



**Institut Català
de Finances**

EXPEDIENT DE CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE CREACIÓ, DISSENY, EDICIÓ, MAQUETACIÓ I IMPRESSIÓ DE MATERIAL CORPORATIU DE L'INSTITUT CATALÀ DE FINANCES.

Exp. Contractació 03/2021

ACTA DE LA MESA DE CONTRACTACIÓ

Barcelona, 29 de març de 2021

Havent estat novament declarat l'estat d'alarma, mitjançant Reial Decret 926/2020; atesa la continuïtat de certes mesures de prevenció sanitària derivades d'aquell, com és ara el teletreball, i per tant, la impossibilitat de procedir a la reunió presencial de la mesa, s'ha procedit a realitzar una sessió virtual d'aquesta, i de conformitat amb el que disposen els plecs administratiu i tècnic que regulen la present contractació, es va donar per formalment constituïda la mesa de contractació dels serveis de creació de contingut, disseny, edició i maquetació i impressió de material corporatiu de l'Institut Català de Finances, als efectes de procedir a l'obertura dels corresponents sobres C de la documentació presentada per cadascun dels licitadors concurrents.

D'acord amb allò previst a la clàusula 12 del plec de clàusules administratives que regeix la present contractació es va procedir virtualment a la constitució formal de la mesa de contractació, en compliment d'allò que disposa la Llei de Contractes del Sector Públic i la seva normativa de desenvolupament. La mesa es va conformar pels següents membres integrants:

Presidenta: Núria Trepas Castillo
Vocal: Marta Traver Rosique
Vocal: Enric Figueras Fargas
Secretari: David Fernández Pérez.

Excusen la seva presència a la sessió d'avui el senyor Jordi Vila Pairó i la senyora Elisabet Cornadó Soler.

Un cop completat el tràmit de valoració dels sobres B dels licitadors concurrents a la present contractació, es van prendre els següents

Acords

1. Es va fer pública la ponència de valoració de les ofertes rebudes en el marc de l'expedient de contractació, contingudes als sobres B, de criteris subjectius, realitzada pel comitè d'experts designats per l'òrgan de contractació al plec de clàusules administratives.

S'adjunta per annex a la present acta l'informe esmentat degudament signat pels membres del comitè d'experts.

2. Seguidament, es va procedir a l'obertura dels sobres C de les empreses oferents, i un cop oberts aquests, es van fer públics els seus respectius continguts, procedint-se a la seva valoració per la mesa de contractació, la qual ho va portar a terme mitjançant l'aplicació del barem contingut als plecs de referència de la contractació.

S'adjunta per annex a la present acta la valoració de les ofertes econòmiques rebudes a la present licitació, d'acord amb el barem establert al quadre de característiques i atesa l'aplicació que d'aquest ha fet la pròpia mesa de contractació, així com el resultat de la suma de les puntuacions rebudes pels licitadors quant als criteris subjectius, als quals se'ls sumen les rebudes quant als criteris objectius.

3. Completat tot l'anteriorment exposat, la mesa ha acordat que, un cop valorats els criteris objectius dels sobres C, la puntuació del qual s'afegeix a l'obtinguda per cada licitador pel que fa als criteris subjectius dels sobres B, prèviament valorats, l'oferta de la companyia **Summa Comunicació, S.A.**, ha rebut la puntuació més alta d'entre les ofertes rebudes, complint tanmateix la integritat dels requeriments efectuats sobre l'abast dels serveis a prestar, i ha estat declarada com la més adequada, així com plenament ajustada al prescrit pel plec de clàusules administratives, pel de prescripcions tècniques i pel quadre de característiques.
4. S'acorda elevar la present proposta d'adjudicació provisional a l'òrgan de contractació corresponent de l'ICF per tal que, si ho estima oportú, aquest formuli resolució d'adjudicació definitiva sotmesa a condició suspensiva d'acompliment dels requeriments que a tal efecte recull el plec de clàusules administratives que regeix la present contractació a la clàusula 14.

La presidenta

El secretari

Sra. Núria Trepal

Sr. David Fernández

ANNEX 1 DE VALORACIÓ D'OFERTES: sobres B.

Veure informe del comitè d'experts amb la valoració dels sobres B annexat al final del document.

ANNEX 2 DE VALORACIÓ D'OFERTES: sobres C & sobres B+C.

Feta per la mesa de contractació la valoració de les ofertes presentades d'acord amb el barem i criteris previstos al quadre de característiques de la licitació, es formulen les següents conclusions:

1.- CRITERIS OBJECTIUS: PREU DEL SERVEI (fins a 30 punts).

Els resultats de l'aplicació del barem establert pel QC de la licitació apareixen en el següent quadre:

	Tipologia de servei	Característiques	Preu unitari màxim (IVA exclòs)	Valoració	Puntuació màxima
Creació de contingut de marca i/o producte	Redaccional	<= 2.500 paraules	1.100	€/peça	3
	Post per blog	<=1.000 paraules	400	€/peça	2
	Altres projectes de creació de contingut	<=2.500 paraules	47	€/hora	1
Disseny de material corporatiu digital i/o físic	Fulletó (díptic, tríptic, etc)	<=8 pàgines	1.500	€/peça	3
	Presentacions	<=35 diapositives	850	€/presentació	3
	Landing Page	-	600	€/landing	2
	Plantilla mailing	-	400	€/plantilla mailing	3
	Newsletter	<=12 notícies	650	€/newsletter	3
	Roll up	-	100	€/projecte	1
	Cartelleria	<=5 adaptacions	100	€/projecte	1
	Web banners	-	40	€/banner	1
	Gràfics, infografies i taules	-	45	€/projecte	1
	Edició i maquetació de publicacions	<=70pàgines	4.700	€/publicació	5
Edició i maquetació de publicacions	Altres projectes de disseny i maquetació	<=70pàgines	60	€/hora	1

	Tipologia de servei	OFERTA				VALORACIONS			
		GESTEGICA, S.L.	LAURA ROURA RIERA	SÍLVIA BARRIOS BAENA	SUMMA COMUNICACIÓ, S.A.	GESTEGICA, S.L.	LAURA ROURA RIERA	SÍLVIA BARRIOS BAENA	SUMMA COMUNICACIÓ, S.A.
Creació de contingut de marca i/o producte	Redaccional	990	935	935	950	2,85	3,00	3,00	2,96
	Post per blog	350	340	345	380	1,95	2,00	1,98	1,80
	Altres projectes de creació de contingut	44	42,3	43	45	0,96	1,00	0,99	0,94
	Fulletó (diptic, triptic, etc)	1300	1200	1245	1400	2,80	3,00	2,91	2,60
Disseny de material corporatiu digital i/o físic	Presentacions	740	680	750	750	2,79	3,00	2,75	2,75
	Landing Page	525	510	540	550	1,95	2,00	1,90	1,87
	Plantilla mailing	325	320	345	390	2,96	3,00	2,81	2,48
	Newsletter	550	520	575	600	2,86	3,00	2,75	2,63
	Roll up	80	90	85	80	1,00	0,90	0,95	1,00
	Cartellera	80	90	85	90	1,00	0,90	0,95	0,90
	Web banners	35	36	35	35	1,00	0,98	1,00	1,00
	Gràfics, infografies i taules	40	40,5	40	40	1,00	0,99	1,00	1,00
	Edició i maquetació de publicacions	3600	3525	4050	4600	4,92	5,00	4,44	3,86
	Altres projectes de disseny i maquetació	50	54	55	55	1,00	0,93	0,92	0,92
						29,05	29,70	28,34	26,70

2.- CONCLUSIONS: sumatori criteris subjectius i criteris objectius.

	GESTEGICA, S.L.	LAURA ROURA RIERA	SÍLVIA BARRIOS BAENA	SUMMA COMUNICACIÓ, S.A.
Criteris Subjectius	64,51	40,49	26,88	67,63
Criteris Objectius	29,05	29,70	28,34	26,70
TOTAL PUNTUACIÓ	93,56	70,19	55,22	94,33

D'acord amb les puntuacions descrites més amunt, l'oferta que ha obtingut una puntuació més elevada (94,33) és la presentada per l'empresa **Summa Comunicació, S.A.**



Institut Català
de Finances

VALORACIÓ TÈCNICA DE LES OFERTES PRESENTADES PELS LICITADORS EN EL MARC DE L'EXPEDIENT 3/2021 PER A LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE PROJECTES DE CREACIÓ DE CONTINGUT I DISSENY PER L'INSTITUT CATALÀ DE FINANCES (ICF).

DOCUMENT DE VALORACIÓ D'OFERTES.

Un cop llegides les ofertes tècniques de tots els licitadors, l'Institut Català de Finances (ICF) procedeix a l'elaboració d'un document amb l'estudi comparatiu de les propostes presentades i la seva valoració.

Les empreses licitadores admeses, les ofertes de les quals han estat objecte de valoració, han estat les següents:

- Gestegica, S.L.
- Laura Roura Riera
- Sílvia Barrios Baena
- Summa Comunicació, S.A.

L'òrgan tècnic designat per a la valoració de les ofertes presentades està compostat per:

- Estefania Ruiz, Cap de Comunicació i Relacions Institucionals
- Vanesa Palacios, responsable de Màrqueting
- Victor Borràs, tècnic de Comunicació

Seguidament, es relaciona la puntuació assolida per cadascun dels licitadors, en funció dels criteris de selecció que es van establir dins dels plecs que regeixen aquesta contractació:

1. CRITERIS SUBJECTIUS DE VALORACIÓ I PUNTUACIÓ.

- **Creació de contingut de marca i/o producte (fins a 15 punts):** amb l'objectiu d'augmentar el posicionament de l'ICF com a entitat que promou el finançament sostenible amb impacte positiu per l'economia, la societat i el medi ambient, l'ICF encarrega la creació d'un redaccional que serà publicat en un mitjà de comunicació digital. Cal fer proposta de contingut, imatges i disseny. Es valorarà l'adequació al missatge, la creativitat i l'estil.
El web de l'ICF, així com el contingut generat a les diferents xarxes socials de l'entitat, són la font d'informació per fer la proposta.
- **Disseny de material corporatiu digital i/o físic (fins a 25 punts):** proposta de fullat comercial amb les solucions de finançament pel sector social. Cal presentar un fullat per imprimir i un per distribuir digitalment. Es valorarà l'impacte visual, la simplicitat del missatge a transmetre, l'adequació al missatge, la creativitat i l'estil.
El web de l'ICF, així com el contingut generat a les diferents xarxes socials de l'entitat, són la font d'informació per fer la proposta.
- **Edició i maquetació de publicacions (fins a 30 punts):** proposta de maquetació de l'informe anual de l'ICF. Es demana l'edició i maquetació de les següents pàgines de l'informe anual de 2019 (http://www.icf.cat/web/.content/pdf/Informe-Anual-ICF-2019_CA.pdf). Es valorarà la capacitat per adequar el missatge, simplificar-ho, l'impacte

visual, el disseny i l'estil de les següents pàgines: Portada // Magnituds de 2019 (pàg.7). // Pilars estratègics (pàg. 18). // Segmentació per tipus d'empresa (pàg. 36). // Informació financera (pàg. 52).

Valoració de les ofertes

Un cop revisades les diferents ofertes, es detallen a continuació les dades i aspectes més rellevants que s'han identificat per establir la puntuació dels criteris subjectius.

Per obtenir els resultats que apareixen en el quadre següent s'ha aplicat la fórmula establerta en el Quadre de Característiques de la licitació, és a dir:

$$P_{op} = P \times \frac{VT_{op}}{VT_{mv}}$$

P_{op} = Puntuació de l'Oferta a Puntuar

P = Puntuació del criteri

VT_{op} = Valoració Tècnica de l'Oferta que es Puntua

VT_{mv} = Valoració Tècnica de l'oferta Millor Valorada

CRITERIS SUBJECTIUS	GESTEGICA, S.L.	LAURA ROURA RIERA	SÍLVIA BAENA BARRIOS	SUMMA COMUNICACIÓ, S.A.
Creació de contingut de marca i/o producte (fins a 15 punts)	15,0	7,5	0	14,5
Disseny de material corporatiu digital i/o físic (fins a 25 punts)	19,5	17,1	13,4	25,0
Edició i maquetació de publicacions (fins a 30 punts)	30,0	15,9	13,5	28,2
TOTAL (fins a 70 punts)	64,5	40,5	26,9	67,6

A continuació s'exposen els motius pels quals cadascuna de les empreses licitadores ha obtingut la puntuació indicada en cadascun dels tres criteris a avaluar.

Gestegica, S.L.

- **Creació de continguts de marca i/o producte:** la proposta presentada mostra l'ús d'un llenguatge senzill, accessible a tot tipus de lector o lectora, sense errors ortogràfics greus i coherent amb el to i els missatges de l'ICF. Mostra una estructura pensada per al format digital i per a l'afavoriment del Posicionament en buscadors (en endavant SEO, per les sigles en anglès *Search Engine Optimization*), un punt que s'ha valorat especialment i diferenciador respecte la resta de propostes. En aquest sentit, també destaca la presència de *calls to action*, també propis del format digital, i de recursos audiovisuals o enllaços per ampliar informació. Tot i això, la proposta és massa plana i no aporta el valor afegit necessari per a obtenir la màxima puntuació.
- **Disseny de material corporatiu digital i/o físic:** la proposta presentada aporta elements d'interacció trans mèdia, com ara la incorporació d'un codi QR per ampliar informació, que la doten d'un valor afegit important i que s'ha valorat positivament. El contingut està treballat i és coherent amb el missatge de l'ICF, si bé trobem a faltar més informació comercial de productes i menys sobre l'ICF, el que fa i la seva activitat. La proposta conté massa text, presenta un estil visual poc innovador i incorpora imatges buides quant a contingut i que no són atractives quan se sobreposen als colors corporatius de l'entitat, com ara el vermell. El codi QR incorporat, tot i

valorar-se positivament com a element dins el conjunt, creiem que no està situat en el millor lloc (una de les pàgines interiors) per afavorir la interacció del lector o lectora. La proposta digital no és del tot un fulletó, tal com es demanava, sinó que és més aviat un producte semblant a una *landing page*.

- **Edició i maquetació de publicacions:** com la resta d'empreses licitadores, el contingut s'ha editat molt poc respecte dels continguts base que presentava l'ICF per fer la proposta. Tot i això, s'ha valorat positivament la presència d'alguns destacats amb xifres i informació addicional que no presentava la proposta base, sobretot tenint en compte que d'altres propostes mancaven d'aquesta mínima edició. La proposta presenta una versió en paper i en digital, fet que s'ha destacat positivament. El disseny és d'estil minimalista, net, fi i elegant quant a la maquetació i presenta un joc d'imatges i icones que aporta valor afegit a la proposta. En general es tracta d'una bona proposta i mostra la capacitat creativa de l'empresa. Els únics punts que s'han valorat negativament és la falta d'un índex clar que faciliti la navegació, la proposta de fer el pdf interactiu i el disseny dels gràfics proposat a la informació financera, que pel seu disseny són de difícil comprensió.

Laura Roura Riera

- **Creació de continguts de marca i/o producte:** la proposta presenta una redacció que d'entrada, no crida l'atenció a causa de la llargada de les frases, les quals dificulten la lectura i compliquen la comprensió del text. Manca una estructura basada en destacats, els quals facilitarien aquesta lectura del text a la qual fèiem referència, i la proposta presenta massa faltes d'ortografia i informacions errònies o poc contrastades respecte de l'activitat real de l'ICF. Tampoc es valora positivament la idea de posar al final informació sobre l'ICF quan, en un redaccional per premsa, l'empresa que hi ha darrere el text ha de quedar el màxim camuflat o amagada possible. La incorporació d'un destacat referent als Objectius de Desenvolupament Sostenible (en endavant, ODS), però s'ha valorat positivament com a idea de reforçar un dels missatges claus de l'entitat, però manquen altres elements propis de la redacció digital com l'ús d'enllaços o elements audiovisuals o referències al SEO. Les imatges que s'han triat per acompanyar el redaccional no aporten valor afegit i no humanitzen la marca.
- **Disseny de material corporatiu digital i/o físic:** el *claim* utilitzat és correcte però la resta de contingut no s'ha treballat per oferir una proposta millorada i simplement s'ha traslladat el que hi ha al web de l'ICF al fulletó. Manca context sobre l'ICF i, tot i numerar-se un seguit de solucions de finançament amb clau social, no es parla dels seus imports ni de les seves condicions, fet primordial en una proposta de contingut comercial. Hi ha algun error gramatical i manca contingut referent al contacte amb l'ICF (només es detalla la pàgina web) així com d'elements transmèdia en la versió física. El disseny és molt senzill i presenta una distribució poc original. També s'utilitzen imatges que no són del tot coherents amb les utilitzades normalment per l'ICF i els logos que presenta respiren poc, estan massa enganxats. Tot i això, la proposta juga bé amb els blancs i ofereix la informació de manera clara.
- **Edició i maquetació de publicacions:** es presenta una proposta només en digital. Pel que fa al contingut, no s'ha fet cap edició del material de l'ICF que servia com a base tot i que s'ha valorat positivament el fet de presentar l'informe amb el *claim* "Fem creixement", propi de l'ICF i que aporta un tret diferenciador respecte de la resta de propostes. En quant al disseny, l'elecció de

colors i tipografia el fan una mica dur i agressiu i en alguns casos, l'ús d'icones no aporten valor afegit i sobrecarreguen el contingut. Les imatges escollides no representen la realitat de l'ICF, ja que no fem activitat amb targetes de crèdit, per exemple. La presència de l'índex superior fa que sigui molt fàcil navegar pel document i en facilita molt la lectura tot i que, en general la maquetació és molt similar a la de l'informe orientatiu de 2019. El contingut pràcticament no s'ha editat respecte dels continguts base que presentava l'ICF per fer la proposta.

Sílvia Barrios Baena

- **Creació de continguts de marca i/o producte:** la licitadora, en aquest cas, interpretem que no ha entès el que es demanava en aquest punt, ja que no ha presentat una proposta de redaccional per a un mitjà de comunicació, sinó una campanya d'Instagram. Davant d'aquesta situació, l'òrgan tècnic ha decidit no valorar la proposta ja que no s'ajustava al que es demanava a la licitació.
- **Disseny de material corporatiu digital i/o físic:** la proposta no presenta alternativa digital, fet que s'ha valorat negativament. En quant al contingut, aquest és molt similar al del web de l'ICF i està poc treballat o editat. Al llarg del text es troben a faltar crides a l'acció (*call to action*) propi del llenguatge comercial. Manca informació com les vies de contacte amb l'ICF més enllà de la pàgina web. Es valora positivament però la presència d'un *claim* declinable segons el contingut del fulletó, impactant i coherent amb el to i missatges de l'ICF. En quant a disseny, les imatges són pròpies dels fulletons comercials de la banca per a particulars, no pas de la banca d'empreses, activitat a la qual es dedica l'ICF. Per últim, la proposta sembla que no està acabada, és a dir, es mostren 4 cares completes d'un tríptic de 6 cares, fet pel qual es fa difícil entendre com es resoldria el producte final proposat.
- **Edició i maquetació de publicacions:** el contingut pràcticament no s'ha editat respecte dels continguts base que presentava l'ICF per fer la proposta. L'estil emprat és atrevit i coherent amb la imatge de l'ICF, però la maquetació és molt similar també a la presentada en els continguts base. L'informe presenta alguns gràfics que no s'entenen bé i que denoten errors o bé en l'execució tècnica o bé de coherència i creativitat. Les imatges escollides humanitzen la marca ICF, fet que es valora positivament. Es valora també positivament la presència d'un índex que facilita molt la navegació pel document i orienta en tot moment del contingut que s'està llegint.

Summa Comunicació, S.A.

- **Creació de continguts de marca i/o producte:** es presenta un contingut atractiu, amb intenció de ser periodístic i que aporta elements informatius i propis de la redacció creativa més enllà de la informació que oferia l'ICF com a base. El titular és estratègic, tant a nivell de contingut com a nivell de SEO, tot i que durant la resta del text, es perd aquesta voluntat a través de la falta d'enllaços i altres elements propis de la comunicació digital. El text està molt ben redactat, de manera creativa però entenedora, i aporta elements com una declaració del conseller delegat o un cas real d'empresa finançada per l'ICF que el doten de rellevància i realisme. Hi ha alguns petits errors gramaticals que han afectat la puntuació.
- **Disseny de material corporatiu digital i/o físic:** presenta una proposta molt ben estructurada, en digital i en físic, amb un discurs propi que denota treball en el contingut base atorgat per l'ICF per realitzar la proposta. Utilitza un llenguatge i un estil comercials, coherents amb la finalitat de

la peça. El detall d'incorporar els ODS es valora positivament, tot i que el fet que se'ls hi canviï el color i se'ls apliqui una gamma monocromàtica fa que perdin sentit. Incorpora les dades de contacte bàsiques i, a més, incorpora un element transmèdia com el codi QR que, a més, està situat en un lloc on facilita la interacció per part del lector o lectora. La proposta d'utilitzar paper reciclat es valora molt positivament tenint en compte el compromís amb la sostenibilitat de l'ICF.

- **Edició i maquetació de publicacions:** el contingut s'ha editat molt poc respecte dels continguts base que presentava l'ICF per fer la proposta. Tot i això, s'ha valorat positivament la presència d'alguns destacats amb xifres i informació addicional que no presentava la proposta base, sobretot tenint en compte que d'altres propostes mancaven d'aquesta mínima edició. S'ha valorat molt positivament la capacitat de presentar una proposta innovadora i que denota creativitat i marge per treballar en el llarg termini amb aquesta empresa. Les gràfiques emprades i els números, representats amb una mida molt considerable, ajuden a entendre un informe financer que, d'entrada, potser és feixuc o difícil de llegir en altres circumstàncies. Tot i això, la proposta presenta punts febles, com ara la carència d'un índex de seguiment al llarg de tot el document i la presència de massa text escrit.

3. CONCLUSIONS.

A continuació es detalla la puntuació total de cadascuna de les ofertes valorades, sent Summa Comunicació, S.A l'empresa amb una major puntuació:

	GESTEGICA, S.L.	LAURA ROURA RIERA	SÍLVIA BAENA	BARRIOS	SUMMA COMUNICACIÓ, S.A.
TOTAL (fins a 70 punts)	64,5	40,5	26,9		67,6

Signatures

Vanesa Palacios

Màrqueting

Víctor Borràs

Comunicació

Estefania Ruiz

Comunicació