

INFORME TÉCNICO SOBRE LAS PROPUESTAS PRESENTADAS PARA CONTRATO DE SERVICIOS PARA LA EJECUCION, ADAPTACION, MODIFICACION Y CREACION DE LA CAMPAÑA DE CREATIVIDAD PARA EL PERÍODO 2023-2024

Alcance del informe

El presente informe se limita a realizar la valoración técnica de las ofertas recibidas y admitidas en el presente expediente de contratación, analizando el contenido del Sobre B de cada propuesta técnica.

La mesa de contratación acordó, en sesión celebrada el día 8 de junio de 2022, encargar a José Ramón Álvarez, director de marketing de Cantur S.A., la redacción del informe de valoración de las ofertas contenidas en el Sobre B presentadas por los licitadores.

Las empresas objeto de esta valoración técnica son las siguientes:

EMPRESAS ADMITIDAS:

CREANDO ESTUDIO
HOLASTREAM
MUBIEN BRANDS
HOW ARE YOU
LA HORMIGA COMUNICACIÓN SL
C & C PUBLICIDAD, S.A.

A la vista del encargo realizado, se procede, a continuación, a realizar el informe solicitado, para su tratamiento en el Comité Valorador, a los efectos oportunos.

CRITERIOS DE VALORACION

1. DESCRIPCIÓN		PUNTUACIÓN
Fase 1: Criterios no evaluables mediante fórmulas SOBRE 1		49 puntos
1.a	Contenido: se valorará el hilo conductor de la story telling que se presente y que deberán adecuarse al plan de marketing 2023-24, (9 puntos) y la originalidad de la propuesta (hasta 8 puntos).	17 puntos
1.b	Equipo de trabajo: se valorará el curriculum vitae de las personas que conforman el equipo, en aquello que supere el mínimo establecido para la solvencia técnica, dando mayor puntuación a los licitadores que presenten personal con formación en las últimas tecnologías y que tenga relación con los trabajos a desarrollar (hasta 7 puntos).	7 puntos
1.c	Herramientas de gestión: se valorará el tipo de herramienta de gestión, la adecuación al formato la utilidad de ésta y las licencias de la herramienta, así como el número y tipo de licencias a prestar.	10 puntos
1.d	Horas de diseño y creatividad presentadas: se valorará aquello que se presente adicionalmente a los mínimos requeridos.	10 puntos
1.e	Diseño de la presentación: se valorará el soporte en el que se realice la oferta, su argumentación y explicación de las artes finales (hasta 5 puntos).	5 puntos

Se recomienda que para pasar a la fase dos, (criterios evaluables mediante fórmulas), de valoración, se exija a los licitadores una puntuación mínima de 25 puntos.

ANÁLISIS DE LAS OFERTAS

CREANDO ESTUDIO

El licitador presenta una oferta separada en tres documentos denominados, “Propuesta de la línea de creatividad para la promoción de Cantabria turismo 2023-2024”, “Estudio y propuesta de rebranding de la marca Cantabria infinita” y “Memoria Técnica”.

1.a	Contenido: se valorará el hilo conductor de la story telling que se presente y que deberán adecuarse al plan de marketing 2023-24, (9 puntos) y la originalidad de la propuesta (hasta 8 puntos).	17 puntos
-----	---	-----------

El licitador a través de una argumentación sencilla, y un breve relato de lo que es Cantabria en un ámbito geográfico, propone una ubicación de espacios territoriales de la comunidad, los cuales no están descritos en el plan de marketing 2023-2024. De igual forma presenta un story sobre la creatividad con una línea discontinua, ya que se proponen fotografías de espacios no coincidentes en diferentes ejemplos con la realidad, no teniendo un hilo conductor de la propuesta, siendo poco adecuado a la propuesta de marketing. La campaña se plantea con el claim CANTABRIA DESTINO UNIVERSAL. La argumentación de este claim se considera básico, con poco análisis y con argumentación poco sólida, considerando que esta propuesta presenta tips enfocados a la ubicación geográfica, que le confiere poca solidez argumental.

Valorando con 3 puntos sobre 9 puntos este apartado.

Se considera una propuesta con un enfoque continuista a las acciones de creatividad llevadas a cabo en años anteriores. Se considera una propuesta original especialmente en las imágenes elegidas, haciendo que el espectador tenga sensaciones distintas. En cuanto al documento de estudio del rebranding tiene una originalidad adecuada a los estándares. Valorando con 6 puntos sobre 8 puntos este apartado.

Por consiguiente, este apartado en su totalidad se valora con 10 puntos de 17 puntos.

1.b	Equipo de trabajo: se valorará el curriculum vitae de las personas que conforman el equipo, en aquello que supere el mínimo establecido para la solvencia técnica, dando mayor puntuación a los licitadores que presenten personal con formación en las últimas tecnologías y que tenga relación con los trabajos a desarrollar (hasta 7 puntos).	7 puntos
-----	---	----------

Dentro del equipo de trabajo, el licitador presenta un equipo conformado por los cuatro perfiles solicitados como mínimos en el PPTP, asimismo presenta un quinto componente con un perfil creativo audiovisual, valorándose éste como muy adecuado. Los perfiles presentados muestran diferentes trabajos realizados en ámbitos análogos al objeto del contrato, considerándose como muy adecuados para la elaboración del proyecto. Valorando este apartado con 6 puntos sobre 8 puntos.

1.c	Herramientas de gestión: se valorará el tipo de herramienta de gestión, la adecuación al formato, la utilidad de ésta y las licencias de la herramienta, así como el número y tipo de licencias a prestar.	10 puntos
-----	--	-----------

El licitador presenta la herramienta denominada ASANA, herramienta estandarizada en el mercado y con gran versatilidad. Sus diferentes tableros permiten una integración adecuada para la gestión de trabajos. Su estatus y los diferentes gestores de las actividades son de una utilidad adecuada. La propuesta únicamente presenta una única licencia para CANTUR S.A. considerando este punto muy poco adecuado para la gestión del proyecto.

En el ámbito de la gestión, la herramienta se considera adecuada para el entorno móvil a través de app, función muy interesante para la gestión continua del proyecto. Se echa en falta la gestión de los tiempos para un mayor control de las horas trabajo.

Valorando este apartado con 6 puntos sobre 10 puntos.

1.d	Horas de diseño y creatividad presentadas: se valorará aquello que se presente adicionalmente a los mínimos requeridos.	10 puntos
-----	---	-----------

La propuesta del licitador en este apartado únicamente se centra en las creatividades aportadas en el documento, considerándolo como poco adecuado. No se proponen otras líneas más allá de las gráficas presentadas, cubriendo por consiguiente una línea muy básica “propuesta de la línea creatividad para la promoción de Cantabria turismo 2023-2024”. Propone las posibles adaptaciones en diferentes medios a las creatividades mencionadas. No propone material adicional de valoración por encima de lo mínimo requerido.

Valorando este apartado con 0 puntos sobre 10 puntos.

1.e	Diseño de la presentación: se valorará el soporte en el que se realice la oferta, su argumentación y explicación de las artes finales (hasta 5 puntos).	5 puntos
-----	---	----------

La propuesta viene presentada a través de tres documentos identificativos y cuatro ejemplos en cartón pluma. La argumentación de las creatividades queda poco definida. No se hace una argumentación clara del claim propuesto y no entran en mayores análisis. Asimismo, queda claramente explicado el estudio del rebranding de la marca Cantabria infinita, incluyendo un manual de uso sencillo, dando una dilucidación poco adecuada de la propuesta presentada.

Valorando con 2 puntos sobre 5 puntos.

HOLASTREAM

El licitador presenta dos documentos, en los que recopila el alcance de los trabajos a realizar. “Propuesta CANTUR 24” y “Propuesta técnica”.

El análisis realizado a la propuesta técnica cumple los apartados solicitados en los PPTP, los cuales se analizan en los siguientes criterios. Se analizan los diferentes apartados como criterios de valoración técnica.

1.a	Contenido: se valorará el hilo conductor de la story telling que se presente y que deberán adecuarse al plan de marketing 2023-24, (9 puntos) y la originalidad de la propuesta (hasta 8 puntos).	17 puntos
-----	---	-----------

Dentro del análisis de la oferta se hacen constar las propuestas tanto de creatividad como de rebranding, así como una adaptación del claim. En el ámbito de la oferta creativa el licitador propone, dentro de su documento, productos turísticos basados en su mayoría en paisajes icónicos. No se proponen eventos especiales para esta campaña ni tiene en consideración instalaciones de gestión del gobierno.

En cuanto al hilo conductor de la propuesta, el licitador une las creatividades a través del claim EL BUEN NORTE, haciéndose eco de la ubicación geográfica y con referencia al sello de identidad. De igual forma se presenta un análisis con una argumentación básica, no especificando en profundidad el significado. Se hace mención al plan de marketing a través de tres líneas, sostenibilidad, calidad y desestacionalización, si bien en la posterior explicación no se mencionan estos conceptos.

En el estudio de la marca Cantabria infinita, se presenta un análisis desde la perspectiva de su propuesta actual, pero no se hace un análisis de la marca existente, lo cual se valora como poco adecuado. Asimismo, no se describe un manual de estilo de la nueva propuesta y la tipografía se mantiene en línea con la actual, no aportando un estudio argumentativo consistente, valorándose como poco adecuado.

Este apartado se valora con 5 puntos sobre 9 puntos.

En los pliegos se señala: "... se valorará la originalidad de la propuesta". Esto significa que la historia presentada deberá ser única y con conceptos evolutivos. La propuesta presentada no provoca esta visión, ni en el ámbito creativo ni en estudio de la marca de Cantabria infinita, si bien se valora adecuado el claim propuesto para la campaña.

Este apartado se valora con 3 puntos sobre 8 puntos.

Por consiguiente, el licitador obtiene en este apartado 8 puntos sobre 17 puntos.

1.b	Equipo de trabajo: se valorará el curriculum vitae de las personas que conforman el equipo, en aquello que supere el mínimo establecido para la solvencia técnica, dando mayor puntuación a los licitadores que presenten personal con formación en las últimas tecnologías y que tenga relación con los trabajos a desarrollar (hasta 7 puntos).
-----	---

La propuesta presenta un equipo elaborado con los perfiles mínimos descritos en los PPT. El análisis de la propuesta muestra un perfil creativo básico no presentando en sus cv formación actualizada de ultimas tecnologías. La propuesta de responsable en medios audiovisuales no presenta una formación en últimas tecnologías. En cuanto al perfil solicitado en el área creativa, la oferta presenta información sobre su formación poco clara. El perfil presentado como experto en herramientas digitales, remite igualmente una información poco clara en el ámbito de la formación, valorándose como poco adecuado para el proyecto.

Este apartado se valora con 3 puntos sobre 7 puntos.

1.c	Herramientas de gestión: se valorará el tipo de herramienta de gestión, la adecuación al formato la utilidad de esta y licencias de la herramienta, así como el número y tipo de licencias a prestar.	10 puntos
-----	---	-----------

La propuesta que hace el licitador se basa en la plataforma TRELLO, plataforma estandarizada de gestión básica con un módulo de fácil comprensión. Su adecuación básica se considera como adecuada para la gestión. Presenta diferentes tableros para la gestión de pedidos y una herramienta de control de solicitudes. Se muestra información básica, no se incluyen ejemplos claros aplicables al proyecto lo que dificulta el entendimiento de la misma y su adecuación al proyecto.

Este apartado se valora con 6 puntos sobre 10 puntos.

1.d	Horas de diseño y creatividad presentadas: se valorará aquello que se presente adicionalmente a los mínimos requeridos.	10 puntos
-----	---	-----------

El proyecto NO presenta propuestas adicionales.

Este apartado se valora con 0 puntos sobre 10 puntos.

1.e	Diseño de la presentación: se valorará el soporte en el que se realice la oferta, su argumentación y explicación de las artes finales (hasta 5 puntos).	5 puntos
-----	---	----------

La presentación propuesta por el licitador se muestra en dos documentos, los cuales incluyen una argumentación básica, con una explicación de las artes finales sencilla y con poca profundidad para su comprensión.

Este apartado se valora con 1,5 puntos sobre 5 puntos.

MUBIEN BRANDS

A lo largo de la oferta presentada el licitador no incluye propuesta de un claim que sustituya el que convive ahora – Cantabria, +X descubrir – tal y como se solicita en los PPTP. Por consiguiente, NO se puede valorar dicha propuesta. Informando a la mesa de contratación de la falta de este contenido y no pudiendo valorar el resto de esta.

c) Contenido mínimo

La oferta que se presente deberá contener como mínimo:

- Diseño y adaptación de un nuevo claim para la campaña, que sustituya al actual: Cantabria, + x descubrir, así como la argumentación de la propuesta.
- El estudio y propuesta del rebranding de “Cantabria Infinita”, como manual de uso.
- Propuesta de la línea de creatividad para la promoción de Cantabria Turismo 2023 - 2024
- Paquete de horas persona con dedicación al proyecto, se deberá consignar en la oferta técnica el mínimo establecido, es decir, 250 horas. Las horas adicionales ofertadas al proyecto deberán consignarse en el anexo I del pliego de cláusulas administrativas particulares, que se incluirá en el sobre C.
- Boceto de las propuestas, tanto de claim, creatividad propuesta y rebranding marca CANTABRIA INFINITA. Así como su argumentación y desarrollo.

HOW ARE YOU

La oferta presentada describe los contenidos mínimos solicitados en los PPTP, presentando un único documento donde se recopilan todos los apartados. “Cantabria Infinita. Dossier propuesta. Adaptación, modificación y creación de la campaña de creatividad para el periodo 2023/2024”.

El análisis realizado a la propuesta técnica cumple los apartados solicitados en los PPTP, los cuales se analizan en los siguientes criterios. Se analizan los diferentes apartados como criterios de valoración técnica.

1.a	Contenido: se valorará el hilo conductor de la story telling que se presente y que deberán adecuarse al plan de marketing 2023-24, (9 puntos) y la originalidad de la propuesta (hasta 8 puntos).	17 puntos
-----	---	-----------

La oferta presentada por el licitador muestra una línea sencilla en cuanto a evolución, con una tipografía y un claim, (infinitamente tuya), basados en una explicación o percepción del licitador de lo que es Cantabria. El hilo conductor que presenta es básico y con una explicación poco desarrollada. La propuesta no sigue una adecuación al plan de marketing de Cantabria 23-24. La

propuesta de rebranding hace una descripción del porqué de la simbología utilizada y de los colores de uso, siendo únicamente dos líneas de color. Igualmente, el licitador presenta una tipografía Berthold Akzidenz Grotesk. En su explicación hace una correcta disección de su propuesta. Valorando este apartado con 3 puntos sobre 9 puntos.

En línea continuista a lo descrito, la propuesta muestra una originalidad muy básica, no se denota una línea creativa adecuada al proyecto. Valorando este apartado con 2 puntos sobre 8 puntos.

Este apartado se valora con 5 puntos sobre 17 puntos.

1.b	Equipo de trabajo: se valorará el curriculum vitae de las personas que conforman el equipo, en aquello que supere el mínimo establecido para la solvencia técnica, dando mayor puntuación a los licitadores que presenten personal con formación en las últimas tecnologías y que tenga relación con los trabajos a desarrollar (hasta 7 puntos).
-----	---

La oferta presenta cuatro perfiles como son demandados en los PPTP si bien los curriculum vitae presentados no hacen una descripción adecuada tanto en formación como en proyectos análogos. Dentro de los perfiles tecnológicos no se presenta una formación adecuada, considerándose como muy poco adecuado para el proyecto.

Este apartado se valora con 2 puntos sobre 7 puntos.

1.c	Herramientas de gestión: se valorará el tipo de herramienta de gestión, la adecuación al formato la utilidad de esta y licencias de la herramienta, así como el número y tipo de licencias a prestar.	10 puntos
-----	---	-----------

La oferta en este apartado muestra diferentes herramientas de diseño, ilustración, edición, maquetación, pero no de gestión. De igual forma no presenta licencias para una herramienta de gestión de proyecto. Se considera, por tanto, este apartado como muy poco adecuado al proyecto, ya que no se define ninguna herramienta ni para el control ni para la gestión del proyecto.

Este apartado se valora con 2 puntos sobre 10 puntos.

1.d	Horas de diseño y creatividad presentadas: se valorará aquello que se presente adicionalmente a los mínimos requeridos.	10 puntos
-----	---	-----------

La oferta no presenta nada adicional al proyecto, no pudiendo valorar este apartado.

Este apartado se valora con 0 puntos de 10 puntos.

1.e	Diseño de la presentación: se valorará el soporte en el que se realice la oferta, su argumentación y explicación de las artes finales (hasta 5 puntos).	5 puntos
-----	---	----------

El licitador en su propuesta presenta tres formatos de creatividad, los cuales no siguen las indicaciones de las necesidades solicitadas en materia de productos turísticos. Las artes finales no presentan una explicación desarrollada bajo los parámetros de los productos a promocionar. Considerando este apartado como poco adecuado.

Este apartado se valora con 2 puntos sobre 5 puntos

LA HORMIGA COMUNICACIÓN SL

El licitador presenta en tres documentos: “Propuesta técnica”, “Audiovisuales CANTUR” Y “Portfolio branding”. En dicha documentación se incluye junto a la propuesta técnica, dos piezas de video adaptativo y trabajos que han realizado desde la agencia. Tras el análisis de la oferta, se comprueba que la misma presenta un contenido mínimo exigido en los PPTP.

El análisis realizado a la propuesta técnica cumple los apartados solicitados en los PPTP, los cuales se analizan en los siguientes criterios. Se analizan los diferentes apartados como criterios de valoración técnica.

1.a	Contenido: se valorará el hilo conductor de la story telling que se presente y que deberán adecuarse al plan de marketing 2023-24, (9 puntos) y la originalidad de la propuesta (hasta 8 puntos).	17 puntos
-----	---	-----------

La oferta presentada marca un hilo conductor coherente y descriptivo en el ámbito turístico. De manera sutil adecúa productos del plan de marketing 2023-2024 a la oferta. Su propuesta de claim (Cantabria siempre diferente) se enfoca a productos turísticos. Asimismo, presenta una propuesta de rebranding que hace recordar a marcas ya existentes, por lo que se considera poco adecuado para el proyecto. Dentro de la propuesta hace una descripción narrativa del story telling usado para la oferta, el cual se considera adecuado.

Valorando este apartado en 7 puntos sobre 9 puntos.

Asimismo, la propuesta de originalidad que enfoca el proyecto creativo, se ciñe a imágenes y paisajes repetitivos de otras campañas no considerándolo adecuado para el proyecto.

Valorando este apartado en 3 puntos sobre 8 puntos.

El apartado de contenido se valora por tanto en 10 puntos sobre 17 puntos.

1.b	Equipo de trabajo: se valorará el currículum vitae de las personas que conforman el equipo, en aquello que supere el mínimo establecido para la solvencia técnica, dando mayor puntuación a los licitadores que presenten personal con formación en las últimas tecnologías y que tenga relación con los trabajos a desarrollar (hasta 7 puntos).
-----	---

Presenta un equipo de trabajo más amplio de lo solicitado en los PPTP. Los cv de los componentes del equipo muestran una pequeña descripción de su experiencia, si bien presenta un enlace a la Red social LinkedIn, donde se puede ampliar la información de alguno de estos perfiles. Dentro del perfil tecnológico presentan dos propuestas con una dilatada formación y preparados para los trabajos a desarrollar, considerándolos como adecuados.

Este apartado se valora en 6 puntos sobre 7 puntos.

1.c	Herramientas de gestión: se valorará el tipo de herramienta de gestión, la adecuación al formato la utilidad de esta y licencias de la herramienta, así como el número y tipo de licencias a prestar.	10 puntos
-----	---	-----------

El proyecto presenta la herramienta MONDAY, herramienta de gestión basada en tableros de producción. Esta herramienta es un formato estandarizado con una fácil implantación y manejo rápido de la misma. Esta herramienta permite una gestión de los trabajos óptima. Dentro de la oferta, el licitador ofrece cinco licencias de gestión para el proyecto, considerándolo como adecuado.

Valorando este apartado en 7 puntos sobre 10 puntos.

1.d	Horas de diseño y creatividad presentadas: se valorará aquello que se presente adicionalmente a los mínimos requeridos.	10 puntos
-----	---	-----------

La propuesta presenta como material adicional son dos videos explicativos, así como una única imagen, en diferentes soportes, para analizar su adecuación, que se considera escasa y poco adecuada para llegar a conocer el alcance de la propia campaña.

Este apartado se valora en 5 puntos sobre 10 puntos.

1.e	Diseño de la presentación: se valorará el soporte en el que se realice la oferta, su argumentación y explicación de las artes finales (hasta 5 puntos).	5 puntos
-----	---	----------

La propuesta se ha presentado en soporte papel con un entregable de dos videos. La argumentación de las artes finales de los videos se considera adecuada, no así el arte final de las imágenes que no presentan explicación ni argumentación alguna, considerándola, por tanto, como poco adecuada para el proyecto.

Este apartado se valora con 2 puntos sobre 5 puntos.

C&C PUBLICIDAD

El análisis realizado a la propuesta técnica cumple los apartados solicitados en los PPTP, los cuales se analizan en los siguientes criterios. Se analizan los diferentes apartados como criterios de valoración técnica.

La oferta presenta un contenido de creatividad en cinco documentos que incluyen “Memoria técnica sobre la campaña de creatividad”, “Piezas gráficas”, “Equipo profesional”, “Piezas de video” y “Estudio y video del rebranding de la marca Cantabria infinita”.

1.a	Contenido: se valorará el hilo conductor de la story telling que se presente y que deberán adecuarse al plan de marketing 2023-24, (9 puntos) y la originalidad de la propuesta (hasta 8 puntos).	17 puntos
-----	---	-----------

El licitador en su oferta presenta una estrategia de creatividad bajo un hilo conductor adecuado, a través de un claim denominado “apetece”, y hace un análisis coherente que se adecúa a la propuesta presentada. Asimismo, presenta un estudio y análisis de la marca Cantabria infinita y su adecuación al proyecto. La estrategia desarrollada muestra diferentes hitos ligados al plan de marketing 2023-2024, considerado como muy adecuado para el proyecto.

Este apartado se valora con 8 puntos sobre 9 puntos.

El licitador presenta dos videos interactivos donde explica, de forma clara y entendible, su adecuación para la campaña. Asimismo, presenta un porfolio de creatividades evocadoras al proyecto, que se consideran como muy adecuadas, valorando este apartado con 7 puntos sobre 8 puntos.

Este apartado se valora con 15 puntos sobre 17 puntos.

1.b	Equipo de trabajo: se valorará el curriculum vitae de las personas que conforman el equipo, en aquello que supere el mínimo establecido para la solvencia técnica, dando mayor puntuación a los licitadores que presenten personal con formación en las últimas tecnologías y que tenga relación con los trabajos a desarrollar (hasta 7 puntos).
-----	---

El equipo de trabajo que se presenta es superior a lo establecido en los PPTP, añadiendo perfiles con una formación actualizada en tecnología. Se presenta, asimismo, un perfil ligado a la gestión de la Inteligencia artificial dentro del diseño gráfico, elemento de gran actualidad y que aporta otra visión del diseño. Considerándolo muy adecuado al proyecto.

Este apartado se valora con 6,5 puntos sobre 7 puntos.

1.c	Herramientas de gestión: se valorará el tipo de herramienta de gestión, la adecuación al formato la utilidad de esta y licencias de la herramienta, así como el número y tipo de licencias a prestar.	10 puntos
-----	---	-----------

El licitador presenta la herramienta TEAMWORK, herramienta muy adecuada a proyectos análogos. Esta herramienta se basa en la gestión a través de tableros y sus diferentes tiempos, optimizando y controlando horas de trabajo del propio proyecto. Esta herramienta es de fácil implantación y de un uso fácil, accesible y adecuado.

Teamwork Projects permite crear equipos, asignar perfiles a todos los implicados del equipo cliente y del equipo agencia. Ofrecen también la una versión app que garantiza la accesibilidad en todo momento y lugar.

Este apartado se valora con 8 puntos sobre 10 puntos.

1.d	Horas de diseño y creatividad presentadas: se valorará aquello que se presente adicionalmente a los mínimos requeridos.	10 puntos
-----	---	-----------

El licitador presenta dos piezas de video donde, por una parte, describe a través de formatos rich media, la posible convivencia de la evolución de la creatividad, y por otro la posible adaptación de la marca Cantabria infinita. Asimismo, la propuesta de creatividad engloba una estrategia de desestacionalización a través de 16 piezas presentadas, donde se hace alusión tanto a productos turísticos como a instalaciones gestionadas por el gobierno de Cantabria. Considerándolo como muy adecuado para el proyecto

Este apartado se valora con 9 puntos sobre 10 puntos.

1.e	Diseño de la presentación: se valorará el soporte en el que se realice la oferta, su argumentación y explicación de las artes finales (hasta 5 puntos).	5 puntos
-----	---	----------

La originalidad de la presentación queda identificada en las diferentes piezas que se ofertan, que incluyen elementos dentro de las mismas y una explicación muy adecuadas. La propuesta aporta un nivel para su comprensión muy adecuado.

Este apartado se valora con 4 puntos sobre 5 puntos.

CUADRO DE PUNTACIONES

LICITADORES	Apart 1a	Apart 1b	Apart 1c	Apart 1d	Apart 1e	TOTAL
	17	7	10	10	5	49
CREANDO ESTUDIO	9	6	6	0	2,5	23,5
HOLASTREAM	8	3	6	0	1,5	18,5
MUBIEN BRANDS	0	0	0	0	0	0
HOW ARE YOU	5	2	6	0	1,5	14,5
LA HORMIGA COMUNICACIÓN SL	10	6	7	5	2	30
C & C PUBLICIDAD, S.A.	15	6,5	8	9	4	42,5

CONCLUSIONES

A la vista del cuadro de puntuaciones se informa a la mesa, que el licitador con mayor puntuación es C & C PUBLICIDAD S.A. con una puntuación de 42,5 puntos sobre 49 puntos.

Asimismo, se informa a la mesa a la vista de los resultados que los licitadores CREANDO ESTUDIO, HOLASTREAM, HOW ARE YOU no han conseguido los puntos necesarios para pasar a la siguiente fase. A los efectos oportunos

Santander a 29 de enero de 2024

Fdo. Jose Ramon Alvarez Gutierrez

Director Comercial y Marketing Cantur S.A.