

INFORME TÈCNIC DE VALORACIÓ DE LES OFERTES AVALUABLES MITJANÇANT CRITERIS QUE DEPENEN D'UN JUDICI DE VALOR, PRESENTADES PELS LICITADORS EN RELACIÓ A LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE CREACIÓ, DISSENY, EDICIÓ, MAQUETACIÓ I IMPRESSIÓ DE MATERIAL CORPORATIU DEL GRUP ICF, LOT 2: SERVEIS DE DISSENY, EDICIÓ, MAQUETACIÓ I PRODUCCIÓ DE MATERIALS GRÀFICS D'IMATGE CORPORATIVA.

ANTECEDENTS

Informació sol·licitada als proveïdors

En relació amb el lot 2 corresponent als serveis de redacció de contingut, de la contractació dels serveis de creació de contingut, disseny, edició, maquetació i impressió de material corporatiu pel grup Institut Català de Finances (ICF, en endavant), i a efectes de valorar els criteris que depenen d'un judici de valor, es sol·licita a les empreses licitadores que presentin una proposta de fulletó per a un producte de finançament de l'ICF i una proposta de maquetació de l'informe anual del 2020 de l'ICF.

Un cop revisada la documentació aportada pels diferents licitadors, l'òrgan tècnic de valoració procedeix a l'elaboració d'un document de valoració de les propostes presentades.

Proveïdors analitzats

S'han analitzat dues empreses que, d'acord amb l'anàlisi realitzat per la mesa de contractació, han estat admeses en la licitació, que són:

1. GINY COMUNICACIÓ, S.L.
2. ODISEA GPO 2001, S.L.

Criteris d'adjudicació

Els criteris d'adjudicació subjectius, que depenen d'un judici de valor, són els que s'indiquen en l'apartat H del quadre resum de característiques, relatiu al lot 2, que es reproduïxen a continuació:

CRITERIS QUE DEPENEN D'UN JUDICI DE VALOR (40 punts)	
A.1. DISSENY DE MATERIAL CORPORATIU DIGITAL I/O FÍSIC	20
A.2 EDICIÓ I MAQUETACIÓ DE PUBLICACIONS	20

Per valorar aquest criteri, els licitadors hauran de presentar els següents treballs:

- *Proposta de fulletó per un producte de finançament de l'ICF.*
- *Proposta de maquetació de l'informe anual del 2020 de l'ICF.*

Cada una de les propostes d'elements de redacció es valorarà seguint la distribució de criteris i subcriteris següent:

A.1. DISSENY DE MATERIAL CORPORATIU DIGITAL I/O FÍSIC (fins a 20 punts)

Proposta de fulletó comercial amb un producte de finançament de l'ICF. Cal presentar un fulletó 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.

S'han assignat 20 punts a aquest apartat per la varietat de formats que es poden realitzar en disseny, així com els suports en què es poden dur a terme. En el cas del disseny és important entendre com funciona cada format i quines tècniques i creativitats funcionen millor en uns i altres. El procés de confecció no és tan fàcil com el del redaccional, que implica només text, ja que en aquest hi poden haver taules, icones, gràfics, etc. A això se li suma la complexitat de transmetre un contingut dens de manera visual i clara.

Aquest criteri es basa en els subcriteris següents:

- Impacte visual: La proposta és completa i relaciona correctament les tipografies, les imatges, els gràfics i la resta d'elements gràfics. El conjunt és harmònic i segueix la línia de maquetació de l'ICF.
- Simplicitat i adequació del missatge: És una proposta simple però que aporta el missatge correcte de manera clara i fàcil de comprendre en relació a la missió, objectius i eines financeres de la banca pública.
- Creativitat: Proposta creativa innovadora, que arriba a la ciutadania de manera inequívoca i imaginativa i que fa evolucionar els materials a nivell de maquetació.
- Estil: És una proposta que s'enllaça amb els valors de solvència i solidesa de la marca ICF.

La puntuació esglaonada per aquests paràmetres anteriors es basa en la ponderació següent:

	Ponderació	Puntuació
Disseny de material òptim: compleix els 4 requisits	100%	20 punts
Disseny de material notable: compleix 3 dels 4 requisits	75%	15 punts
Disseny de material correcte: compleix 2 dels 4 requisits	50%	10 punts

<i>Disseny de material amb algunes mancances: compleix 1 dels 4 requisits</i>	25%	5 punts
<i>Disseny de material amb moltes mancances: no compleix aquests requisits</i>	0%	0 punts

A.2. EDICIÓ I MAQUETACIÓ DE PUBLICACIONS (fins a 20 punts)

Proposta de maquetació de l'informe anual del 2020 de l'ICF. Es demana l'edició i maquetació de les següents pàgines de l'informe anual del 2020:

- *Portada*
- *Activitat de 2020*
- *Eixos estratègics*
- *ODS*
- *Informació financera*

Es valorarà la capacitat per adequar el missatge, simplificar-lo, l'impacte visual, el disseny i l'estil.

S'han assignat fins a 20 punts a aquests projectes perquè representen una de les eines de comunicació corporativa més potents per una empresa. Són la imatge de marca i la seva veu i cal treballar no només el contingut sinó també el disseny i la identitat visual del document. Són els tipus de projectes més complets i també els més extensos.

Aquest criteri es basa en els subcriteris següents:

- *Impacte visual: La proposta és completa i relaciona correctament les tipografies, les imatges, els gràfics i la resta d'elements gràfics. El conjunt és harmònic i segueix la línia de maquetació de l'ICF.*
- *Simplicitat i adequació del missatge: És una proposta simple però que aporta el missatge correcte de manera clara i fàcil de comprendre en relació a la missió, objectius i eines financeres de la banca pública.*
- *Disseny: Proposta creativa innovadora a nivell de disseny al servei dels valors de la marca.*
- *Estil: És una proposta que enllaça amb els valors de solvència i solidesa de la marca ICF.*

La puntuació esglaonada per aquest paràmetres basa en la ponderació següent:

	<i>Ponderació</i>	<i>Puntuació</i>
<i>Disseny de material òptim: compleix els 4 requisits</i>	100%	20 punts

<i>Disseny de material notable: compleix 3 dels 4 requisits</i>	75%	15 punts
<i>Disseny de material correcte: compleix 2 dels 4 requisits</i>	50%	10 punts
<i>Disseny de material amb algunes mancances: compleix 1 dels 4 requisits</i>	25%	5 punts
<i>Disseny de material amb moltes mancances: no compleix aquests requisits</i>	0%	0 punts

VALORACIÓ DETALLADA DE LES OFERTES

A continuació es detalla la valoració tècnica de cada sub-apartat:

A.1. EDICIÓ I MAQUETACIÓ DE PUBLICACIONS		Punts
<i>Aquest criteri es basa en els subcriteris següents:</i>	<ul style="list-style-type: none"> <i>Impacte visual: La proposta és completa i relaciona correctament les tipografies, les imatges, els gràfics i la resta d'elements gràfics. El conjunt és harmònic i segueix la línia de maquetació de l'ICF.</i> <i>Simplicitat i adequació del missatge: És una proposta simple però que aporta el missatge correcte de manera clara i fàcil de comprendre en relació a la missió, objectius i eines financeres de la banca pública.</i> <i>Creativitat: Proposta creativa innovadora, que arriba a la ciutadania de manera inequívoca i imaginativa i que fa evolucionar els materials a nivell de maquetació.</i> <i>Estil: És una proposta que s'enllaça amb els valors de solvència i solidesa de la marca ICF.</i> 	20 màx.
Giny Comunicació	La proposta compleix amb els requisits d'impacte visual, simplicitat i adequació del missatge i estil perquè la proposta respecte les tipografies, estils visuals i colors de l'ICF, estructura el missatge de forma clara perquè sigui fàcil de comprendre i trasllada els valors de solvència i solidesa de la marca. Si bé, falla en creativitat perquè recorre massa a elements i recursos gràfics existents i que s'han fet servir en anteriors materials i, en aquest sentit, no els fa evolucionar.	15
Odisea GPO	La proposta no assoleix els paràmetres relatius a l' impacte visual , ja que utilitza un color que no està recollit d'entre els corporatius de l'ICF. Tampoc es considera la proposta simple ni adequada en relació al missatge perquè interpel·la beneficiaris que no poden optar al préstec ICF Acció Climàtica com són les start-ups. A més a més, el llenguatge utilitzat no està adaptat a un tríptic que es distribuirà en paper i que ha de ser entès de forma àgil. No es troba tampoc la proposta que es demanava en format digital.	5

	<p>Tampoc resulta creativa perquè és molt monocromàtica, cosa que fa que no cridi l'atenció ni faci evolucionar els materials a nivell de maquetació.</p> <p>En canvi, compleix amb el criteri d'estil, ja que s'enllaça amb els valors de solvència i solidesa de l'entitat.</p>	
--	--	--

A.2. DISSENY DE MATERIAL CORPORATIU DIGITAL I/O FÍSIC		Punts
<p>Aquest criteri es basa en els subcriteris següents:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Impacte visual: La proposta és completa i relaciona correctament les tipografies, les imatges, els gràfics i la resta d'elements gràfics. El conjunt és harmònic i segueix la línia de maquetació de l'ICF.</i> • <i>Simplicitat i adequació del missatge: És una proposta simple però que aporta el missatge correcte de manera clara i fàcil de comprendre en relació a la missió, objectius i eines financeres de la banca pública.</i> • <i>Disseny: Proposta creativa innovadora a nivell de disseny al servei dels valors de la marca.</i> • <i>Estil: És una proposta que enllaça amb els valors de solvència i solidesa de la marca ICF.</i> 	<p>20 màx.</p>
<p>Giny Comunicació</p>	<p>La proposta, en relació amb l'impacte visual, compleix amb les tipografies, colors i recursos recollits al manual d'identitat corporativa fent que la maquetació sigui harmònica.</p> <p>Quant a la simplicitat i adequació del missatge, aconsegueix comunicar-lo de manera fàcil.</p> <p>Pel que fa a l'estil, també s'adequa als valors de la marca ICF.</p> <p>En canvi, no compleix amb el criteri de disseny perquè el model d'informe anual no resulta innovador i s'estructura en elements poc creatius, assemblant-se molt a l'informe publicat el 2022 sense apreciar cap canvi substancial ni cap evolució a nivell estètic.</p>	<p>15</p>
<p>Odisea GPO</p>	<p>La proposta compleix amb el criteri de simplicitat, ja que comunica el missatge de manera clara i també amb l'estil, el qual enllaça amb els valors de l'entitat.</p> <p>En canvi, falla en impacte visual, atès que ignora el ventall d'opcions de la paleta cromàtica recollides en el manual d'imatge corporativa vigent de l'entitat, i en disseny, ja que resulta una proposta de model que no és innovadora i es limita a utilitzar els mateixos recursos i colors en tot el document, similars als de l'informe presentat el 2020.</p>	<p>10</p>

RESUM DE VALORACIONS

Un cop fetes totes les valoracions de manera individual i agregades a l'excel de puntuació de criteris, el detall de valoracions és el següent:

A l'apartat **d'edició i maquetació de publicacions**, el detall de la puntuació de cada licitador és el següent:

	PUNTUACIÓ
Giny Comunicació	15
Odisea GPO	5

A l'apartat de **disseny de material corporatiu digital i/o físic**, el detall de la puntuació de cada licitador és el següent:

	PUNTUACIÓ
Giny Comunicació	15
Odisea GPO	10

Així doncs, i un cop fetes tots els sumatoris parcials per a cada empresa licitadora, la puntuació global, en relació als criteris subjectius, de cada proveïdor és la següent:

PROVEÏDOR	PUNTUACIÓ
Giny Comunicació	30
Odisea GPO	15

La proposta que ha obtingut més punts que depenen d'un judici de valor és la de Giny Comunicació, S.L. amb 30 punts, essent la classificació final de les empreses licitadores pel que fa als criteris de valoració que depenen d'un judici de valor, ordenada de manera decreixent, la següent:

PROVEÏDOR	PUNTUACIÓ
Giny Comunicació	30
Odisea GPO	15

Natalia Touzón Barco
Cap de comunicació

Vanesa Palacios Fenech
Cap de màrqueting i CRM

Javier Castillo Coronas
Tècnic de comunicació

Anna Gimeno Miras
Tècnica de màrqueting i CRM