



Acta de de la valoració de les memòries tècniques relatives als criteris quantificables amb un judici de valor

Contracte: Contracte públic.

Unitat promotora: Oficina de Comunicació del Gabinet del Conseller

Tipus: Serveis.

Expedient: UR-2024-72 (SE 78/2024)

Procediment: Obert simplificat.

Tramitació: Ordinària.

Criteris d'adjudicació: Diversos.

Objecte: Servei de creació material gràfic animat i estàtic per a la difusió d'actuacions de rellevància per a la ciutadania impulsades des del Departament de Recerca i Universitats

Identificació de la sessió

Núm.: 5

Data i hora d'inici: 16 de juliol de 2024 a les 10:55 hores

Data i hora de fi: 17 de juliol de 2024 a les 12:50 hores

Lloc: Sessió telemàtica a distància mitjançant comunicacions successives per correu electrònic

Assistents

Nom	Càrrec mesa	Càrrec persona
Esther Morales Miguel	Presidenta	Subdirectora general de Gestió Econòmica, Contractació i Patrimoni
Eduardo Flores Royo	Secretari	Tècnic del Servei de Contractació i Patrimoni
Guadalupe Ballester Rallo	Vocal	Cap del Servei de Contractació i Patrimoni
Laura Nicolàs Herrerías	Vocal	Cap de l'Oficina de Comunicació
Clàudia Aguilar Lorusso	Vocal en representació	Advocada de la Generalitat de l'Assessoria Jurídica
Carme Cañete Domènech	Vocal en representació de la Intervenció	Supervisora de Comptabilitat i Control a la Intervenció

La senyora Carme Cañete Domènech actua en substitució del senyor Abraham Domínguez Mahillo, en representació de la Intervenció Delegada del Departament de Recerca i Universitats.

Ordre del dia

Únic. Examen i aprovació de la valoració dels criteris d'adjudicació quantificables amb un judici de valor (mostres)

Desenvolupament de la sessió

En data 16 de juliol de 2024, el secretari envia per correu electrònic a la resta dels membres de la Mesa la proposta d'informe de valoració de la memòria tècnica relativa als criteris

d'adjudicació quantificables amb un judici de valor (mostres) realitzada pel personal tècnic de la unitat promotora.

Donada la conformitat a la proposta, la ponència tècnica signa l'informe que s'adjunta com **annex** a aquesta acta i la mesa **acorda** l'aprovació de la valoració que hi consta:

Empresa	Presentació visual		Identitat de marca		Originalitat		Accessibilitat		Puntuació total
	VT	P	VT	P	VT	P	VT	P	
Pau Gómez Miquel	3,80	4,75	3,40	3,40	1,80	1,80	1,80	2,05	12,00
L'Orca Comunicació SCCL	8,00	10,00	5,00	5,00	3,40	3,40	4,40	5,00	23,40
Añade Comunicación SL	7,60	9,50	4,00	4,00	3,60	3,60	3,80	4,32	21,42
Oriol Puigbó Martorell	5,80	7,25	5,00	5,00	2,20	2,20	2,20	2,50	16,95
Producciones MIC	3,40	4,25	1,60	1,60	1,20	1,20	2,00	2,27	9,32
FD Acrònim SL	4,40	5,50	2,80	2,80	1,80	1,80	3,60	4,09	14,19

VT: Valoració Tècnica del criteri (prèvia aplicació de la fórmula)

P: Puntuació final del criteri (un cop aplicada la fórmula)

El plec preveu, en el seu annex VIII, que per tal de poder ser adjudicatari del contracte, les propostes corresponents hauran d'aconseguir el 50% del màxim de la puntuació possible en l'apartat de criteris sotmesos a un judici de valor, és a dir, **un mínim de 12,50 punts**. Totes aquelles ofertes que no la superin no seran objecte de valoració de l'apartat de criteris quantificables automàticament ni tingudes en compte per l'apreciació de la temeritat o de valors anormals o desproporcionats de les ofertes que sí que la superin.

Per tant, les empreses que superen aquesta fase i seran objecte de valoració de l'apartat de criteris quantificables a través de fórmules (oferta econòmica) són les següents:

Empreses	Puntuació
L'Orca Comunicació SCCL	23,40
Añade Comunicación SL	21,42
Oriol Puigbó Martorell	16,95
FD Acrònim SL	14,19

La sessió finalitza el 17 de juliol de 2024 a les 12:50 hores, en què s'incorpora l'informe de valoració esmentat, de la qual, com a secretari, estenc aquesta acta.

El secretari,

Vist i plau
La presidenta,

Annex: Informe de valoració de les mostres.

INFORME DE VALORACIÓ DE LES PROPOSTES TÈCNICO-ARTÍSTIQUES presentades al procediment obert simplificat del contracte de serveis de creació de material gràfic animat i estàtic per a la difusió d'actuacions de rellevància per a la ciutadania impulsades des del Departament de Recerca i Universitats (Exp. UR-2024-72)

En data 25 de març de 2024 es publica a la Plataforma de serveis de contractació pública (PSCP) l'anunci de licitació en què es dona un termini per presentar oferta fins el dia 9 d'abril de 2024 a les 10.00 hores, mitjançant l'eina del Sobre digital.

La mesa de contractació, en sessió de 10 d'abril de 2024 admet a la licitació les empreses següents:

Empreses admeses
Pau Gómez Miquel
L'Orca Comunicació SCCL
Añade Comunicación SL
Oriol Puigbó Martorell
Producciones MIC SL
FD Acrònim SL

A continuació s'exposa la valoració de les mostres tècnico-artístiques presentades per les empreses admeses, avaluables mitjançant un judici de valor:

I. ANÀLISI I VALORACIÓ DE LES OFERTES

La valoració es realitzarà tenint en compte els següents conceptes en relació amb la proposta presentada: claredat i coherència en la presentació visual del contingut, preservació de la identitat de marca, originalitat i accessibilitat.

- **Presentació visual del contingut:** es valorarà que en els treballs presentats es comuniqui la informació de manera efectiva gràcies a una utilització òptima del text, les imatges, els símbols i les il·lustracions. En el cas del material dinàmic, també es valorarà l'ús efectiu de la música i altres efectes sonors, així com del muntatge, transicions. Valoració màxima **10 punts**.
- **Preservació de la identitat de marca:** es valorarà que en els treballs presentats la utilització dels elements gràfics permetin identificar la marca del client per al qual s'han realitzat i, dins de la individualitat i de l'originalitat de cada material, s'estableixi una coherència d'acord al llibre d'estil de la marca. Valoració màxima **5 punts**.
- **Originalitat:** es valorarà que en els treballs presentats s'observi que, tot i utilitzar bancs d'imatges i/o vectorials, així com colors i/o músiques en tendència, es presenten composicions úniques que eviten copiar conceptes i elements gràfics comuns que s'obtenen en aplicacions amateurs com, per exemple, Canva. Valoració màxima **5 punts**.
- **Accessibilitat:** per tal de garantir l'accés universal al material gràfic, es valorarà que els treballs presentats tinguin en compte criteris d'accessibilitat com ara un bon

contrast entre el fons i la informació, utilitzar fonts de pal sec o sans-serif, i aplicar alineat no justificat. Valoració màxima 5 punts.

Es valorarà individualment cadascun dels 5 treballs de mostra, de manera que la mostra de treball que millor respongui als conceptes que són objecte de valoració obtindrà la valoració més alta i la resta es valoraran de forma proporcional.

A continuació, per obtenir la valoració de cada criteri de les empreses licitadores es farà la mitjana dels cinc treballs de mostra.

Finalment, de conformitat amb la Directriu 1/2020 de la Direcció General de Contractació Pública de la Generalitat de Catalunya, d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica, per a cada subcriteri esmentat s'aplicarà la fórmula següent, per obtenir la puntuació final un cop assignada la valoració subjectiva:

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

On:

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

P = Puntuació màxima del criteri

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

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

La fórmula s'aplicarà a cada subcriteri per separat de manera que en cadascun d'ells l'empresa amb la màxima valoració rebrà la màxima puntuació. No obstant això, si en algun subcriteri no hi ha cap empresa que arribi al 75% de la possible valoració, no s'aplicarà la fórmula, i la puntuació a atorgar serà el valor obtingut en la fase de valoració de les propostes tècniques, prèvia a l'aplicació de la fórmula, de manera que s'asseguri un llinar mínim de valoració tècnica per poder rebre la màxima puntuació possible.

Valoració de les mostres de Pau Gómez Miquel

El llapis de memòria presentat per aquesta empresa identifica de manera clara les 5 propostes a valorar seguint les indicacions del plec de clàusules que indica la presentació d'una selecció de 5 treballs representatius, en format digital, d'un mínim de 3 encàrrecs diferents. També incorpora una sisena carpeta, anomenada altres feines. Així mateix, cal esmentar que compleix el requeriment d'indicar la data del treball i un petit comentari que el contextualitza. De les sis mostres, són objecte de valoració les cinc primeres que consten a l'USB presentat.

Detall dels materials a valoració:

- **M1:** 3 anuncis de la campanya promoguda per un ajuntament per fomentar l'obertura de locals, tant en format dinàmic com estàtic.
- **M2:** 1 anunci de la campanya per a un nou producte estètic presentat en 5 formats dinàmics.
- **M3:** 8 infografies estàtiques amb informació diferenciada corresponent al mateix encàrrec per a explicar els serveis d'una empresa de telecomunicacions.
- **M4:** 2 anuncis dinàmics de la campanya d'una plataforma dedicada al benestar.

- **M5:** 2 anuncis de les campanyes de Nadal 2022 i 2023 per al mateix client, tant en format dinàmic com estàtic.
- **Presentació visual del contingut:** La M1 té una presentació visual deficient donat que no hi ha una utilització òptima del text, les imatges o les il·lustracions. En el cas del material dinàmic no fa servir ni música ni efectes sonors per tal de comunicar la informació de manera efectiva. La M2 té una presentació visual insuficient donat que en els materials, òptims a nivell d'imatge, no es fa ús ni de la música ni d'altres efectes sonors per comunicar la informació de manera efectiva malgrat apostar per elements dinàmics per a xarxes socials o pantalles de centres comercials. La M3 té una presentació visual deficient amb una utilització poc efectiva del text, les imatges, els símbols i les il·lustracions que contenen les infografies estàtiques presentades. La M4 comunica de manera suficient la informació encara que en el cas del primer dels elements dinàmics presentats no es fa ús ni de la música ni d'altres efectes sonors per augmentar l'efectivitat, mentre que en el segon hi ha un ús mínim. La M5, tot i que de fet comunica de manera suficient la informació, tampoc no arriba a fer un ús òptim ni de les il·lustracions ni de la música ni dels efectes sonors.
 - **Preservació de la identitat de marca:** La M1, igual que la M4, hi ha una preservació de la identitat de marca suficient tot i que millorable. Exemple d'això és el segon element dinàmic de la M4 on la identificació de la marca no arriba fins al final del treball. La M2 permet identificar la marca de manera òptima, tot i que no s'ha respectat la tipografia de la marca. En la M3, la identificació de la marca està per sota del mínim exigible donat que en cap de les 8 infografies presentades s'incorpora cap dels colors de la marca en les il·lustracions tot i utilitzar en moltes d'elles el verd, s'agafen tonalitats diferents dels de l'empresa. En la M5 sí s'han adaptat els grafismes i els colors a la marca de l'encàrrec i, per tant, es considera que s'han assolit tots els conceptes requerits.
 - **Originalitat:** En les mostres 1, 2 i 4, el concepte global de comunicació ha estat per sota de la mínima exigible, ja que els materials són poc innovadors, sense personalitat pròpia i amb resultat final poc reeixit. L'originalitat de la M3 és molt deficient en aquest apartat ja que les imatges vectorials utilitzades són poc atractives així com les composicions globals són de poca tecnificació professional i, per tant, s'identifica amb un treball realitzat en base a conceptes i elements gràfics propis d'aplicacions amateurs. La M5 tot just assoleix una utilització mínimament reeixida de les composicions d'imatge i de les músiques emmarcades en el període nadalenc, no sent suficient per obtenir una valoració màxima.
 - **Accessibilitat:** Les mostres 1, 2, 3 i 5 no assoleixen els conceptes requerits que permetin que els treballs siguin accessibles per a persones amb alguna diversitat funcional, ja que no s'ha tingut en compte la llegibilitat dels textos. A la M4, hi ha un bon contrast entre el fons i la informació, en el tipus de lletra i, en el cas del segon dels anuncis dinàmics, en la incorporació de subtítols.

Criteris	Valoració Tècnica (VT) de les mostres					VT mitjana
	M1	M2	M3	M4	M5	
Presentació visual (màx. 10)	2	4	2	5	6	3,80
Identitat de marca (màx. 5)	3	4	2	3	5	3,40
Originalitat (màx. 5)	2	2	0	2	3	1,80
Accessibilitat (màx. 5)	1	1	1	5	1	1,80

Valoració de les mostres de L'Orca Comunicació SCCL

El llapis de memòria presentat per aquesta empresa identifica de manera clara les 5 propostes a valorar seguint les indicacions del plec de clàusules que indica la presentació d'una selecció de 5 treballs representatius, en format digital, d'un mínim de 3 encàrrecs diferents.

Detall dels materials a valoració:

- **M1:** fins a 8 anuncis estàtics i dinàmics dissenyats per a 5 suports diferents de la campanya de descomptes d'una empresa d'alimentació.
 - **M2:** 5 infografies dinàmiques, 6 infografies estàtiques i 1 bàner publicitari per explicar els eixos d'un programa de sostenibilitat.
 - **M3:** 2 anuncis dinàmics i 6 estàtics dissenyats per a 3 suports diferents de la campanya d'aniversari d'una empresa d'alimentació.
 - **M4:** 4 anuncis dinàmics per a dos suports diferents d'una empresa d'alimentació vegana.
 - **M5:** 2 infografies dinàmiques per a dos suports diferents d'un grup agroalimentari.
- **Presentació visual del contingut:** Les propostes M4 i M5 són les millors valorades perquè tot el conjunt d'elements utilitzats (imatges, text, música, efectes sonors o tractament dels colors) compleix els requeriments per comunicar el missatge amb efectivitat, tot i que podria ser-ho més, motiu pel qual han perdut un punt respecte del total. La M2 també comunica de manera notable la informació gràcies a un ús coherent dels colors, els símbols i les il·lustracions en les infografies dinàmiques i estàtiques presentades, però tampoc no arriba a la màxima efectivitat comunicativa i per això ha obtingut dos punts menys del màxim. Les propostes M1 i M3 transmeten el missatge amb elegància i efectivitat encara que hi ha un ús menor dels elements visuals respecte a les altres mostres millors valorades, i és per això que ha perdut tres punts respecte al que seria la màxima puntuació de 10
 - **Preservació de la identitat de marca:** En totes les mostres presentades es fan servir els elements gràfics necessaris per garantir la preservació de la identitat de marca. Encara que en la totalitat dels treballs es manté la personalitat individual de cada campanya, s'han adaptat els grafismes i els colors de cada marca en els encàrrecs i, per tant, es considera que s'han assolit tots els conceptes requerits.
 - **Originalitat:** En les mostres 1, 2 i 3, el concepte global de comunicació és suficient amb creacions elegants i professionals, encara que no aporten grans novetats que les permetin destacar. Les mostres 4 i 5 puntuen més alt perquè proposen a l'usuari algun concepte més nou com ara "caçar" l'element que entra a sorteig (M4) o fer un seguiment en imatges de la cronologia i els conceptes a difondre (M5).
 - **Accessibilitat:** Totes les mostres, a excepció de la M2 assoleixen els conceptes requerits que permeten que els treballs siguin accessibles per a persones amb alguna diversitat funcional. En la M2 troben textos superposats a icones que dificulten la llegibilitat, així com falta de contrast entre el fons i el color d'alguns textos.

Criteris	Valoració Tècnica (VT) de les mostres					VT mitjana
	M1	M2	M3	M4	M5	
Presentació visual (màx. 10)	7	8	7	9	9	8,00
Identitat de marca (màx. 5)	5	5	5	5	5	5,00
Originalitat (màx. 5)	3	3	3	4	4	3,40

Criteris	Valoració Tècnica (VT) de les mostres					VT mitjana
	M1	M2	M3	M4	M5	
Accessibilitat (màx. 5)	5	2	5	5	5	4,40

Valoració de les mostres d'Añade Comunicació SL

El llapis de memòria presentat per aquesta empresa identifica de manera clara les 5 propostes a valorar seguint les indicacions del plec de clàusules que indica la presentació d'una selecció de 5 treballs representatius, en format digital, d'un mínim de 3 encàrrecs diferents. Així mateix, esmentar que compleix el requeriment d'aportar documentació per contextualitzar les mostres presentades.

Detall dels materials a valoració:

- **M1:** 3 vídeos de la campanya per difondre els ajuts d'un organisme públic.
 - **M2:** 1 animació per xarxes socials dins de la promoció de l'obertura d'una clínica dental.
 - **M3:** 1 anunci dinàmic per donar a conèixer un material adreçat als joves.
 - **M4:** 1 animació per xarxes socials dins de la campanya de difusió d'un festival cultural.
 - **M5:** 1 vídeo de la campanya per difondre l'oficina virtual d'una empresa de gestió de l'aigua.
- **Presentació visual del contingut:** Les propostes M2 i M4 són les millors valorades perquè tot el conjunt d'elements utilitzats (imatges, text, música, efectes sonors o tractament dels colors) compleix els requeriments per comunicar el missatge amb efectivitat, tot i que encara hi ha hauria un petit marge de millora en la tria de la música, motiu pel qual no s'ha donat en la màxima puntuació. La M1 transmet de manera òptima la informació gràcies a un ús coherent dels colors, els símbols i les il·lustracions en les infografies dinàmiques i estàtiques presentades, encara que la simplicitat és menys efectiva que els projectes amb més puntuació, mentre que a la M5 la combinació d'elements no és del tot efectiva en el cas que, prèviament, l'usuari desconegui de quina empresa es tracta. La proposta M3 transmet el missatge de manera suficient encara que, a diferència de les altres propostes on les creacions són simples i efectives, aquí la proliferació d'elements distorsiona l'efectivitat del missatge.
 - **Preservació de la identitat de marca:** En les mostres M1, M2 i M4 es fan servir els elements gràfics necessaris per garantir la preservació de la identitat de marca i s'han adaptat els grafismes i els colors de cada marca en els encàrrecs. En la proposta M3 hi ha una coherència en la identitat del producte encara que no es vincula òptimament amb la institució que el promou. El treball M5 rep la puntuació més baixa perquè hi ha una deficient preservació de la identitat, ja que canvia l'estètica, els colors i la presència visual respecte a la marca per a la qual es fa el projecte.
 - **Originalitat:** La proposta M5 obté la màxima puntuació, perquè fa un ús poc convencional del relat que la converteix en una composició única i efectiva. La resta es basen en conceptes convencionals tot i que els resultats són suficients (M3) o òptims (M2 i M4). En el cas de la mostra M1, és la menys valorada, ja que la proposta és poc innovadora i atractiva.
 - **Accessibilitat:** Totes les mostres, a excepció de la M3 i la M5, assoleixen els conceptes requerits que garanteixen l'accés universal al material gràfic. La M5 ho assoleix de manera suficient tot i que no assoleix la màxima transparència

comunicativa degut a la combinació de colors poc contrastada o alguns gràfics elements amb text massa atapeït, mentre que la M3 no ha tingut en compte que el material sigui accessible per a persones amb alguna diversitat funcional, ja que no s'ha tingut en compte la llegibilitat dels textos.

Criteris	Valoració Tècnica (VT) de les mostres					VT mitjana
	M1	M2	M3	M4	M5	
Presentació visual (màx. 10)	7	9	6	9	7	7,60
Identitat de marca (màx. 5)	5	5	4	5	1	4,00
Originalitat (màx. 5)	2	4	3	4	5	3,60
Accessibilitat (màx. 5)	5	5	1	5	3	3,80

Valoració de les mostres d'Oriol Puigbó Martorell

El llapis de memòria presentat per aquesta empresa presenta 7 carpetes i, per tant, no segueix estrictament les indicacions del plec de clàusules que indica que la presentació d'una selecció de 5 treballs representatius, en format digital, d'un mínim de 3 encàrrecs diferents. També aporta un document per contextualitzar les mostres presentades, on les va presentant una a una (nom del treball, client, data i autoria). De les set mostres, són objecte de valoració les cinc primeres que consten al document presentat.

Detall dels materials a valoració:

- **M1:** 1 animació i 6 infografies presentades per a 3 suports diferents d'una campanya de reciclatge.
 - **M2:** 6 infografies estàtiques per a la difusió d'un pla de reconstrucció municipal.
 - **M3:** 2 materials animats i 3 estàtics per una campanya municipal amb motiu de la commemoració del 25-N.
 - **M4:** 2 materials estàtics i 1 animat per a xarxes socials per a una campanya promoguda per un ajuntament.
 - **M5:** 3 imatges estàtiques per difondre un acte de commemoració del 25è aniversari de la Declaració Universal de Drets Lingüístics.
- **Presentació visual del contingut:** En les mostres M1, M3 i M4 es valora que la informació es presenta de manera clara, tot i que no òptima, gràcies al text, les imatges, els símbols i les il·lustracions utilitzades. En el cas del material dinàmic, en canvi, no hi ha un ús efectiu de la música i altres efectes sonors en cap dels tres projectes; així com del muntatge i les transicions en la proposta M1, motiu pel qual s'ha puntuat a la baixa. La proposta M5, que només presenta imatges estàtiques, es comunica la informació de manera suficient, tot que se l'ha puntuat a la baixa per l'ús esbullat d'elements gràfics barrejats i altament atapeïts amb textuais dins del contenidor principal que aspira a expressar el missatge semiòtic en relació als drets lingüístics. En canvi, la M2 té una presentació visual deficient, donat que no hi ha una utilització òptima ni del text ni de les il·lustracions.
 - **Preservació de la identitat de marca:** En totes els propostes presentades hi ha una preservació de la identitat de marca.
 - **Originalitat:** Cap de les mostres presentades destaca per aportar composicions úniques que evitin copiar conceptes. No obstant això, les propostes M3 i M5 tenen una

qualitat suficient en què s'evita la confusió amb treballs realitzats amb aplicacions amateurs. En canvi, en la resta de projectes, especialment la proposta M2, les composicions globals són de menor o poca tecnificació professional, concepte també aplicable a la M1, en què es procedeix, en algunes de les versions presentades, a acumular elements, fet aquest que genera una sensació de poca claredat i obliga a reduir la mida dels textos, generant al final la sensació d'un material poc cuidat, elaborat amb programes de tecnificació inferior a la requerida en un producte i un requeriment d'aquestes característiques de qualitat, un argument que també és aplicable a la M4, en què les creacions s'allunyen de l'objectiu de presentar la informació i transmetre el missatge de manera atractiva i diferenciada, defugint els clixés ja vistos en moltes altres campanyes prèvies i que acaba generant la sensació estètica de dejavú.

- **Accessibilitat:** En les mostres 2 i 4 no s'han tingut en compte els criteris de llegibilitat dels textos a l'hora d'escollir la tipografia. En el cas de la M3, la combinació de colors dificulta l'accessibilitat. Pel que fa a les propostes M1 i M5 són més reeixides, especialment la M5, sense arribar a garantir tots els paràmetres d'accessibilitat.

Criteris	Valoració Tècnica (VT) de les mostres					VT mitjana
	M1	M2	M3	M4	M5	
Presentació visual (màx. 10)	6	3	7	7	6	5,80
Identitat de marca (màx. 5)	5	5	5	5	5	5,00
Originalitat (màx. 5)	2	1	3	2	3	2,20
Accessibilitat (màx. 5)	3	1	2	1	4	2,20

Valoració de les mostres de Produccions MIC SL

El llapis de memòria presentat per aquesta empresa no identifica de manera clara les propostes a valorar seguint les indicacions del plec de clàusules que indica que la presentació d'una selecció de 5 treballs més representatius, en format digital, d'un mínim de 3 encàrrecs diferents. Únicament aporta dues carpetes de les quals s'extreuen els projectes que corresponen a campanyes de comunicació. Finalment, són objecte de valoració quatre treballs.

Detall dels materials a valoració:

- **M1:** 2 infografies, amb les corresponents versions estàtica i dinàmica, d'una campanya ministerial per donar a conèixer l'estadística amb relació al pes de les dones en la societat.
- **M2:** 1 infografia dinàmica en format post d'Instagram per difondre uns ajuts universitaris.
- **M3:** 1 infografia dinàmica en format post d'Instagram per difondre un balanç d'actuacions al voltant de la llengua catalana al sistema d'universitats i recerca.
- **M4:** 1 infografia dinàmica, en dues versions per diferents xarxes socials, per anunciar uns ajuts acadèmics en l'àmbit de la violència de gènere.
- **Presentació visual del contingut:** Les propostes M1 i M4 tenen una presentació visual del contingut que comunica la informació de manera suficient. En la M1, l'ús excessiu d'elements en les composicions estàtiques dificulta que la comunicació sigui òptima mentre que en les infografies dinàmiques hi ha una presentació poc clara de la informació estadística. En el cas de la M4, les imatges i la gamma de color utilitzades remetien a una part parcial de la informació que es vol transmetre. Pel que fa a les mostres M2 i M3 tenen una presentació visual deficient donat que no hi ha una utilització òptima del text, les imatges o les il·lustracions. En tots dos casos, tant la

disposició com l'extensió del text dificulta una transmissió fluïda de la informació, mentre que la gamma de colors i els elements gràfics utilitzats tampoc aconsegueixen la comunicació efectiva de la informació, ja que remet a un context escolar i no universitari (en el cas de la proposta M2) i no identifica clarament l'àmbit concret de les actuacions en matèria de llengua (en el cas de la mostra M3).

- **Preservació de la identitat de marca:** En la proposta M1, la identitat de marca està preservada. En canvi, en la resta de treballs (M2, M3 i M4), tot i pertànyer a la mateixa institució, no tenen una línia comuna que els permeti identificar amb el client.
- **Originalitat:** En les mostres M1 i M4, el concepte global de comunicació ha estat per sota del mínim exigible ja que els materials són poc innovadors, sense personalitat pròpia i amb resultat final poc reeixit. Pel que fa als projectes M2 i M3, l'originalitat és molt deficient, ja que les imatges vectorials utilitzades són poc atractives perquè la imatge global que transmeten és de ser molt prototípiques i molt habituals en creacions ja vistes anteriorment a les xarxes i que per tant no aconsegueixen atraure l'atenció de l'usuari, en qui genera la sensació que aquelles figures simbòliques i aquelles icones extretes de llibreria ja s'han utilitzat a bastament. També composicions globals són de poca tecnificació professional i, per tant, s'identifica amb un treball realitzat en base a conceptes i elements gràfics propis d'aplicacions amateurs.
- **Accessibilitat:** La mostra M1 presenta una accessibilitat suficient però no òptima, atès que els colors emprats i la tipografia utilitzada no garanteixen l'accés universal al material gràfic. La mostra M2 i M3 no assoleixen completament els conceptes requerits que permeten que els treballs siguin accessibles per persones amb alguna diversitat funcional. La mostra M4 presenta una accessibilitat màxima i completa.

Criteris	Valoració Tècnica (VT) de les mostres					VT mitjana
	M1	M2	M3	M4	M5	
Presentació visual (màx. 10)	6	3	3	5	NP	3,40
Identitat de marca (màx. 5)	5	1	1	1	NP	1,60
Originalitat (màx. 5)	2	1	1	2	NP	1,20
Accessibilitat (màx. 5)	3	1	1	5	NP	2,00

Valoració de les mostres de FD Acrònim SL

El llapis de memòria presentat per aquesta empresa identifica de manera clara les 5 propostes a valorar seguint les indicacions del plec de clàusules que indica que la presentació d'una selecció de 5 treballs representatius, en format digital, d'un mínim de 3 encàrrecs diferents. També aporta un document per contextualitzar les mostres presentades, on les va presentant una a una.

Detall dels materials a valoració:

- **M1:** Calendari interactiu d'una agència de la Generalitat de Catalunya.
- **M2:** Vídeo sobre un tipus d'activitat promoguda per una agència de la Generalitat de Catalunya.
- **M3:** Vídeo per donar a conèixer una eina online de dades turístiques per a empreses.
- **M4:** Infografia estàtica sobre el servei de mediació i convivència d'un ajuntament català.
- **M5:** Adaptacions estàtiques per a xarxes socials de la imatge per anunciar un congrés sobre empremadoria.

- **Presentació visual del contingut:** Les propostes M2 i M5 són les millors valorades perquè en el conjunt d'elements utilitzats es comunica el missatge de manera suficient, encara que no altament efectiva. No obstant això, les puntuacions són 6 i 5, respectivament perquè, concretament en la M2, la locució del vídeo sembla robotitzada i el conjunt de la peça audiovisual transmet la sensació d'una simple presentació de Power Point animada. En el cas de la M5, la combinació de text i imatge estàtica utilitzada transmet la informació de manera suficient encara que manca coherència en el conjunt de la proposta. Les mostres M3 i M4 comuniquen de manera insuficient. En el cas de la M3, de nou trasllada la sensació de ser una presentació de Power Point on les diapositives estan enganxades les unes amb les altres sense haver fet un ús efectiu de la música, així com del muntatge i les transicions. Pel que fa a la mostra M4, el tractament de la infografia no permet establir nivells d'informació que permeti una comunicació efectiva. El projecte M1, el calendari es tracta d'un línia poc atractiva a l'hora de fer efectiva la comunicació del missatge, degut a l'ús de colors de combinació deficient de pantones i també a l'escassa dimensió de la numeració gràfica que indica la geoposició de cadascun dels centres que es vol referenciar..
- **Preservació de la identitat de marca:** En les mostres M1 i M5 es garanteix de manera suficient, però no òptima, la preservació de la identitat de marca, tot i que se les ha puntuat a la baixa per la tria en la combinació de colors que resulta poc fluïda i genera una certa contradicció visual perquè l'espectre cromàtic escollit no empasta prou bé. Més reeixida és aquesta preservació en la M2 on la gama de colors majoritària en el vídeo remet a l'agència promotora de l'encàrrec, encara que no assoleix la puntuació màxima perquè alguns dels colors escollits, com ara els vermells, hauria estat millor que fossin menys vius per no coincidir amb el matis cromàtic de les cartel·les, que és coincident. En canvi, en les propostes M3 i M4, hi ha una deficient preservació de marca i exemple d'això és la M3, on la tonalitat cromàtica està en dissonància amb les marques que promouen la iniciativa, argument que també és aplicable a la M4, en què la combinació dels derivats cromàtics del blau entren en una certa contradicció amb les varietats del verd de l'entitat promotora i també amb l'ús de les imatges estàtiques escollides.
- **Originalitat:** En cap de les campanyes presentades s'observen composicions úniques. La millor puntuada és la M5 que té una proposta visual més original quant a la combinació de figures i textos. En el cas dels projectes M1 i M2, els plantejaments són molt amateurs. En el primer cas, és una successió de làmines d'informació i, en el segon, d'un vídeo amb transicions poc elaborades. Les propostes M3 i M4 són una mica més reeixides sense arribar a una suficiència en l'originalitat presentada que permeti diferenciar-les respecte a altres treballs.
- **Accessibilitat:** La proposta M1 compleix els requeriments d'accessibilitat segons consta a l'informe que s'adjunta. Pel que fa a la resta de treballs, a excepció del M4, assoleixen de manera òptima els conceptes requerits que permetin que els treballs siguin suficientment accessibles per a persones amb alguna diversitat funcional, encara que es podria millorar. És el cas d'alguns gràfics que contenen els projectes M2 i M3 i que no queden suficientment explicats amb els textos (M3) o amb els subtítols de la veu en off que segons ens fa constar l'empresa es van incorporar en la difusió a YouTube (M2). Pel que fa a la mostra M5, és millorable el contrast de colors. La M4 no assoleix els conceptes requerits amb una infografia on els textos presenten dificultats pels canvis de color, mida, i estil de lletra.

Criteris	Valoració Tècnica (VT) de les mostres					VT mitjana
	M1	M2	M3	M4	M5	
Presentació visual (màx. 10)	3	6	4	4	5	4,40
Identitat de marca (màx. 5)	3	4	2	2	3	2,80
Originalitat (màx. 5)	1	1	2	2	3	1,80
Accessibilitat (màx. 5)	5	4	4	1	4	3,60

II. PUNTUACIÓ FINAL

El resum de puntuacions i la puntuació final és la següent:

Empresa	Presentació visual		Identitat de marca		Originalitat		Accessibilitat		Puntuació total
	VT	P	VT	P	VT	P	VT	P	
Pau Gómez Miquel	3,80	4,75	3,40	3,40	1,80	1,80	1,80	2,05	12,00
L'Orca Comunicació SCCL	8,00	10,00	5,00	5,00	3,40	3,40	4,40	5,00	23,40
Añade Comunicació SL	7,60	9,50	4,00	4,00	3,60	3,60	3,80	4,32	21,42
Oriol Puigbó Martorell	5,80	7,25	5,00	5,00	2,20	2,20	2,20	2,50	16,95
Producciones MIC	3,40	4,25	1,80	1,60	1,20	1,20	2,00	2,27	9,32
FD Acrònim SL	4,40	5,50	2,80	2,80	1,80	1,80	3,60	4,09	14,19

VT: Valoració Tècnica del criteri (prèvia aplicació de la fórmula)

P: Puntuació final del criteri (un cop aplicada la fórmula)

El plec preveu, en el seu annex VIII, que per tal de poder ser adjudicatari del contracte, les propostes corresponents hauran d'aconseguir el 50% del màxim de la puntuació possible en l'apartat de criteris sotmesos a un judici de valor, és a dir, **un mínim de 12,50 punts**. Totes aquelles ofertes que no la superin no seran objecte de valoració de l'apartat de criteris quantificables automàticament ni tingudes en compte per l'apreciació de la temeritat o de valors anormals o desproporcionats de les ofertes que sí que la superin.

Per tant, les empreses que superen aquesta fase i que proposem que siguin objecte de valoració de l'apartat de criteris quantificables a través de fórmules (oferta econòmica) són les següents:

Empreses	Puntuació
L'Orca Comunicació SCCL	23,40
Añade Comunicació SL	21,42
Oriol Puigbó Martorell	16,95
FD Acrònim SL	14,19

La Cap de Gabinet del conseller

Tècnic Oficina de Comunicació

Xavier
Vidal i
Alema
ny

Firmado digitalmente por Xavier Vidal i Alemany
Fecha: 2024.07.17 11:50:32 +02'00'