



INFORME DE VALORACIÓ D'OFERTES, PEL QUE FA ALS CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT CRITERIS SUBJECTES A JUDICI DE VALOR, RELATIVES A LA CONTRACTACIÓ SERVEI D'ADAPTACIONS GRÀFIQUES DE LA XARXA DE CENTRES CÍVICS DE BARCELONA I DE L'INSTITUT DE CULTURA AMB NÚM. D'EXPEDIENT C250001114 I NUM. CONTRACTE 006_25000946

Segons es desprèn de la sessió de la Mesa d'obertura del Sobre B celebrada en data 25 de setembre de 2025 relativa al procediment obert de referència, les empreses que s'han presentat a la present licitació, havent declarat les seves condicions de capacitat i solvència mitjançant la documentació corresponent són les següents:

- Anna Lopez Linares amb DNI 46237312K
- CHARLES PUBLICITAT, S.L. amb NIF B66362203
- DIGIRED.NET MULTIMEDIA S.L. amb NIF_B75329854
- LAGRAFICA CREATIVE EXPERIENCE S.L. amb NIF_B25826603
- TEMAS DE COMUNICACION PUBLICITARIA S.A. amb NIF A60449535

D'acord amb la Clàusula 10.a del PCAP, els criteris subjectes a judici de valor són els següents:

A. CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT UN JUDICI DE VALOR: fins a 40,00 punts

B.1. Proposta tècnica.

Cal realitzar una proposta tècnica d'organització de desenvolupament del servei objecte d'aquest contracte, segons els requeriments establerts en la clàusula 7 del PPT i on es determini l'assoliment dels objectius establerts en la clàusula 3 del PPT. Als efectes de valoració tècnica de les propostes, les licitadores hauran de presentar un projecte que detalli, quantifiqui i desglossi el servei i les accions a realitzar, atenent a les tasques descrites en aquest plec.

En tot cas inclourà:

- Un descripció tècnica de la prestació del servei, amb especificitat de les tasques i les funcions descrites en el plec.
- La metodologia i pla de treball.
- Una calendarització viable del projecte.

El document constarà d'un màxim de 6 pàgines digitals numerades, interlineat simple, mida DIN-A4 i Arial 11. Sense incloure portada, índex i contraportada. No es valoraran les pàgines que superen aquesta extensió màxima.



Es valoraran les següents qüestions:

- 1) **Concreció i claredat** (fins a 10 punts). Es valorarà la concreció i claredat de la proposta presentada.

Justificació: l'objecte del contracte requereix un servei que implica treballar en diferents campanyes que conviuen i/o solapen en el temps. Per això, és important saber plantejar amb concreció i claredat la proposta organitzativa.

Per una proposta excel·lent: fins a 10 punts
Per una proposta bona: fins a 5 punts
Per una proposta acceptable: fins a 2,5 punts
Per una proposta insuficient: 0 punt

Es considerarà insuficient el projecte que no desenvolupi una proposta entenedora, ordenada, viable, estructurada i coherent per a la realització del servei. Serà acceptable la qualitat del projecte que se cenneixi als requeriments sol·licitats, és a dir, una proposta entenedora, ordenada, viable, estructurada i coherent i, a més, contextualitzada a la realitat dels calendaris dels programes i que no contingui informació supèrflua o innecessària. La proposta serà bona si el projecte, a més d'acomplir la condició anterior, és capaç de reflectir de manera ordenada un adequat coneixement del servei (segons els continguts exposats al plec tècnic), tot plantejant mecanismes de resolució de situacions no previstes i de prevenció d'incidències. Finalment, serà excel·lent la proposta que, a més d'acomplir les condicions anteriors, presenti elements concrets de millora que augmentin l'eficàcia i l'eficiència del servei.

- 2) **Calendarització** (fins a 15 punts). Es valorarà la distribució de tasques a desenvolupar, de manera que aquesta sigui coherent amb el desenvolupament i la temporalitat dels diferents programes i els seus moments comunicatius.

Justificació: una bona planificació del què, el com i el quan, amb visió conjunta realista i eficient de calendaris, és fonamental per tal de treballar amb els tempos adequats i entregar a temps els encàrrecs.

Per una proposta excel·lent: fins a 15 punts
Per una proposta bona: fins a 5 punts
Per una proposta acceptable: fins a 2,5 punts
Per una proposta insuficient: 0 punts

Es considerarà insuficient el projecte que no presenti una proposta de calendari per a la realització del servei. La proposta es considerarà acceptable si conté un calendari plantejat de manera clara, ordenada, viable, planificada i coherent per a la realització del servei. La proposta serà bona si el projecte, a més d'acomplir la condició anterior, és capaç de reflectir un adequat coneixement del servei, tot plantejant alternatives de planificació que s'avancin a la prevenció d'incidències. Finalment, serà excel·lent la qualitat del projecte que, a més d'acomplir les dues condicions anteriors, presenti elements innovadors que augmentin l'eficàcia i l'eficiència del servei i assegurin l'acompliment del calendari pactat.



- 3) **Valor afegit** (fins a 15 punts). Es valorarà el valor afegit de la proposta i les aportacions que pugui fer el licitador per millorar els materials comunicatius dels programes.

Justificació: la diversitat en els programes, la gran quantitat d'equipaments participants i les diferents realitats dels barris on hem d'arribar fan que sigui clau l'aportació de solucions gràfiques que sumen i faciliten la comunicació.

Per una proposta excel·lent: fins a 15 punts
Per una proposta bona: fins a 5 punts
Per una proposta acceptable: fins a 2,5 punts
Per una proposta insuficient: 0 punts

Es considerarà insuficient la proposta d'un projecte que no presenti cap element d'innovació per a la realització del servei. Serà acceptable la proposta d'un projecte que presenti un element d'innovació vinculat a les necessitats dels centres cívics. Serà bona la proposta d'un projecte que, a banda de complir la condició anterior, presenti alguna innovació en el servei que millori la difusió dels projectes objecte d'aquest plec. Finalment, serà excel·lent la proposta del projecte que, a més de complir les condicions anteriors, presenti diversos elements d'innovació vinculats a les necessitats dels centres cívics i que aportin un valor afegit en el disseny global dels materials de comunicació de la Xarxa de Centres Cívics de Barcelona.



VALORACIÓ DE PROPOSTES

1) Concreció i claredat (fins a 10 punts).

Es valorarà la concreció i claredat de la proposta presentada.

Justificació: l'objecte del contracte requereix un servei que implica treballar en diferents campanyes que conviuen i/o solapen en el temps. Per això, és important saber plantejar amb concreció i claredat la proposta organitzativa.

Valoració ANNA LÓPEZ LINARES

En relació a la concreció i claredat (fins a 10 punts), la proposta concreta de forma clara i sistemàtica, les diferents tasques requerides per al correcte desenvolupament d'aquests serveis. És coherent amb el cicle anual de cada programa en xarxa i amb els moments comunicatius dels diferents programes objecte d'aquest plec.

La concreció i claredat a nivell de continguts és alta i l'organització és sistemàtica i ajustada a les diverses situacions i fases dels programes, alhora que aporta millores concretes i realistes (expositors comuns, senyalització personalitzada) pels centres participants.

L'organització de continguts és molt clara i visual, amb apartats numerats, paginació i un símbol de millora contínua, allà on s'escau.

Puntuació: 10

Valoració CHARLES PUBLICITAT, S.L.

En relació a la concreció i claredat (fins a 10 punts), la proposta -paginada- recull de forma ordenada les diferents tasques requerides per al desenvolupament d'aquests serveis. Les enumera i explica amb prou detall i de forma entenedora la metodologia proposada.

La concreció i claredat a nivell de continguts és alta i l'organització és sistemàtica i presenta elements de millora per augmentar l'eficàcia i l'eficiència del servei.

Puntuació: 10 punts



Valoració DIGIRED.NET MULTIMEDIA S.L.

En relació a la concreció i claredat (fins a 10 punts), la proposta de Digired.net Multimedia S.L. concreta de forma molt escueta i poc sistematitzada les diferents tasques requerides per al correcte desenvolupament d'aquests serveis.

De les 6 possibles pàgines, se'n fan servir 4, de les quals la primera està referida a la solvència econòmica i financera, que no forma part del que es demana a la proposta tècnica. Tanmateix, el document no està paginat, tal i com es demanava.

A més, la proposta no està adaptada al context concret dels diversos programes de la Xarxa de Centres Cívics objectes del plec i no té en consideració les diferents temporalitats i singularitats, pel seu plantejament.

Puntuació: 0 punts

Valoració LA GRAFICA CREATIVE EXPERIENCE, S.L.

En relació a la concreció i claredat (fins a 10 punts) la proposta presentada ocupa 11 pàgines, de les quals 5 no són avaluades, per excedir la llargada màxima permesa de 6 pàgines. A més, el document no està numerat.

Així, en les pàgines avaluades, la proposta no concreta tots les aspectes que es demanen en l'enunciat. Planteja una metodologia, una organització d'equip i recursos detallats i ordenats. Però queden fora de l'avaluació aspectes claus.

La concreció i claredat a nivell de continguts és correcta però insuficient i no està acotada les 6 pàgines permeses.

Puntuació: 2,5 punts

Valoració TEMAS DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA S.A.

En relació a la concreció i claredat (fins a 10 punts), la proposta és entenedora i ordenada, alhora que bàsica, ja que no demostra un coneixement del servei suficient en tant que no té en compte les temporalitats dels programes i no demostra coneixement de la realitat de funcionament de la Xarxa de Centres Cívics que es recull al PPT. Per exemple, parla de l'Escena tardor com una edició que repeteix materials respecte a la de primavera, quan la realitat és que es tornen a fer de nou tots.

En quant a l'estructura, de les 6 pàgines permeses, 3 estan dedicades a una millora en concret (una de text explicatiu i dues amb captures de pantalla), lo que representa la meitat de la proposta per una sola millora.

En general, la proposta és genèrica i no té en consideració l'especificitat del servei objecte de la licitació.



Puntuació: 2,5 punts

2) Calendarització (fins a 15 punts).

Es valorarà la distribució de tasques a desenvolupar, de manera que aquesta sigui coherent amb el desenvolupament i la temporalitat dels diferents programes i els seus moments comunicatius.

Justificació: una bona planificació del què, el com i el quan, amb visió conjunta realista i eficient de calendaris, és fonamental per tal de treballar amb els tempos adequats i entregar a temps els encàrrecs.

Valoració ANNA LÓPEZ LINARES

En relació a la calendarització (fins a 15 punts), la proposta inclou una bona planificació, clara, concreta i sistemàtica de les tasques a realitzar. S'aporta una calendarització detallada i anual, que s'ajusta a les necessitats reals de la Xarxa de Centres Cívics i els programes en xarxa. Aquesta, està plantejada en base a un calendari mensual i inclou les principals fases de cada període i per cada programa.

La temporalització dels programes dins del calendari és realista en totes les seves etapes, tant en el seu desenvolupament com en la previsió d'adaptacions de materials.

A més, integra de manera coherent els diferents programes i els seus tempos.

Aquest plantejament facilita veure en paral·lel les diferents càrregues de feina en cada moment de l'any i a quina fase de cada programa corresponen, amb lo que és facilitador per poder planificar les tasques coincidents en el temps i tindre una millor eficàcia i eficiència.

També es valora positivament que inclogui de manera permanent l'evaluació a l'acabar cada campanya, com una fase més de les tasques.

Puntuació: 15 punts

Valoració CHARLES PUBLICITAT, S.L.

En relació a la calendarització (fins a 15 punts), la proposta inclou un calendari detallat endreçat per de manera mensual i per programes. En la seva lectura general, és entenedor i prou específic. Aquest és el seu punt fort.

Al igual que tota la proposta tècnica, té un punt feble en l'aterratge en la realitat dels programes de la Xarxa de Centres Cívics.



Al revisar la planificació per programes, hi ha inexactituds i incoherències:

Argumenta: als mesos de novembre i desembre (2025) situa la proposta i preparació i producció de materials quan, la realitat és que el programa ja està en marxa i està tota la campanya al carrer. Pareix que situa al gener 2026 l'inici de l'Argumenta (que està en marxa des de novembre del 2025)

Escena: Situa en un sol mes (gener) la producció de totes les adaptacions per l'edició de tardor que comence a principis de febrer. Això és inviable per dos motius: la campanya està al carrer la tercera setmana de gener i també hi ha els festius del Nadal que redueixen els dies laborables. Està mal dimensionat el volum de feina que genera l'Escena (que no es pot fer en 3-4 setmanes) i està mal col·locat al calendari: les tasques caldria situar-les al desembre de l'any anterior, en solapament amb l'edició de tardor de l'Escena.

Inscripcions: No s'acaba d'entendre la planificació. Són 4 onades de setembre a juny. Pareix que l'onada d'estiu i tardor estan juntes i no està prevista la producció dels materials de tardor (que són diferents dels de l'estiu). Realment, l'onada de tardor, en ser la primera i la que estrene creativitat, és la que necessita més dedicació i té més peces.

A més, al novembre i desembre del 2025 no apareix reflectida la campanya d'inscripcions en curs.

Aquests desajustos fan que la planificació sigui inexacta i la previsió feta no sigui vàlida i realista i no es pugui avaluar de una manera satisfactòria, en tots els seu moments.

Puntuació: 2,5 punts

Valoració DIGIRED.NET MULTIMEDIA S.L.

En relació a la calendarització (fins a 15 punts), la proposta no inclou un calendari com a tal i fa una enumeració escueta, poc detallada, poc entenedora i sense una temporització dels diferents programes.

Puntuació: 0 punts

Valoració LA GRAFICA CREATIVE EXPERIENCE, S.L.

En relació a la calendarització (fins a 15 punts), la proposta reproduïx el calendari de percentatges de dedicació de jornada que es recull al PPT, però no fa una previsió de tasques temporals que permeti veure els solapaments i en quines tasques hi ha en cada moment.

Puntuació: 0 punts



Valoració TEMAS DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA S.A.

En relació a la calendarització (fins a 15 punts), la proposta inclou una planificació genèrica per número de dies dedicats a cada tasca que no està plasmada en un calendari on poder visualitzar les tasques de cada programa i la seva representació al llarg del temps, per veure solapaments i tipus de tasca.

Aquest llistat de dies tampoc permet veure quina previsió de dedicatòria de dies fan per cada programa i estandaritza la dedicació de temps, sense importar les tasques en paral·lel o les singularitats de cada programa.

Puntuació: 0 punts

3) Valor afegit (fins a 15 punts).

Es valorarà el valor afegir de la proposta i les aportacions que pugui fer el licitador per millorar les prestacions comunicatives dels programes Justificació: el programa està participat per multitud d'agents (mediadors, docents, alumnat, artistes, etc) , cosa que dota de complexitat i, alhora, de moltes possibilitats comunicatives. Per això és important una proposta tècnica que incorpori novetats que garanteixin l'excel·lència.

Valoració ANNA LÓPEZ LINARES

En relació al valor afegit (fins a 15 punts) la proposta fa esment de manera específica a diferents millores afegides, totes elles realistes i factibles en la seva execució que aporten un plus a la proposta.

S'identifiquen clarament aquest punts que aporten valor afegit:

- Fer un estudi per arribar als diferents públics per edats i barris, a través d'una enquesta.
- Reunió amb els equipaments (amb participació rotatòria) per avaluar la utilitat i funcionament dels diferents materials.
- Persones de l'equip especialistes en continguts digitals de XXSS, Web i màrqueting digital.
- Proves en paper de les peces a imprimir.
- Proposta de personalització de materials de senyalística, amb exemples concrets i aterrats a alguns centres cívics reals.

Les propostes demostren coneixement de les necessitats dels centres cívics, una orientació a l'eficiència i incorporen als centres cívics com a un agent a escoltar. Així, aporten valor afegit en el disseny global dels materials de comunicació de la Xarxa.



Puntuació: 15 punts

Valoració CHARLES PUBLICITAT, S.L..

En relació al valor afegit (fins a 15 punts) dins la proposta s'han identificat aquestes millores: una persona experta en accessibilitat, parla d'elements alternatius de comunicació per estalviar temps (però no posa cap exemple) i alternatives de planificació davant possibles incidències: tindre peces de recanvi (no s'acabe d'entendre si és a nivell de disseny o també de producció, que no és objecte d'aquest plec i que caldria veure la seva viabilitat i sostenibilitat). Així, es troben a faltar propostes de millores gràfiques.

Amb tot es valoren positivament aquestes millores, tot i que els hi falta concreció i vincle amb les necessitats reals dels centres i la comunicació en els barris, i aterrar-les tenint en compte alguna singularitat de la Xarxa de Centres Cívics exposada en el PPT.

Puntuació: 5 punts

Valoració DIGIRED.NET MULTIMEDIA S.L.

En relació al valor afegit (fins a 10 punts) la proposta presenta diferents millores afegides que aporten valor, especialment en temes d'accessibilitat i implementació de plantilles. Amb tot, es troba a faltar major concreció en les propostes i un enfoc pensat cap a equipaments culturals de proximitat.

Puntuació: 5 punts

Valoració LA GRAFICA CREATIVE EXPERIENCE, S.L.

En relació al valor afegit (fins a 15 punts) les propostes que presenta queden fora de les 6 pàgines avaluables.

Puntuació: 0 punts

Valoració TEMAS DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA S.A.

En relació al valor afegit (fins a 15 punts) la proposta presenta un element significatiu de millora: una plataforma digital de gestió dels fluxos de feina i seguiment dels projectes. La meitat de la proposta tècnica està dedicada a explicar aquesta millora.

Es valora positivament aquest gestor de seguiment de projectes, com a millora tecnològica. Es troba a faltar, en la línia genèrica de la proposta, alguna millora pensada



amb mirada de proximitat i alineada amb les necessitats dels programes de la Xarxa de Centres Cívics.

Puntuació: 5 punts

QUADRE RESUM DE LA PUNTUACIÓ

Empresa	Criteri 1	Criteri 2	Criteri 3	TOTAL
Anna López Linares	10	15	15	40
Charles Publicitat S.L..	10	2.5	5	17.5
Diriged.net Multimedia S.L.	0	0	5	5
La Gràfica Creative Experience S.L.	2,5	0	0	2,5
Temas de comunicación Publicitaria S.A.	2.5	0	5	7.5