

ACTA DE MESA DE CONTRATACIÓN
Expte.: 2018/000994

MODALIDAD LICITADORA

Procedimiento Abierto Simplificado. Varios criterios de adjudicación.

OBJETO

Acta de conocimiento del informe técnico de valoración de criterios sujetos a juicio de valor y apertura del SOBRE número nº 3 conteniendo la documentación relativa a los criterios cuya valoración se realiza mediante la aplicación de fórmulas.

INTEGRANTES DE LA MESA

Presidente:

D^a. Ana Rosa Ambrossiani Fernández- Jefa de Servicio de Apoyo Jurídico de la Secretaría General.

Vocales:

D^a Fátima Montenegro Gil- Jefa de Servicio de Participación Ciudadana

D^a María Ugart Portero- Adjunta del Servicio de Gobierno Interior

D^a Rocio Guerra Macho- Servicio de Intervención

D. Diego Gómez García- Jefe de Servicio de Tráfico y Transportes

D. Fernando Manuel Gómez Rincón Oficial Mayor

D. Pablo Rodríguez Zulategui- Jefe de Servicios de Parques y Jardines

Asistente:

Empresa Quintágono

Empresa Spertoria

Secretaría:

D^a. Sofía Navarro- Jefe de Servicio de Contratación

ANUNCIO DE LICITACION

Plataforma de Contratación- 9 de octubre de 2018

Sevilla, 6 de Noviembre 2018

HORA: 9:30 horas

LUGAR: Sala Santo Tomás. Plaza Nueva, nº 1

Por la Presidencia se declara abierto el acto poniendo de manifiesto el informe emitido por el Servicio de Consumo en relación a la valoración de la propuesta técnica presentada en el sobre nº2 y que literalmente transcrito dice:

"INFORME VALORACIÓN SOBRE 2 PROPUESTA TÉCNICA DE LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DISEÑO Y EJECUCIÓN DE UNA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DE SEVILLA.

Código Seguro De Verificación:	Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Rosa Ambrosiani Fernandez	Firmado	22/11/2018 09:23:06
	Sofía Navarro Roda	Firmado	22/11/2018 09:05:11
Observaciones		Página	1/9
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==		



1. BRANDING BOX Tu agencia creativa

PROPUESTA TÉCNICA.....25 PUNTOS, con el siguiente desglose:

1.1 OBJETIVOS E INDICADORES:

La propuesta técnica recoge los objetivos establecidos en el PPT pero además incluye los siguientes;

- Capacidad de generar ofertas diarias muy competitivas.
- Producto de alto grado fresca.
- Comprar en mercado de abasto es compra saludable.

Como indicadores presentan:

- Control de audiencias. Tanto en perfiles sociales como en páginas del site del ayuntamiento implicadas.
- Impactos en medios.
- Entrevistas en el entorno.

PUNTUACIÓN..... 1 PUNTO

1.2 DEFINICIÓN DE LOS SERVICIOS A PRESTAR:

1.2.1 PLAN DIFUSIÓN OFFLINE.

La campaña se ubicará en los soportes recogidos en el PPT como son rueda prensa, información mobiliario urbano y autobuses, encuestas, carteles, folletos etc.

Incluye un incremento en el número de folletos y cartelería.

Describe 3 fases de encuestas.

Incremento en las fotografías.

Rueda prensa 4 medios, con 50.000 impactos.

Incluye planificación durante el período de duración de la campaña.

PUNTUACIÓN.....3 PUNTOS

1.2.2 PLAN DIFUSIÓN ONLINE.

El contenido de este plan es el establecido en el PPT como banners, micro vídeos, fotografías, web del proyecto, landing y microsite.

Distinguen en dos fases: fase lanzamiento donde las cantidades son menores y la audiencia estimada oscila entre los 5.000 y 45.000.

Fase de mantenimiento donde las cantidades son mucho mayores y la audiencia estimada oscila entre los 45.000 y las 380.000 visitas.

PUNTUACIÓN.....5 PUNTOS

1.2.3 CREATIVIDAD

Se presentan varios bocetos en varios formatos.

El boceto de cartel presenta el eslogan "MERCADOS DE SEVILLA, LA OPCIÓN MAS INTELIGENTE" incluyendo un interrogante ¿ya sabes dónde estamos? siendo el mismo atractivo

Los carteles se personalizan para cada mercado estableciendo en el mismo la ubicación del mercado así como se divide en recuadros con distintos productos que se pueden adquirir en el mercado.

En los bocetos mupis se cambia del color verde al azul y aparecen fotografías de gente comprando en el mercado, dando una sensación de cercanía y familiaridad.

En los trípticos se encuentra remix del cartel general junto con las fotografías de los usuarios de los mercados y situación de todos los mercados alcanzando la funcionalidad deseada de explicación de los mismos.

PUNTUACIÓN.....9 PUNTOS.

TOTAL PUNTUACIÓN.....18 PUNTOS

2. QUINTÁGONO, SERVICIOS GENERALES DE PRODUCCIONES Y DISEÑO, S.L

PROPUESTA TÉCNICA.....25 PUNTOS, con el siguiente desglose:

1.3 OBJETIVOS E INDICADORES:

La propuesta técnica recoge los objetivos establecidos en el PPT pero además incluye los siguientes;

- Mayor participación y afluencia de perfiles diversos en los mercados.
- Posicionar a los mercados como espacio de compras frecuente.
- Valorar la calidad y salubridad de los productos.

Código Seguro De Verificación:	Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Rosa Ambrosiani Fernandez	Firmado	22/11/2018 09:23:06
	Sofía Navarro Roda	Firmado	22/11/2018 09:05:11
Observaciones		Página	2/9
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==		



- Mercado empático con conocimientos experto de los comerciantes sobre sus productos y mantener una relación estrecha y agradable entre mercado y clientes.
- Mercados de abastos innovadores, actualizados.
Para establecer los indicadores a través de los cuales se podrá medir el logro de cada uno distingue entre 3 tipos de clientes o consumidores:

- Clientes locales habituales de los mercados.
- Nuevos clientes locales que conocen los mercados por nuevos canales.
- Nuevos clientes no locales que conocen los mercados por nuevos canales.
Tomando como referencia a estos tipos de clientes establecen dos estrategias de comunicación y difusión con el fin de dar cobertura a los indicadores necesarios y permitir que los diferentes usuarios puedan acceder a otras acciones de difusión que se generen en otros canales:

1. Outbound marketing, afianzada a las acciones de comunicación y difusión Offline. Su resultado es en corto plazo, invasiva y masiva.
2. Inbound marketing, Afianzada a las acciones de comunicación y difusión Online. Su resultado es a medio/largo plazo, no es invasiva, permite la segmentación de perfiles objetivos, es personalizada y la limitación de indicadores es menor.

PUNTUACIÓN..... 1.50 PUNTOS

1.4 DEFINICIÓN DE LOS SERVICIOS A PRESTAR:

1.4.1 PLAN DIFUSIÓN OFFLINE.

La campaña se ubicará en los soportes recogidos en el PPT como son rueda prensa, información mobiliario urbano y autobuses, encuestas, carteles, folletos etc. Incluye un recuso de marketing de proximidad basado en la tecnología BEACONS, consistente en pequeños dispositivos basados en tecnología Bluetooth, los potenciales usuarios qu ese acerquen o entren en el mercado de abastos, el beacons le enviará una oferta específica del mercado, imagen de la campaña para que acceda al tocar la pantalla del Smartphone a una web, etc. Supondría un incremento en mil usuarios nuevos, 2 de cada 10 usuarios que reciben información por este canal interactúa con ella.

Establece una temporalidad para los mupis y los recorridos de los autobuses para destacar la especial incidencia sobre los mercados ubicados en el casco antiguo dada su cercanía a las paradas de inicio/terminales. Incremento en 500 usuarios nuevos, 1 de cada 100 usuarios que la ve la información en el autobús o MUPI accede al canal online. Impacto de 50.000 personas.

Rueda de prensa con al menos 5 medios y audiencia mínima de 20.000 impactos. Incremento de carteles, folletos y encuestas.

Incluye planificación durante el período de duración de la campaña.

PUNTUACIÓN..... 4 PUNTOS

1.4.2 PLAN DIFUSIÓN ONLINE.

El contenido de este plan es el establecido en el PPT como banners, micro vídeos, fotografías, web del proyecto, landing y microsite y acciones mediante etiquetas #hashtag que permitan la interacción de los usuarios. #asacoconmitendero. Realiza un cuadro con el indicador, los objetivos a cumplir, el valor estimado KPIS y la ubicación.

PUNTUACIÓN..... 6 PUNTOS.

1.4.3 CREATIVIDAD

Se presenta un boceto en varios formatos.

El boceto de cartel presenta el eslogan "A SACO CON TU MERCADO" siendo el mismo fresco y directo.

Sencillo ya que aparece en distintas tonalidades verdes en el que se muestra varios tipos de comidas y utensilios de comida así como el nombre de todos los mercados de Sevilla.


PUNTUACIÓN..... 3 PUNTOS.

TOTAL PUNTUACIÓN..... 14.50 PUNTOS

3.HyL SEVICES

PROPUESTA TÉCNICA..... 25 PUNTOS, con el siguiente desglose:

1.5 OBJETIVOS E INDICADORES:

Código Seguro De Verificación:	Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Ana Rosa Ambrosiani Fernandez	Firmado	22/11/2018 09:23:06	
Observaciones	Sofia Navarro Roda	Firmado	22/11/2018 09:05:11	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==		Página	

La propuesta técnica recoge los objetivos establecidos en el PPT pero además incluye los siguientes;

- Capacidad de generar ofertas diarias muy competitivas.
- Producto de alto grado fresca.
- Comprar en mercado de abasto es compra saludable.

Como indicadores presentan:

- Encuestas
 - Valoraciones de google de los mercados individualmente
 - Frecuencia de visitas por tramos horarios de los distintos mercados
- PUNTUACIÓN..... 1 PUNTO

1.6 DEFINICIÓN DE LOS SERVICIOS A PRESTAR:

1.6.1 PLAN DIFUSIÓN OFFLINE.

La campaña se ubicará en los soportes recogidos en el PPT como son rueda prensa, información mobiliario urbano y autobuses, encuestas, carteles, folletos etc.

Incluye carteles para ubicar en accesos de los 19 mercados y puestos así como para ubicar en distritos.

Flyers para ubicar en las oficinas de información turística de la ciudad.

Distribución en al menos 50 centros educativos información al respecto para trasladar al alumnado y profesorado.

Efecto cuña de radio en un radio de audiencia de Sevilla duración 2 semanas.

.PUNTUACIÓN.....2,5
PUNTOS

1.6.2 PLAN DIFUSIÓN ONLINE.

El contenido de este plan es el establecido en el PPT como banners, micro vídeos, fotografías, web del proyecto, landing y microsite.

Distingue entre varios clientes potenciales (jóvenes, mediana edad, deportistas, etc) Incluye 3 publicaciones diarias en varias redes sociales.

Un vídeo en you tube semanal en el primer tramo del proyecto por periodo de 5 meses.

PUNTUACIÓN.....4 PUNTOS.

1.6.3 CREATIVIDAD

Se presentan 3 bocetos.

El boceto de cartel presenta el eslogan " RED DE MERCADOS DE SEVILLA, TU COMPRA NUESTRA PROFESIÓN" un poco largo pero bastante cercano y claro.

En el primer boceto aparecen todos los mercados por lo que se procede a una saturación con todos los mercados localizados en un gran mapa de Sevilla con foto circulada y nombre identificativo de cada mercado.

El 2 y 3 boceto prácticamente iguales.

En el boceto 2 se observa claridad en el producto y cercanía con los comerciantes al poder ver sus fotos.

En el boceto 3 saturación del cartel con abundancia de productos y fotos.

PUNTUACIÓN.....4 PUNTOS.

TOTAL PUNTUACIÓN.....11.50 PUNTOS

4.SPERTORIA

PROPUESTA TÉCNICA.....25 PUNTOS, con el siguiente desglose:

1.7 OBJETIVOS E INDICADORES:

La propuesta técnica recoge los objetivos establecidos en el PPT pero además incluye los siguientes;


- Capacidad de generar ofertas diarias muy competitivas.
- Producto de alto grado fresca.
- Comprar en mercado de abasto es compra saludable.

Como indicadores presentan:

- Interacción y respuesta en redes sociales
- Resultado de las encuestas

PUNTUACIÓN..... 0.25 PUNTOS

1.8 DEFINICIÓN DE LOS SERVICIOS A PRESTAR:

Código Seguro De Verificación:	Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Ana Rosa Ambrosiani Fernandez	Firmado	22/11/2018 09:23:06	
Observaciones	Sofia Navarro Roda	Firmado	22/11/2018 09:05:11	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==			

1.8.1 PLAN DIFUSIÓN OFFLINE.

La campaña se ubicará en los soportes recogidos en el PPT como son rueda prensa, información mobiliario urbano y autobuses, encuestas, carteles, folletos etc. Incluye además de la rueda de prensa prevista otra más en marzo de 2019 alcanzando más de 20.000 impactos. Incluye carteles para ubicar en accesos de los 19 mercados y puestos así como para ubicar en distritos.

PUNTUACIÓN.....1 PUNTOS

1.8.2 PLAN DIFUSIÓN ONLINE.

Elaboraran métricas en redes y medios sociales de cada canal: Facebook Insights, Twitter Analytics, etc.

En cuanto a los indicadores se tendrán en cuenta:

-De carácter cuantitativo:

Visitas a la web

Emails de contacto recibos

Acciones sociales

Número de participantes, Etc.

-De carácter cualitativo:

Retornos de acciones de comunicación

Alianzas establecidas, etc.

Se creará una herramienta o sistema asimilable de social media room, donde se podrán observar en tiempo real el movimiento de todas las redes sociales de la campaña.

PUNTUACIÓN.....2 PUNTOS.

1.8.3 CREATIVIDAD

Se presentan 3 bocetos con varios eslóganes.

El boceto 1 recoge los Mercados de Abastos de Sevilla con el mercado de tu barrio. Con colores llamativos pero escaso de contenido.

El boceto 2 identifica los Mercados de Abastos de Sevilla como la compra en casa. De color blanco y con contenido simple y nada atractivo.

El boceto 3 recoge la Red de Mercados de Abastos de Sevilla en una especie de burbuja sobre una pintura abstracta de colores cálidos, falto de contenido.

PUNTUACIÓN.....1 PUNTOS.

TOTAL PUNTUACIÓN.....4.25 PUNTOS

DECEN S.L

PROPUESTA TÉCNICA.....25 PUNTOS, con el siguiente desglose:

1.9 OBJETIVOS E INDICADORES:

La propuesta técnica recoge los objetivos establecidos en el PPT pero además incluye los siguientes;

-Incrementar ventas

- Contrarrestar acciones de la competencia

- Potenciar la marca

- Generar liquidez, etc

Como indicadores presentan:

- Eventos

-Concursos


- Programas de fidelización focus consumer

- Promociones económicas y del producto

PUNTUACIÓN..... 0.25 PUNTOS

1.10 DEFINICIÓN DE LOS SERVICIOS A PRESTAR:

Código Seguro De Verificación:	Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Rosa Ambrosiani Fernandez	Firmado	22/11/2018 09:23:06
	Sofía Navarro Roda	Firmado	22/11/2018 09:05:11
Observaciones		Página	5/9
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==		



1.10.1 PLAN DIFUSIÓN OFFLINE.

No incluye

PUNTUACIÓN.....0 PUNTOS

1.10.2 PLAN DIFUSIÓN ONLINE.

No incluye

PUNTUACIÓN.....0 PUNTOS.

1.10.3 CREATIVIDAD

No incluye

PUNTUACIÓN.....0 PUNTOS.

TOTAL PUNTUACIÓN.....0.25 PUNTOS”

Se procede a concluir que la puntuación obtenida por cada empresa ha sido por los siguientes motivos:

BRANDING BOX Tu agencia creativa.

.1 PUNTO por la claridad de los indicadores que presentan a través de los cuales se puede medir el logro de los objetivos marcados poniendo de manifiesto la frecuencia de visitas en medios , soportes físicos, control de audiencias que oscilarían entre 35.000 y 300.000 visitas dependiendo del soporte que se trate.

3 PUNTOS en el Plan Difusión Offline por aumentar las encentas distribuyéndolas en 3 fases, aumentar a 4 los medios que asistirían a la rueda de prensa incrementando a 50.000 los impactos obtenidos, por lo que se procede a un aumento de soportes publicitarios, aunque mantiene el mismo tiempo de exposición que el establecido en el pliego y no señala lugares de distribución.

5 PUNTOS en el Plan Difusión Online por establecer el tipo de contenido, la frecuencia de publicación de cada uno de los contenidos a exponer y manifestar los recursos necesarios para ello, sin embargo no presenta documentación gráfica en la que se observe el desarrollo del mismo.

9 PUNTOS En c la creatividad, por presentar varios bocetos con un eslogan atractivo. Por personalizar la cartelería para cada mercado estableciendo la ubicación de cada uno incluso se incorpora código QR de localización a través de móvil facilitando así el reconocimiento por parte de los usuarios.

Por observar en los carteles y folletos la familiaridad y cercanía del mercado con las fotografías que se incorporan al mismo.

QUINTÁGONO, SERVICIOS GENERALES DE PRODUCCIONES Y DISEÑO S.L

1,5 PUNTOS por aumentar los objetivos a conseguir con esta campaña y la medición de la obtención de los mismos los lleva a cabo mediante indicadores en los que tiene en cuenta los posibles consumidores o clientes de los mercados determinando dos tipos de canales a través de los cuales se pueden conseguir los objetivos marcados. Por entenderse como una forma peculiar e innovadora en la medición de los objetivos.

4 PUNTOS al Plan Difusión Offline por incluir como novedad y propuesta en los soportes publicitarios incluye la tecnología BEACONS incorporando eficacia y rentabilidad publicitaria, suponiendo un incremento considerable de usuarios nuevos. Por aumentar a 5 medios la rueda de prensa aunque mantiene la misma cantidad de impactos.

Por preveer la exposición y ubicación de cartelería en diferentes líneas de autobuses, localización de mupis, etc.

6 PUNTOS al Plan Difusión Online por establecer el tipo de contenido, la frecuencia de publicación de cada uno de los contenidos a exponer, los impactos que se obtendrían los destinatarios todo de forma clara y concisa.

Por manifiestar los recursos necesarios para ello, sin embargo no presenta documentación gráfica en la que se observe el desarrollo del mismo.

3 PUNTOS a la creatividad, por presentar un boceto con un eslogan claro y directo.

Por ser un cartel bastante sencillo, y aunque recoge el nombre de todos los mercados, no se reconoce directamente la finalidad que es lo que se pretende con el cartel.

Código Seguro De Verificación:	Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Ana Rosa Ambrosiani Fernandez	Firmado	22/11/2018 09:23:06
	Sofia Navarro Roda	Firmado	22/11/2018 09:05:11
Observaciones		Página	6/9
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==		



HyL SERVICES

1 PUNTO por observar con claridad los indicadores que presentan a través de los cuales se puede medir el logro de los objetivos marcados poniendo de manifiesto la frecuencia de visitas se llevaran a cabo por tramos horarios así como un análisis de redes sociales e incluye estadísticas de uso y visita por secciones aunque no incluye control de audiencias.

2,5 PUNTOS al Plan Difusión Offline por determinar el número de soportes, la ubicación de los que propone, así como la distribución de los mismos en oficinas turísticas, centros educativos entre otros.

Programación de visitas a centros educativos.

4 PUNTOS al Plan Difusión Online por concretar los destinatarios, contenidos, frecuencia de publicación así como los recursos necesarios sin embargo no presenta documentación gráfica en la que se observe el desarrollo del mismo.

4 PUNTOS a la creatividad, por presentar varios bocetos con un eslogan un poco largo pero cercano.

Por la calidez en los colores y varias opciones en las que concreta mente en dos se determina la cercanía y calidad del producto por las fotos que incorpora. Primer cartel aglomeración de mercados y poca claridad.

SPERTORIA

0,25 PUNTOS porque no amplía objetivos señala solo dos indicadores aunque los desarrolla un poco no recoge frecuencia de visitas ni número de impactos en medios ni control de audiencias.

1 PUNTO al Plan Difusión Offline por aumentar otra rueda de prensa además de la prevista alcanzando mas impactos.

Por determinar lugar de ubicación da algunos soportes publicitarios.

No incluye periodo tiempo exposición y no se observa criterios de eficacia y rentabilidad publicitaria.

2 PUNTOS al Plan Difusión Online por determinar indicadores. Por crear una herramienta o sistema asimilable de social media room.

No se incluye contenidos, recursos necesarios ni documentos gráficos.

1 PUNTO a la creatividad por incluir 3 bocetos.

Por ser el eslogan "Compra en casa" confuso, ya que no queda claro la finalidad del eslogan al significar la cercanía del mercado o que la compra se puede hacer desde casa.

Por estar los carteles faltos de contenido y figuras abstractas.

Por no aparecer en los carteles referencia a ningún mercado.

Concreta mente un cartel demasiado colorido y poder confundirse con otro acto lúdico.

DECEM S.L

0,25 PUNTOS por ampliar objetivos e incluir como indicadores programas de fidelización focus consumer.

0 PUNTOS al no incluir Plan Difusión offline

0 PUNTOS al no incluir Plan Difusión Online


0 PUNTOS al no incluir ningún boceto.

Efectuado cuanto antecede, la Presidencia ordena la apertura de los sobres nº 3 correspondientes a los licitadores admitidos con los siguientes resultados:

1º Respecto al criterio de mejor oferta económica las proposiciones realizadas, IVA excluido, son las siguientes:

PRESUPUESTO DE LICITACIÓN

19980,26

Código Seguro De Verificación:	Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Ana Rosa Ambrosiani Fernandez	Firmado	22/11/2018 09:23:06	
	Sofia Navarro Roda	Firmado	22/11/2018 09:05:11	
Observaciones		Página	7/9	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==			

EMPRESAS	IMPORTE (SIN IVA)	PUNTOS
BRANDING BOX	19006,52	43,12
QUINTÁGONO	15984,21	51,27
H&L SERVICES	15986,2	51,26
SPERTORIA	14900	55
DECEM	15584,6	52,58

2º. En cuanto al criterio de adjudicación MEJORAS las proposiciones realizadas, son las siguientes:

EMPRESAS	MEJORAS EN LA PRODUCCIÓN N FOLLETOS	MEJORAS PROCUCIÓN CARTELERIAS	MEJORAS PRODUCCIÓN ENTREVISTAS	MEJORAS PRODUCCIÓN ENCUESTAS	PUNTOS
BRANDING BOX	18272	380	18	380	20
QUINTÁGONO	1140	114	0	95	9,5
H&L SERVICES	1900	380	5	25	20
SPERTORIA	1900	380	5	475	20
DECEM	1000	50	5	5	9

3º Puntuación total.


EMPRESAS	IMPORTE (SIN IVA)	PUNTO S	MEJORA S	PUNTO S	PROPU ESTA TÉCNICA	PUNTO S	TOTAL
H&L SERVICES	15986,2	51,26	20	20,00	11,5	11,5	82,76
BRANDING BOX	19006,52	43,12	20	20	18	18	81,62
SPERTORIA	14900	55	20	20	4,25	4,25	79,25
QUINTÁGONO	15984,21	51,27	9,5	9,5	14,5	14,5	75,27
DECEM	15584,6	52,58	9	9	0,25	0,25	61,83

A la vista de todo lo expuesto, la Mesa de Contratación resuelve lo siguiente:

RESOLUCION DE LA MESA

1.- Clasificar las ofertas según la puntuación obtenida:

EMPRESAS	TOTAL
H&L SERVICES	82,76
BRANDING BOX	81,62
SPERTORIA	79,25
QUINTÁGONO	75,27
DECEM	61,83

Código Seguro De Verificación:	Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Ana Rosa Ambrosiani Fernandez	Firmado	22/11/2018 09:23:06	
Observaciones	Sofia Navarro Roda	Firmado	22/11/2018 09:05:11	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==			


3. Proponer con adjudicatario a la empresa H&L SERVICES por obtener mejor puntuación.

3. Requerir a la empresa propuesta como adjudicataria H&L SERVICES por obtener la mejor puntuación para que presente la documentación de acuerdo con lo previsto en el art.159 LCSP.

Finalizado el acto se extiende la presente acta, que suscriben la Presidenta y la Secretaria en el lugar y fecha indicados.

LA PRESIDENTA

LA SECRETARIA

Código Seguro De Verificación:	Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Ana Rosa Ambrosiani Fernandez	Firmado	22/11/2018 09:23:06	
	Sofia Navarro Roda	Firmado	22/11/2018 09:05:11	
Observaciones		Página	9/9	
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/Fwkohhu9bFgEHZTbCwsZAg==			