

# INFORME RELATIU ALS CRITERIS DE JUDICI DE VALOR PER A L'ADJUDICACIÓ DEL CONTRACTE DE SERVEIS DE CREACIÓ I DIFUSIÓ DE CONTINGUTS, NOTÍCIES I ESDEVENIMENTS D'INTERÈS A LES XARXES SOCIALS I L'ECOSISTEMA DIGITAL DE BARCELONA ACTIVA

El present informe descriu la valoració dels criteris de judici de valor de la licitació per a l'adjudicació del contracte de serveis de creació i difusió de continguts, notícies i esdeveniments d'interès a les xarxes socials i l'ecosistema digital de Barcelona Activa. Tal i com s'especifica en el Plec de clàusules administratives els criteris que depenen d'un judici de valor seran puntuats amb un màxim de **50 punts** i serà ponderat en virtut dels següents elements:

1.2.1. Proposta de **pla de continguts a Instagram** per comunicar el servei LIDERA que ofereix programes formatius i activitats per a dones professionals, directives i emprenedores aprofitant el moment comunicatiu d'inauguració d'un nou espai (equipament), i tenint en compte l'analítica del canal, els objectius establerts i les tipologies de contingut (annex 1), fins a 17 punts. El pla de continguts ha d'incloure:

1.2.1.1. Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible indicant la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats. **Fins a un màxim de 7 punts.**

- Les propostes que incloguin una proposta argumentada amb una estratègia encertada, que vinculi els objectius, l'analítica del canal i les tipologies de contingut i que mostrin un exemple real i assolible de calendari obtindran 7 punts.
- Les propostes que presentin un dels dos aspectes encertats i un parcialment adient, obtindran 5 punts.
- Les propostes que encertin només parcialment els dos criteris obtindran 3 punts.
- Les propostes que encertin només parcialment un dels criteris obtindran 1 punt.
- Les propostes que no aconsegueixin cap dels aspectes especificats obtindran 0 punts.

1.2.1.2. Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i un carrusel (.mp4, .png, .jpeg o similar), incloent els copies de difusió i les imatges de portada. **Fins a un màxim de 10 punts.**

- Les propostes que presentin dues peces creatives adequades als objectius especificats i els copies i imatges de portada encertats, obtindran 10 punts.
- Les propostes que presentin un dels dos aspectes encertats i un parcialment adient, obtindran 7 punts.
- Les propostes que encertin només parcialment els dos criteris obtindran 5 punts.
- Les propostes que encertin només parcialment un dels criteris obtindran 2 punts.
- Les propostes que no aconsegueixin cap dels aspectes especificats obtindran 0 punts.

1.2.2. Proposta de **pla de continguts per a TikTok** per apropar el servei del Cibernàrium al públic jove aprofitant el moment comunicatiu actual del seu 25è aniversari. Tot això tenint en compte l'analítica del canal, els objectius establerts i els continguts publicats (annex 1), fins a 17 punts. El pla de continguts ha d'incloure:

1.2.2.1. Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible i específic indicant: la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats. **Fins a un màxim de 7 punts.**

- Les propostes que incloguin una proposta argumentada amb una estratègia encertada, que vinculi els objectius, l'analítica del canal i les tipologies de contingut i que mostrin un exemple real i assolible de calendari obtindran 7 punts.
- Les propostes que presentin un dels dos aspectes encertats i un parcialment adient, obtindran 5 punts.

- Les propostes que encertin només parcialment els dos criteris obtindran 3 punts.
- Les propostes que encertin només parcialment un dels criteris obtindran 1 punt.
- Les propostes que no compleixin cap dels aspectes especificats obtindran 0 punts.

1.2.2.2. Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i una peça gràfica (.png, .jpeg o similar), incloent els copies de difusió i les imatges de portada. **Fins a un màxim de 10 punts.**

- Les propostes que presentin dues peces creatives adequades als objectius especificats i els copies de difusió i les imatges de portada encertats, obtindran 10 punts.
- Les propostes que presentin un dels dos aspectes encertats i un parcialment adient, obtindran 7 punts.
- Les propostes que encertin només parcialment els dos criteris obtindran 5 punts.
- Les propostes que encertin només parcialment un dels criteris obtindran 2 punts.
- Les propostes que no compleixin cap dels aspectes especificats obtindran 0 punts

1.2.3. En el marc del **pla de comunicació digital de Barcelona Activa**, proposta d'accions per aconseguir un engagement igual o superior al 4% als canals de LinkedIn i Instagram corporatius. Cal fer una proposta argumentada d'accions realistes i alineades amb els objectius de comunicació digital i les analítiques dels canals socials (annex 2), detallant el pla d'acció, la prioritització d'accions i la temporalitat per dur-les a terme. **Fins a un màxim de 8 punts** desglossats de la forma següent:

- Les propostes que plantegin accions realistes i alineades amb els objectius de comunicació digital i les analítiques de LinkedIn i Instagram, obtindran 8 punts.
- Les propostes que presentin un dels dos aspectes encertats i un parcialment adient, obtindran 6 punts
- Les propostes que presentin els tres parcialment adients, obtindran 4 punts.
- Les propostes que encertin només un dels criteris parcialment adients obtindran 2 punts.
- Les propostes que no compleixin cap dels aspectes especificats obtindran 0 punts

1.2.4. Preparar una proposta notícia de la participació de Barcelona Activa a la nova edició de la fira Barcelona Deep Tech Summit 2025 tenint en compte la nota de premsa i els continguts de l'any 2024 (Annex 3). Redactar la notícia en català, castellà i anglès. **Fins a un màxim de 8 punts** desglossats de la forma següent:

- Les propostes que presentin la notícia ben redactada, amb informació sintetitzada; correctament adaptada al format web, i en els 3 idiomes, obtindran 8 punts.
- Les propostes que presentin tres dels quatre criteris encertats, obtindran 6 punts.
- Les propostes que presentin dos dels quatre criteris encertats, obtindran 4 punts.
- Les propostes que presentin un dels quatre criteris encertats, obtindran 2 punts.
- Les propostes que no compleixin cap dels aspectes especificats obtindran 0 punts

En la taula següent podem veure la puntuació tècnica detallada de les empreses participants al concurs:

|                                                                                                                                                    | PLAYBRAND<br>SL | EQUIPO<br>SINGULAR<br>SL | AMT* | ROCA<br>SALVATELLA<br>SL | IMAGINA<br>DIGITAL<br>SOLUTIONS,<br>SL | BOTH<br>PEOPLE &<br>COMMS, S.L. | DELOITTE<br>DIGITAL *2 | SATEC<br>*3 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------------|------|--------------------------|----------------------------------------|---------------------------------|------------------------|-------------|
| <b>1. Pla de continguts a Instagram per LIDERA</b><br>1.1 Estratègia de continguts amb calendari assolible, temporalitat, tipologia i formats (7p) | 7               | 5                        | 5    | 5                        | 5                                      | 3                               | 1                      | 3           |



|                                                                                                                       |           |           |           |           |           |           |           |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1.2 Dues peces creatives (vídeo i carrusel) amb copies i portada (10p)                                                | 2         | 10        | 5         | 5         | 5         | 2         | 0         | 2         |
| <b>2. Pla de continguts a TikTok per Cibernàrium a joves</b>                                                          |           |           |           |           |           |           |           |           |
| 2.1 Estratègia de continguts amb calendari assolible, temporalitat, tipologia i formats (7p)                          | 5         | 7         | 1         | 5         | 5         | 5         | 3         | 3         |
| 2.2 Dues peces creatives (vídeo i peça gràfica) amb copies i portada (10p)                                            | 5         | 10        | 2         | 0         | 5         | 2         | 0         | 0         |
| <b>3. Proposta per engagement 4% a LinkedIn i Instagram (8p)</b>                                                      | 6         | 8         | 6         | 8         | 6         | 2         | 4         | 2         |
| <b>4. Notícia en 3 idiomes (català, castellà i anglès) de la nova edició del Barcelona Deep Tech Summit 2025 (8p)</b> | 4         | 6         | 6         | 4         | 4         | 2         | 6         | 2         |
| <b>Total</b>                                                                                                          | <b>29</b> | <b>46</b> | <b>25</b> | <b>27</b> | <b>30</b> | <b>17</b> | <b>14</b> | <b>12</b> |

\*AMT: ALVARO MONTOLIU TARRAGONA COMUNICACION, SL

\*2: DELOITTE TECHNOLOGY & TRANSFORMATION SLU

\*3: SISTEMAS AVANZADOS DE TECNOLOGÍA, S.A.

### PLAYBRAND S.L

- 1. Proposta de pla de continguts a Instagram** per comunicar el servei LIDERA que ofereix programes formatius i activitats per a dones professionals, directives i emprenedores aprofitant el moment comunicatiu d'inauguració d'un nou espai (equipament), i tenint en compte l'analítica del canal, els objectius establerts i les tipologies de contingut (annex 1), fins a 17 punts.

**Subcriteri 1.1: Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible indicant la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats, fins a 7 punts.**

Es planteja una temporalitat encertada i assumible, així com una tipologia de contingut i formats alineats amb els objectius i l'analítica del canal. La puntuació és de 7 punts.

**Subcriteri 1.2: Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i un carrusel (.mp4, .png, .jpeg o similar), incloent els copies de difusió i les imatges de portada, fins a 10 punts.**

El vídeo és parcialment adient. No acaba d'encaixar que la temàtica se centra en informes de dades sobre les dones al mercat laboral i, en concret, al sector digital, sense considerar l'espai LIDERA, el programa, ni els beneficis que hi trobaran. El copy i la portada són correctes però les imatges de banc que s'utilitzen no segueixen la línia corporativa i els vídeos són massa llargs pel canal de destí. El carrusel no és adient. Hi ha frases com "transforma el futur digital" que s'allunyen del públic al qual va dirigida l'acció. La línia gràfica, els copies i la portada no són encertats perquè no s'alineen amb la marca: imatges de banc, textos que no respecten el to ni el missatge que es vol donar (es parla de breixa digital i s'interpel·la a les dones per què poden fer per canviar-ho). La puntuació és de 2 punts.



2. **Proposta de pla de continguts per a TikTok** per apropar el servei del Cibernàrium al públic jove aprofitant el moment comunicatiu actual del seu 25è aniversari. Tot això tenint en compte l'anàlisi del canal, els objectius establerts i els continguts publicats (annex 1), fins a 17 punts.

**Subcriteri 2.1: Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible indicant la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats, fins a 7 punts.**

La temporalitat i la tipologia de contingut presentada són parcialment adients, i els formats són encertats. A les mètriques fa referència al perfil actual de Cibernàrium i posa focus excessiu en el públic emprenedor jove que no és el principal. Les especificitats de la temporalitat no són totalment adequades, ja que s'indica, mensual, tot l'any segons calendari, puntualment (tot l'any) i, tot i el diagrama de gantt, manca una visió específica de com queden repartides les tipologies de contingut durant el temps. Al diagrama També es confonen les formacions de treball amb les formacions en tecnologia del Cibernàrium. La puntuació és de 5 punts.

**Subcriteri 2.2: Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i una peça gràfica (.png, .jpeg o similar), incloent els còpies de difusió i les imatges de portada, fins a 10 punts.**

Els vídeos són parcialment adients. La temàtica és encertada, però l'edició no presenta una bona qualitat ni té relació amb la línia gràfica. A més, el segon vídeo es fa una mica llarg en les preguntes i respostes de les persones, i el concepte 25 anys de Cibernàrium queda mal integrat entre les preguntes. La puntuació és de 5 punts.

3. **En el marc del pla de comunicació digital de Barcelona Activa**, proposta d'accions per aconseguir un engagement igual o superior al 4% als canals de LinkedIn i Instagram corporatius. Cal fer una proposta argumentada d'accions realistes i alineades amb els objectius de comunicació digital i les analítiques dels canals socials (annex 2), detallant el pla d'acció, la prioritització d'accions i la temporalitat per dur-les a terme. **Fins a un màxim de 8 punts**

El pla d'acció i la prioritització d'accions són encertades perquè responen a la realitat de les plataformes i a les analítiques dels dos canals digitals de Barcelona Activa, però manca una temporalitat real que mostri les accions i plantejades possibles, ja que només s'especifica "durant un any", però no en quina temporalitat es volen dur a terme i com conflueixen en el temps les unes amb les altres. La puntuació és de 6 punts.

4. **Preparar una proposta notícia de la participació de Barcelona Activa a la nova edició de la fira Barcelona Deep Tech Summit 2025** tenint en compte la nota de premsa i els continguts de l'any 2024 (Annex 3). Redactar la notícia en català, castellà i anglès. **Fins a un màxim de 8 punts**

La notícia és sintètica, però la redacció i l'adaptació al web és parcialment adient. En la redacció es parla de la primera jornada quan es tracta d'una notícia prèvia, hi ha un error en el càrrec de 4rt Tinent d'Alcaldia i les dades que es donen en el tercer paràgraf (són més importants que l'Smart City Expo World Congress). L'adaptació als altres idiomes és correcta. La puntuació és de 4 punts.

### **EQUIPO SINGULAR SL**

1. **Proposta de pla de continguts a Instagram** per comunicar el servei LIDERA que ofereix programes formatius i activitats per a dones professionals, directives i emprenedores aprofitant el moment comunicatiu d'inauguració d'un nou espai (equipament), i tenint en compte l'anàlisi del canal, els objectius establerts i les tipologies de contingut (annex 1), fins a 17 punts.

**Subcriteri 1.1: Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible indicant la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats, fins a 7 punts.**



La proposta mostra una temporalitat parcialment encertada. Una publicació setmanal per LIDERA es considera massa en relació a totes les temàtiques de Barcelona Activa, s'hauria d'ajustar a màxim una publicació cada 15 dies. No obstant, la tipologia de contingut és adequada i els formats per a cadascuna estan ben plantejats. L'estratègia, a més, encerta mostrant la diversitat de públics als que ens adrecem i mostra codis per generar continguts orgànics adients en coherència amb les tendències actuals. La puntuació és de 5 punts.

**Subcriteri 1.2: Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i un carrusel (.mp4, .png, .jpeg o similar), incloent els copies de difusió i les imatges de portada, fins a 10 punts.**

Les dues peces creatives presentades són encertades, així com els copies i les portades. La idea creativa de les dues peces està alineada amb l'estratègia de contingut presentada al subcriteri 1.1. Els copies tenen un to adient i s'adeqüen bé al canal destinatari perquè s'alineen amb la marca, connecten amb el públic objectiu i s'adapten a les característiques del canal, assegurant una comunicació, clara, coherent i efectiva. Com a extra es proposen quatre línies de contingut addicional, amb *namings* i to encertats i congruents amb els objectius. La puntuació és de 10 punts.

2. **Proposta de pla de continguts per a TikTok** per apropar el servei del Cibernàrium al públic jove aprofitant el moment comunicatiu actual del seu 25è aniversari. Tot això tenint en compte l'anàlisi del canal, els objectius establerts i els continguts publicats (annex 1), fins a 17 punts.

**Subcriteri 2.1: Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible indicant la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats, fins a 7 punts.**

Presenten una bona temporalitat alineada amb l'estratègia global: es proposa un mínim d'una publicació setmanal del total de 2/3 vídeos setmanals a la plataforma. La tipologia de contingut és encertada i els formats proposats per TikTok també, ja que combinen els codis nadius del canal amb els objectius comunicatius específics per a cada segment de jove, assolint un alt nivell d'adequació als canals i públics. La puntuació és de 7 punts.

**Subcriteri 2.2: Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i una peça gràfica (.png, .jpeg o similar), incloent els copies de difusió i les imatges de portada, fins a 10 punts.**

Les dues peces creatives s'ajusten als objectius comunicatius i presenten una execució coherent. Els vídeos encaixen amb l'estratègia, les portades són adequades i els copies de difusió estan ben treballats i adaptats al públic objectiu. La puntuació és de 10 punts.

3. **En el marc del pla de comunicació digital de Barcelona Activa**, proposta d'accions per aconseguir un engagement igual o superior al 4% als canals de LinkedIn i Instagram corporatius. Cal fer una proposta argumentada d'accions realistes i alineades amb els objectius de comunicació digital i les analítiques dels canals socials (annex 2), detallant el pla d'acció, la prioritització d'accions i la temporalitat per dur-les a terme. **Fins a un màxim de 8 punts**

Proposen accions realistes amb un timing assolible, s'alineen amb els objectius de comunicació de Barcelona Activa i les analítiques actuals de LinkedIn i Instagram especialment pel que fa a l'engagement actual i el comportament de les audiències a LinkedIn i Instagram. A més, les accions proposades responen a tendències actuals del sector i s'adapten a la realitat i dinàmica pròpia de cada canal, cosa que en reforça la capacitat d'assolir l'objectiu del 4% d'engagement. La puntuació és de 8 punts.



4. **Preparar una proposta notícia de la participació de Barcelona Activa a la nova edició de la fira Barcelona Deep Tech Summit 2025** tenint en compte la nota de premsa i els continguts de l'any 2024 (Annex 3). Redactar la notícia en català, castellà i anglès. **Fins a un màxim de 8 punts**

La redacció, la traducció als tres idiomes i l'adaptació al format web són correctes perquè destaquen i ordenen la informació per fer-la arribar al públic objectiu, inclouen negretes, vincles i adequen la llargària de cada paràgraf. No obstant, la informació sintetitzada no ho és perquè és una mica massa sintètica. La puntuació és de 6 punts.

#### **ALVARO MONTOLIU TARRAGONA COMUNICACION, SL (AMT)**

1. **Proposta de pla de continguts a Instagram** per comunicar el servei LIDERA que ofereix programes formatius i activitats per a dones professionals, directives i emprenedores aprofitant el moment comunicatiu d'inauguració d'un nou espai (equipament), i tenint en compte l'anàlisi del canal, els objectius establerts i les tipologies de contingut (annex 1), fins a 17 punts.

**Subcriteri 1.1: Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible indicant la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats, fins a 7 punts.**

La temporalitat és encertada i els formats ho són parcialment. La tipologia de contingut no s'ajusta als objectius plantejats, per exemple posant excessiu èmfasi en els dies mundials. Es plantegen uns objectius una mica ambigus (ser tàctics, to comunicatiu per generar una reacció desitjada...) i no es correlacionen amb accions realistes. La puntuació és de 5 punts.

**Subcriteri 1.2: Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i un carrusel (.mp4, .png, .jpeg o similar), incloent els copies de difusió i les imatges de portada, fins a 10 punts.**

Les peces són parcialment adients. El carrusel planteja una temàtica de Cibernàrium tot i ser per LIDERA i, a més, se centra molt en les activitats, és a dir, parla més del que fa Barcelona Activa que del benefici del servei, que és el que permet connectar amb el públic. La línia gràfica no segueix la del programa. El vídeo planteja una temàtica de poc recorregut que no s'ajusta a l'oferta global de LIDERA ni a la comunicació del nou espai. La puntuació és de 5 punts.

2. **Proposta de pla de continguts per a TikTok** per apropar el servei del Cibernàrium al públic jove aprofitant el moment comunicatiu actual del seu 25è aniversari. Tot això tenint en compte l'anàlisi del canal, els objectius establerts i els continguts publicats (annex 1), fins a 17 punts.

**Subcriteri 2.1: Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible indicant la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats, fins a 7 punts.**

Només presenten la temporalitat i aquesta es considera parcialment encertada perquè se centren en la temporalitat només de 3 mesos concrets de l'any i no s'estandarditza durant l'any per veure aplicabilitat real. Els formats i tipologies de contingut no són adequades. La proposta s'assembla molt a la de la pregunta 1.1 i no està adaptada al públic. És una proposta neutra que es queda en exposar frases com "creació de formats curts i virals", però sense explicar-ho. La puntuació és d'1 punt.

**Subcriteri 2.2: Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i una peça gràfica (.png, .jpeg o similar), incloent els copies de difusió i les imatges de portada, fins a 10 punts.**



Només encerten parcialment la peça del vídeo, que no s'acaba d'alinear amb els objectius plantejats. Manca un fil conductor més enllà de mencionar aspectes tecnològics. La peça gràfica no és encertada. Compta amb errades ortogràfiques i la línia gràfica no s'adequa al públic, les imatges compten amb molt text que dificulta la lectura. La puntuació és de 2 punts.

3. **En el marc del pla de comunicació digital de Barcelona Activa**, proposta d'accions per aconseguir un engagement igual o superior al 4% als canals de LinkedIn i Instagram corporatius. Cal fer una proposta argumentada d'accions realistes i alineades amb els objectius de comunicació digital i les analítiques dels canals socials (annex 2), detallant el pla d'acció, la prioritització d'accions i la temporalitat per dur-les a terme. **Fins a un màxim de 8 punts**

Les accions i la temporalitat són correctes i el pla d'acció és parcialment encertat. Es considera que manca una estructura clara i coherent al pla, ja que les accions apareixen sense jerarquia estratègica, i això no permet entendre com es vol assolir l'objectiu de 4% o més d'engagement en ambdues xarxes socials. La puntuació és de 6 punts.

4. **Preparar una proposta notícia de la participació de Barcelona Activa a la nova edició de la fira Barcelona Deep Tech Summit 2025** tenint en compte la nota de premsa i els continguts de l'any 2024 (Annex 3). Redactar la notícia en català, castellà i anglès. **Fins a un màxim de 8 punts**

Presenta tres criteris encertats: síntesi (informació clara i directa), adaptació a web (bona experiència usuari, facilita lectura i navegació amb negretes, enllaços i paràgrafs) i versions d'idiomes (ben traduïdes), però la redacció no és adequada, ja que el titular és llarg i genèric, seguit d'un cos de notícia amb moltes repeticions lèxiques, poca precisió i que no respecta el gènere. La puntuació és de 6 punts.

## **ROCA SALVATELLA SL**

1. **Proposta de pla de continguts a Instagram** per comunicar el servei LIDERA que ofereix programes formatius i activitats per a dones professionals, directives i emprenedores aprofitant el moment comunicatiu d'inauguració d'un nou espai (equipament), i tenint en compte l'analítica del canal, els objectius establerts i les tipologies de contingut (annex 1), fins a 17 punts.

**Subcriteri 1.1: Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible indicant la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats, fins a 7 punts.**

La temporalitat presentada és encertada. En canvi, la tipologia de contingut no aconsegueix els objectius plantejats i els formats són parcialment encertats. Es basen en contingut d'emprenedoria i s'obliden d'altres públics. Donen molta importància a les activitats de LIDERA i molt poca als testimonials que expliquen l'èxit del programa. La puntuació és de 5 punts.

**Subcriteri 1.2: Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i un carrusel (.mp4, .png, .jpeg o similar), incloent els copies de difusió i les imatges de portada, fins a 10 punts.**

Les dues peces creatives estan parcialment encertades, les propostes de portades no es consideren adients, ja que segueixen la línia gràfica de LIDERA, però una dona més importància a la host que a la temàtica del vídeo i l'altra a la testimonial més que a la seva declaració. A més, manquen les propostes de copies de difusió. La puntuació és de 5 punts.



2. **Proposta de pla de continguts per a TikTok** per apropar el servei del Cibernàrium al públic jove aprofitant el moment comunicatiu actual del seu 25è aniversari. Tot això tenint en compte l'anàlisi del canal, els objectius establerts i els continguts publicats (annex 1), fins a 17 punts.

**Subcriteri 2.1: Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible indicant la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats, fins a 7 punts.**

La temporalitat presentada és encertada, però la tipologia de contingut ho és només parcialment, ja que dona molt protagonisme al que ofereix Cibernàrium (cursos, activitats, etc.) sense relacionar-ho amb el benefici pel públic. Hi ha massa % de pes en contingut publicitari i de formacions i poc en històries i contingut emocional que apel·li al *target*. La puntuació és de 5 punts.

**Subcriteri 2.2: Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i una peça gràfica (.png, .jpeg o similar), incloent els copies de difusió i les imatges de portada, fins a 10 punts.**

Aquest criteri no es pot avaluar, atès que no s'han presentat els continguts, quelcom validat amb el servei tècnic de la Plataforma de Contractació de l'Ajuntament de Barcelona (a través d'on s'han tramès els sobres electrònics que, entre d'altres, incloïen la proposta tècnica). La puntuació és de 0 punts.

3. **En el marc del pla de comunicació digital de Barcelona Activa**, proposta d'accions per aconseguir un engagement igual o superior al 4% als canals de LinkedIn i Instagram corporatius. Cal fer una proposta argumentada d'accions realistes i alineades amb els objectius de comunicació digital i les analítiques dels canals socials (annex 2), detallant el pla d'acció, la prioritització d'accions i la temporalitat per dur-les a terme. **Fins a un màxim de 8 punts**

Proposta encertada amb accions realistes que estan alineades amb els objectius i les analítiques de LinkedIn i Instagram. Recullen la realitat dels canals i les tendències actuals que reforcen les accions proposades i els fan viables per aconseguir l'objectiu d'igualar o superar el 4% d'engagement a ambdós canals. La puntuació és de 8 punts.

4. **Preparar una proposta notícia de la participació de Barcelona Activa a la nova edició de la fira Barcelona Deep Tech Summit 2025** tenint en compte la nota de premsa i els continguts de l'any 2024 (Annex 3). Redactar la notícia en català, castellà i anglès. **Fins a un màxim de 8 punts**

La redacció és correcta, però la informació presentada no ho és. Es confon innovació amb Deep Tech. A més, no és sintètica i es considera que no està ben adaptada al format web. Les versions de castellà i anglès són correctes. La puntuació és de 4 punts en només encertar dos dels quatre criteris.

## **IMAGINA DIGITAL SOLUTIONS, SL**

1. **Proposta de pla de continguts a Instagram** per comunicar el servei LIDERA que ofereix programes formatius i activitats per a dones professionals, directives i emprenedores aprofitant el moment comunicatiu d'inauguració d'un nou espai (equipament), i tenint en compte l'anàlisi del canal, els objectius establerts i les tipologies de contingut (annex 1), fins a 17 punts.

**Subcriteri 1.1: Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible indicant la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats, fins a 7 punts.**

A l'estratègia de contingut falta prioritzar les línies de contingut segons l'audiència d'Instagram i l'anàlisi disponible. La temporalitat és encertada perquè es proposa una peça cada quinze dies i la tipologia de



contingut ho és només parcialment, ja que se centra excessivament en la creació d'un podcast. Els formats són parcialment encertats perquè se li dona massa importància al podcast. La puntuació és de 5 punts.

**Subcriteri 1.2: Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i un carrusel (.mp4, .png, .jpeg o similar), incloent els copies de difusió i les imatges de portada, fins a 10 punts.**

Les dues peces són parcialment adients. El carrusel presenta una línia gràfica molt allunyada de l'actual. A més, se centra molt en tenir una idea i deixa en segon pla el concepte de xarxa. El vídeo està parcialment encertat perquè tot i la bona edició, se centra només en la creació del podcast i deixa en un segon pla l'espai LIDERA, que té molt més recorregut. Els copies i les portades no són encertats. La puntuació és de 5 punts.

2. **Proposta de pla de continguts per a TikTok** per apropar el servei del Cibernàrium al públic jove aprofitant el moment comunicatiu actual del seu 25è aniversari. Tot això tenint en compte l'anàlisi del canal, els objectius establerts i els continguts publicats (annex 1), fins a 17 punts.

**Subcriteri 2.1: Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible indicant la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats, fins a 7 punts.**

La temporalitat és parcialment adient pel canal perquè es valora que 3 publicacions setmanals no facilitaran el creixement de les mètriques. La proposta recomana fer vídeos més llargs, quan la tendència en públic jove en aquest canal és la creació de vídeos curts. Els formats són adients i la tipologia de contingut no es presenta. La puntuació és de 5 punts.

**Subcriteri 2.2: Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i una peça gràfica (.png, .jpeg o similar), incloent els copies de difusió i les imatges de portada, fins a 10 punts.**

El vídeo és parcialment adient perquè centra massa el missatge en els 25 anys del Cibernàrium, que hauria de ser només una excusa comunicativa. La peça gràfica no és adient: el missatge se centra en activitats pròpies de treball, no de Cibernàrium. La puntuació és de 2 punts.

3. **En el marc del pla de comunicació digital de Barcelona Activa**, proposta d'accions per aconseguir un engagement igual o superior al 4% als canals de LinkedIn i Instagram corporatius. Cal fer una proposta argumentada d'accions realistes i alineades amb els objectius de comunicació digital i les analítiques dels canals socials (annex 2), detallant el pla d'acció, la prioritització d'accions i la temporalitat per dur-les a terme. **Fins a un màxim de 8 punts**

El pla d'acció és encertat amb bones propostes (píndoles de coneixement, entrevistes a experts, consells exprés, participants...) que tenen relació amb els continguts que més fan augmentar l'engagement a les plataformes. Ara bé, falta incloure la prioritització d'accions i la temporalitat per dur-les a terme. La puntuació és de 6 punts.

4. **Preparar una proposta notícia de la participació de Barcelona Activa a la nova edició de la fira Barcelona Deep Tech Summit 2025** tenint en compte la nota de premsa i els continguts de l'any 2024 (Annex 3). Redactar la notícia en català, castellà i anglès. **Fins a un màxim de 8 punts**

La redacció no és correcta ja que tracta sobre l'edició anterior i hi ha errors de concordança. No és sintètica per web, ja que és massa llarga. Es produeixen errors com per exemple en el càrrec del 4art Tinent d'Alcaldia. Està ben adaptada al format web i les traduccions als altres idiomes són correctes. La puntuació és de 4 punts.



## **BOTH PEOPLE & COMMS, S. L.**

1. **Proposta de pla de continguts a Instagram** per comunicar el servei LIDERA que ofereix programes formatius i activitats per a dones professionals, directives i emprenedores aprofitant el moment comunicatiu d'inauguració d'un nou espai (equipament), i tenint en compte l'anàlisi del canal, els objectius establerts i les tipologies de contingut (annex 1), fins a 17 punts.

**Subcriteri 1.1: Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible indicant la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats, fins a 7 punts.**

La temporalitat i el tipus de contingut s'encerten parcialment. En la tipologia de contingut parlen de connexió emocional i del públic, però la resta de pilars de contingut són genèrics de Barcelona Activa i no tenen relació amb el target al qual es dirigeixen. La puntuació és de 3 punts.

**Subcriteri 1.2: Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i un carrusel (.mp4, .png, .jpeg o similar), incloent els copies de difusió i les imatges de portada, fins a 10 punts.**

La primera peça és parcialment correcta: el concepte de vídeo és encertat, però l'edició no respon a la línia gràfica de LIDERA. La segona proposta no es considera adient, ja que relaciona el concepte de guia de supervivència amb un contingut adreçat a dones. La puntuació és de 2 punts.

2. **Proposta de pla de continguts per a TikTok** per apropar el servei del Cibernàrium al públic jove aprofitant el moment comunicatiu actual del seu 25è aniversari. Tot això tenint en compte l'anàlisi del canal, els objectius establerts i els continguts publicats (annex 1), fins a 17 punts.

**Subcriteri 2.1: Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible indicant la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats, fins a 7 punts.**

La temporalitat és encertada i la tipologia de contingut ho és parcialment perquè podria ser per a qualsevol tipus de públic. Els formats es citen però no s'expliquen i manca la visió d'estratègia global. La puntuació és de 5 punts.

**Subcriteri 2.2: Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i una peça gràfica (.png, .jpeg o similar), incloent els copies de difusió i les imatges de portada, fins a 10 punts.**

La primera peça és encertada, però el copy no ho és. La segona peça no és adient ni per la part gràfica ni en el copy. Es considera que els objectius de l'acció són poc realistes per una peça que és un "passa paraula", que no pot entretenir, crear tràfic web i inscripcions, tot al mateix nivell. La puntuació és de 2 punts.

3. **En el marc del pla de comunicació digital de Barcelona Activa**, proposta d'accions per aconseguir un engagement igual o superior al 4% als canals de LinkedIn i Instagram corporatius. Cal fer una proposta argumentada d'accions realistes i alineades amb els objectius de comunicació digital i les anàlisis dels canals socials (annex 2), detallant el pla d'acció, la prioritització d'accions i la temporalitat per dur-les a terme. **Fins a un màxim de 8 punts**

La proposta de pla de comunicació s'encerta només parcialment perquè s'alinea amb els objectius de comunicació digital. Les accions proposades no són concordants amb els objectius que es volen assolir. Per exemple, s'indica mantenir una taxa d'interacció superior al 7% i es proposen formats com carrusels amb mètriques de context que no s'acaba d'entendre com ajudaran a aquesta mètrica. La puntuació és de 2 punts.



4. **Preparar una proposta notícia de la participació de Barcelona Activa a la nova edició de la fira Barcelona Deep Tech Summit 2025** tenint en compte la nota de premsa i els continguts de l'any 2024 (Annex 3). Redactar la notícia en català, castellà i anglès. **Fins a un màxim de 8 punts**

La notícia diu que Barcelona Activa participa al Barcelona Deep Tech Summit, però realment és qui organitza la fira. Per tant, la redacció, la síntesi i l'adaptació al format web (manca d'enllaços amb entitats de l'ecosistema) no és correcta. Sí que adapta correctament les versions d'idiomes. La puntuació és de 2 punts.

#### **DELOITTE TECHNOLOGY & TRANSFORMATION SLU**

1. **Proposta de pla de continguts a Instagram** per comunicar el servei LIDERA que ofereix programes formatius i activitats per a dones professionals, directives i emprenedores aprofitant el moment comunicatiu d'inauguració d'un nou espai (equipament), i tenint en compte l'anàlisi del canal, els objectius establerts i les tipologies de contingut (annex 1), fins a 17 punts.

**Subcriteri 1.1: Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible indicant la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats, fins a 7 punts.**

Els formats i les tipologies de contingut són parcialment correctes, però l'adequació amb l'estratègia i la temporalitat, no. Es recullen tipologies de contingut teòriques però no s'adapten al públic. A més, tampoc es detallen accions concretes. Es parla d'emprenedors i empresaris en masculí quan el públic són dones. La puntuació és d'1 punt.

**Subcriteri 1.2: Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i un carrusel (.mp4, .png, .jpeg o similar), incloent els copies de difusió i les imatges de portada, fins a 10 punts.**

Presenten les dues peces demanades, però no són adequades. Les imatges són genèriques i d'arxiu i no s'ajusten al públic concret ni a la línia gràfica corporativa. No es presenten copies de difusió ni portades. La puntuació és de 0 punts.

2. **Proposta de pla de continguts per a TikTok** per apropar el servei del Cibernàrium al públic jove aprofitant el moment comunicatiu actual del seu 25è aniversari. Tot això tenint en compte l'anàlisi del canal, els objectius establerts i els continguts publicats (annex 1), fins a 17 punts.

**Subcriteri 2.1: Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible indicant la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats, fins a 7 punts.**

Els formats i les tipologies de contingut estan parcialment correctes, però l'adequació amb l'estratègia i la temporalitat, no. La proposta és teòrica i generalitzada i podria ser per a qualsevol perfil, no tenen en compte el públic jove per adaptar l'estratègia. La puntuació és de 3 punts.

**Subcriteri 2.2: Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i una peça gràfica (.png, .jpeg o similar), incloent els copies de difusió i les imatges de portada, fins a 10 punts.**

Presenten les dues peces demanades però no es consideren adequades. Les imatges són genèriques i no orientades al públic concret. No presenten portades i només plantegen un copy que no s'ajusta a l'estratègia ni al públic. La puntuació és de 0 punts.



3. **En el marc del pla de comunicació digital de Barcelona Activa**, proposta d'accions per aconseguir un engagement igual o superior al 4% als canals de LinkedIn i Instagram corporatius. Cal fer una proposta argumentada d'accions realistes i alineades amb els objectius de comunicació digital i les analítiques dels canals socials (annex 2), detallant el pla d'acció, la prioritització d'accions i la temporalitat per dur-les a terme. **Fins a un màxim de 8 punts**

Es considera els tres criteris parcialment adients. Falta adaptar-los a Barcelona Activa, les accions es baixen esquemàticament i més de 4 no tenen una relació directa amb l'engagement. La puntuació és de 4 punts.

4. **Preparar una proposta notícia de la participació de Barcelona Activa a la nova edició de la fira Barcelona Deep Tech Summit 2025** tenint en compte la nota de premsa i els continguts de l'any 2024 (Annex 3). Redactar la notícia en català, castellà i anglès. **Fins a un màxim de 8 punts**

Proposta ben redactada, presentada en els tres idiomes i sintètica, però que no s'adapta correctament a web: no s'utilitzen negretes, enllaços ni crides directes a la inscripció. La puntuació és de 6 punts.

### **SISTEMAS AVANZADOS DE TECNOLOGÍA, S.A. (SATEC)**

1. **Proposta de pla de continguts a Instagram** per comunicar el servei LIDERA que ofereix programes formatius i activitats per a dones professionals, directives i emprenedores aprofitant el moment comunicatiu d'inauguració d'un nou espai (equipament), i tenint en compte l'analítica del canal, els objectius establerts i les tipologies de contingut (annex 1), fins a 17 punts.

**Subcriteri 1.1: Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible indicant la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats, fins a 7 punts.**

Els formats que presenten són adequats per a comunicar el servei a Instagram, però la temporalitat i les tipologies de continguts són parcialment adients. La temporalitat no s'indica, només es posa l'exemple d'un calendari mensual. I les tipologies de contingut s'expliquen molt per sobre i tenen molta relació amb empenedoria, oblidant la resta de públics. La puntuació és de 3 punts.

**Subcriteri 1.2: Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i un carrusel (.mp4, .png, .jpeg o similar), incloent els copies de difusió i les imatges de portada, fins a 10 punts.**

Es presenten les dues peces demanades però només s'encerta parcialment el reel. El concepte és correcte però ni el disseny ni el copy s'ajusta als objectius i al públic. El carrusel no s'ajusta a nivell gràfic ni en concepte perquè és en negatiu (barreres) i se centra només en empenedoria. La puntuació és de 2 punts.

2. **Proposta de pla de continguts per a TikTok** per apropar el servei del Cibernàrium al públic jove aprofitant el moment comunicatiu actual del seu 25è aniversari. Tot això tenint en compte l'analítica del canal, els objectius establerts i els continguts publicats (annex 1), fins a 17 punts.

**Subcriteri 2.1: Proposta argumentada de l'estratègia de continguts amb calendari assolible indicant la temporalitat, la tipologia de contingut i els corresponents formats, fins a 7 punts.**

La temporalitat no és encertada perquè només es posa d'exemple un calendari mensual, sense tenir en compte estratègia global. Els formats i les tipologies que presenten són parcialment adients, ja que es confonen amb el que es fa a Barcelona Activa Treball i no a Cibernàrium. La puntuació és de 3 punts.



**Subcriteri 2.2: Desenvolupament de dues peces creatives, idealment un vídeo (.mp4 o similar) i una peça gràfica (.png, .jpeg o similar), incloent els còpies de difusió i les imatges de portada, fins a 10 punts.**

Es presenten les dues peces demanades, però no s'encerta cap dels criteris. La tipologia de contingut és de Barcelona Activa Treball (buscar feina amb la IA) i no de Cibernàrium, i el desenvolupament gràfic no respon a la línia gràfica de Cibernàrium ni tampoc al target jove (imatges d'arxiu, chyrons molt institucionals, etc.). Es desenvolupen les dues peces amb el mateix concepte. La puntuació és de 0 punts.

3. **En el marc del pla de comunicació digital de Barcelona Activa**, proposta d'accions per aconseguir un engagement igual o superior al 4% als canals de LinkedIn i Instagram corporatius. Cal fer una proposta argumentada d'accions realistes i alineades amb els objectius de comunicació digital i les analítiques dels canals socials (annex 2), detallant el pla d'acció, la prioritització d'accions i la temporalitat per dur-les a terme. **Fins a un màxim de 8 punts**

Els formats presentats són parcialment adients. El pla d'acció no és correcte ja que no es prioritzen les accions i la temporalitat per dur-les a terme no és acurada. Es proposa fer una revisió de com funcionen les accions als 4 mesos d'haver-les posat en marxa, i l'ideal segons l'estàndard és fer-ho màxim en un mes per poder aplicar correccions. La puntuació és de 2 punts.

4. **Preparar una proposta notícia de la participació de Barcelona Activa a la nova edició de la fira Barcelona Deep Tech Summit 2025** tenint en compte la nota de premsa i els continguts de l'any 2024 (Annex 3). Redactar la notícia en català, castellà i anglès. **Fins a un màxim de 8 punts**

Presenten la notícia en els tres idiomes, però no està ben adaptada al format web, tampoc ben redactada (error en el nom de l'esdeveniment, en la ubicació, que és a Fira Gran Via en el marc de l'Smart City Expo World Congress) ni és sintètica. La puntuació és de 2 punts.

Maria Vilà Brecha  
Directora de Comunicació