronograma da campaña: valoraranse por orden decrecente o maior número de emisións en informativos e en Prime Time en cada medio proposto, considerando en primeiro lugar as canles de cobertura nacional e en segundo lugar as de cobertura autonómica.

- Os GRP'S achegados polos licitadores son:

- Atlántica: 55.9
- Blades Comunicación: 63.7
- Ficción Producciones: 63.7

A valoración das ofertas presentadas que cumpren os requisitos de admisión é a seguinte:

		LICITADOR BLADES COMUNICACIÓN	LICITADOR FICCIÓN PRODUCCIONES	LICITADOR ATLANTICA
CRITERIO	PUNTOS	PUNTOS	PUNTOS	PUNTOS
PROPOSTA TÉCNICA	90	55.67	51.5	45.4
Proposta de creatividade, produción e edición do audiovisual:	58	38	36	27
- Deseño, creatividade e guión.....16 puntos	16	12	8	6
- Espectacularidade, impacto visual e enfoque publicitario.....16 puntos	16	10	10	6
- Recursos humanos e materiais.....14 puntos	14	10	13	6
- Cronograma de traballo12 puntos	12	6	5	9
Planificación e compra de medios:	32	17.67	15.5	18.4
- Proposta de medios seleccionados en función da prioridade dos mercados obxectivo10 puntos, coa seguinte distribución: • Cadenas de cobertura nacional: 5 ptos. • Cadenas de cobertura autonómica: 3 ptos. • Cadenas de cobertura local: 2 ptos.	10 (5+3+2)	3	3	5
- Posicionamento: como mínimo, un 50% en Prime Time nos programas de máxima audiencia..... 10 puntos	10	6.67	5.5	5.1
- Número de emisións en cada medio vinculadas ao cronograma da campaña.....6 puntos	6	4	3	5
- GRP'S.....6 puntos	6	4	4	3.3

Asdo. MARGARITA SOILÁN CARBIA
Directora da Fundación TIC

Asdo. ISABEL BARREIRO DONO
Diplomada en Turismo

Asdo. RAQUEL RODRIGUEZ NAVARRO
Xefa de Prensa da Subdelegación de Goberno.