

Informe relatiu a la contractació del servei d'assistència tècnica per a la gestió i redacció de continguts i manteniment dels canals de comunicació digitals del Departament de Comunicació d'Economia i Recursos**Sobre B****(Criteris judici valor – fins a 40 punts)**

Contracte	001_25002993
Objecte	Servei d'assistència tècnica per a la gestió i redacció de continguts i manteniment dels canals de comunicació digitals del Departament de Comunicació d'Economia i Recursos

VALORACIÓ DELS CRITERIS DE JUDICI DE VALOR**RECEPCIÓ D'OFERTES**

S'han rebut ofertes de les següents empreses, que es procediran a valorar:

ALPINISTA SAMURAI, SL	B65698912
BASE TECHNOLOGY INFORMATION SERVICES, SLU (BASETIS)	B65208183
L'APÒSTROF, SCCL	F61292181

RESUM CRITERIS ADJUDICACIÓ AVALUABLES MITJANÇANT JUDICI DE VALOR

Segons es detalla a la clàusula 10 del Plec de clàusules administratives, d'acord amb la Instrucció de l'Ajuntament de Barcelona de 8 de març de 2018, d'aplicació de la LCSP, publicada en la Gasetta del dia 9, la ponderació màxima dels criteris d'adjudicació a partir d'un judici de valor no supera els 40 punts. La puntuació màxima serà de 40 punts.

La valoració dels criteris sotmesos a judici de valor s'ha fet en base a l'execució de la proposta de materials previst al PCAP, ja que s'ha considerat que aquesta és la millor manera d'obtenir el material necessari per efectuar la valoració qualitativa.

Les empreses han dut a terme un exercici que consistia en l'elaboració d'una proposta de materials.

En base al contingut de la proposta de materials, conforme al previst al PCAP;

1. Proposta de materials, fins **40 punts**

Els criteris sotmesos a judici de valor estan enfocats a valorar la part del servei que correspon a la capacitat d'elaboració de peces comunicatives, com poden ser posts d'Instagram o LinkedIn o la redacció de notícies relacionades amb la temàtica econòmica. En aquest sentit, és necessària l'aplicació de judicis de valor, pel qual s'avaluaran unes mostres de les tasques de redacció de continguts que s'adaptin a l'encàrrec, més enllà del preu i les millores tècniques.

La valoració d'aquests criteris es farà en base al desenvolupament de diferents peces de comunicació, que prenguin com a base informació exposada en una nota de premsa redactada pel servei de premsa de l'Ajuntament de Barcelona i el context informatiu de dos estudis elaborats a l'Àrea d'Economia i Recursos.

Les premisses per a l'elaboració del projecte seran les següents:

El servei de premsa de l'Ajuntament de Barcelona publica una [nota de premsa](#) sobre les dades d'un estudi de la ICCA (Associació Internacional de Congressos i Convencions), que situa Barcelona com a una de les millors ciutats del món en l'organització de congressos. Des del Departament de Comunicació d'Economia i Recursos es creu que aquesta informació és d'important rellevància per a la ciutadania. A més, es tracta d'una informació que també interpel·la a sectors econòmics com els comerciants i empresaris locals, líders d'opinió i decisors en empreses o agents econòmics locals (Fira de Barcelona, Cambra de Comerç de Barcelona, PIMEC, Foment del Treball, Generalitat de Catalunya, AMB, Diputació de Barcelona, associacions empresarials,...). Cal tenir en compte que tota aquesta informació també té un potencial internacional i el públic objectiu es podria ampliar a empreses i agències internacionals amb projectes a la ciutat o potencials visitants de fires internacionals.

Per donar context i elaborar un discurs més acurat, es poden detallar algunes dades que apareixen a dues publicacions de l'Ajuntament de Barcelona:

- Barcelona en xifres 2024:
https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/bitstream/11703/139505/1/Data_sheet_CAT_webREV.pdf
- Observatori Barcelona – 2024:
https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/bitstream/11703/140717/1/Observatori%202024_CAT.pdf

La representació gràfica de la informació amb l'ús d'infografies, quadres o diagrames facilita la comprensió de les dades i estadístiques. Són eines útils per presentar informació complexa de manera senzilla i atractiva.

Per obtenir més informació sobre el context, els públics objectius o els objectius de comunicació, s'ha elaborat un briefing per a descriure amb més detall el caràcter de la prova (Annex 2).

La proposta consistirà la valoració de l'elaboració d'aquestes 4 peces:

- 1 notícia web, fins a 10 punts
- 1 post d'Instagram, fins a 10 punts
- 1 story d'Instagram, fins a 10 punts
- 1 post de LinkedIn, fins a 10 punts

La proposta s'haurà de presentar conforme a les graelles presentades a de l'Annex 3 en format **PDF** i conforme els formats, especificitats i limitacions indicades en l'Annex 3. No hi ha més limitacions que les indicades en el mateix (número de imatges, paraules, enllaços, etc.). Aquelles propostes que excedeixin de les limitacions indicades no es valoraran. No es preveu límit màxim de número de pàgines.

Els criteris que es tindran en compte per valorar aquest apartat són:

1.1. Elaboració d'una notícia per a la web InfoBarcelona, fins a 10 punts

Justificació: L'adequació de la notícia al contingut de la nota de premsa és clau perquè el missatge arribi correctament a la ciutadania. L'empresa licitadora ha de saber captar l'atenció del públic objectiu (o públics objectius) i crear l'impacte desitjat.

S'atorgarà la màxima puntuació a les propostes que transmetin la informació i la contextualitzin amb la documentació de referència. Es valorarà si la notícia està ben redactada, està enfocada al públic al qual s'adreça (el qual l'empresa licitadora ha de identificar correctament) i compleix els objectius de comunicació descrits al briefing. A més, també es tindrà en compte si la imatge o imatge que il·lustren la notícia s'adequen a la informació. També es valorarà l'ús adequat d'enllaços i la utilització d'etiquetes identificadores.

La puntuació es ponderarà de la següent manera:

- **Molt bé (10 punts):** s'atorgarà la màxima puntuació si la notícia està ben redactada, és a dir, el llenguatge és clar i entenedor. Si està enfocada als públics objectius idonis, incorpora els objectius de comunicació identificats al briefing, i si s'adequa la imatge al text. A més, s'han utilitzat enllaços adequats a la informació i les etiquetes identificadores tenen relació amb la temàtica de la notícia i ajuden a situar la informació dins el web InfoBarcelona.
- **Bé (5 punts):** s'atorgarà aquesta puntuació si la notícia està ben redactada, però, o bé no està totalment enfocada als públics objectius idonis o no incorpora tots els objectius de comunicació identificats al briefing o no s'adequa la imatge al text. Els enllaços no han estat útils (o no se n'han utilitzat) i/o les etiquetes no són identificatives (o no se n'han fet servir).
- **Insuficient (0 punts):** s'atorgarà l'esmentada puntuació si la notícia està mal redactada, està insuficientment enfocada als públics als quals s'hauria d'adreçar o incorpora insuficientment els objectius de comunicació identificats al briefing i la imatge no s'adequa al text. Els enllaços no han estat adequats (o no s'han utilitzat) i les etiquetes no són identificatives (o no se n'han fet servir).

Als efectes de valoració d'aquesta peça s'entendrà per:

Claredat: la proposta ha d'estar ben definida i ha de ser fàcil d'entendre. Ha de tenir una estructura lògica i la informació que hi aparegui ha de ser comprensible, utilitzant un llenguatge precís.

Adequada: les propostes han de demostrar el coneixement i la correcta aplicació del format dels diferents canals de comunicació, els quals l'empresa ha de conèixer.

Idoneïtat: la proposta ha de dirigir-se al/s públic/s adequat/s i apropiat/s per a cadascun dels canals de comunicació, els qual l'empresa licitadora ha de saber identificar segons el canal de comunicació objecte de la difusió.

D'acord amb allò esmentat, les puntuacions assolides per les empreses licitadores sobre la proposta de materials són les següents;

1. Notícia per a la web InfoBarcelona	Puntuació màxima 10 punts
ALPINISTA SAMURAI	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
La notícia presenta una redacció clara i entenedora, adequada al to requerit, i està correctament orientada als públics objectius. També integra de manera pertinent els objectius de comunicació definits al briefing i utilitza una imatge coherent amb el contingut. Els enllaços faciliten l'accés a informació rellevant —Barcelona en Xifres, Observatori de Barcelona i Barcelona Impulsa— i les etiquetes són pertinents i ajuden a situar la notícia dins del web InfoBarcelona. Tanmateix, es troben a faltar recursos que permetin presentar informació complexa de manera més senzilla i atractiva, com ara gràfics o diagrames que ajudin a reforçar els missatges clau. Igualment, hauria estat recomanable completar la proposta amb enllaços addicionals més enllà dels proporcionats al briefing, per ampliar el context i enriquir l'experiència informativa de la peça. Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 10.	
BASETIS	Puntuació que assoleix l'empresa: 10 punts
S'atorga la màxima puntuació a la proposta, ja que la notícia presenta una redacció clara, entenedora i adequada al to requerit. El contingut està correctament orientat als públics objectius i integra de manera pertinent els objectius de comunicació definits al briefing. La imatge escollida és coherent amb el text i reforça el missatge. A més, s'han utilitzat enllaços adequats i ben dirigits, que aporten context i informació rellevant. Les etiquetes aplicades són pertinents a la temàtica i faciliten la correcta classificació i localització de la notícia dins del web InfoBarcelona. Es valora molt, en aquesta proposta, la representació gràfica de la informació amb l'ús de gràfiques i estadístiques, que faciliten la comprensió de les dades de manera senzilla i atractiva. Per tot això, es proposa una puntuació de 10 punts sobre 10.	

L'APÒSTROF	Puntuació que assoleix l'empresa: 10 punts
La proposta rep la màxima puntuació, ja que la notícia està redactada amb un llenguatge clar i accessible, i s'ajusta al to comunicatiu requerit. El contingut s'adreça de manera adequada als públics objectius i incorpora de forma encertada els objectius de comunicació establerts en el briefing. La imatge seleccionada complementa el text i en reforça el missatge principal. Així mateix, els enllaços inclosos són pertinents i ben orientats, aportant informació de valor i facilitant el context necessari. Les etiquetes utilitzades són coherents amb la temàtica i contribueixen a una correcta classificació i ubicació de la notícia dins d'InfoBarcelona. Un aspecte especialment ben valorat de la proposta és la incorporació de representacions visuals, com infografies, que permeten transmetre dades i estadístiques de manera més clara, directa i atractiva per al lector. Per tot això, es proposa una puntuació de 10 punts sobre 10.	

2.2. Elaboració d'un post d'Instagram del compte de l'Ajuntament sobre la nota de premsa, fins a 10 punts

Justificació: Les xarxes socials permeten interacció amb els públics objectius i compartir la informació a través de la comunitat. És important que l'empresa licitadora sàpiga adequar la informació a la xarxa emprada, faci servir les eines que es posen a disposició dels usuaris i sigui conscient de la segmentació de cadascuna de les xarxes, en aquest cas Instagram.

L'adequació del post al contingut de la nota de premsa és clau perquè el missatge arribi correctament a la ciutadania. L'empresa licitadora ha de saber captar l'atenció del públic objectiu (o públics objectius) i crear l'impacte desitjat.

L'alineació del to del missatge és necessària per aconseguir respondre als objectius de comunicació del briefing, així com adreçar-se al públic objectiu plantejat. Els recursos gràfics innovadors aporten singularitat a la proposta i atorguen major repercussió mediàtica. També es valorarà l'ús adequat d'etiquetes identificatives, que tenen una importància clau en les xarxes socials.

La puntuació es ponderarà de la següent manera:

- **Molt bé (10 punts):** s'atorgarà la màxima puntuació a les propostes que transmetin els objectius de comunicació del briefing, s'adrecin als públics objectius de la xarxa social, el missatge sigui clar i exposi allò que es vol expressar. A més, la imatge o imatges gràfiques són innovadores i singulars. Igualment, les etiquetes identificatives remetent a informacions relacionades amb la temàtica del post.
- **Bé (5 punts):** s'atorgarà aquesta puntuació a les propostes que transmetin parcialment els objectius de comunicació del briefing, s'adrecin insuficientment als públics objectius. El missatge pot ser clar i aportar una idea comprensible pels diferents objectius, però els recursos gràfics no siguin especialment innovadors o

singulars. D'altra banda, l'ús d'etiquetes identificatives pot no haver estat adequat o inexistent.

- **Insuficient (0 punts):** s'atorgarà aquesta puntuació a les propostes que no transmetin els objectius de comunicació del briefing, i/o no s'adrecin al públics objectius, si la proposta aporta una idea que deixa espai a interpretació i/o dubtes i no inclou recursos gràfics creatius i/o innovadors. A més, l'ús d'etiquetes pot haver estat poc adequat, excessiu, insuficient o inexistent.

Als efectes de valoració d'aquesta peça s'entendrà per:

Claredat: la proposta ha d'estar ben definida i ha de ser fàcil d'entendre. Ha de tenir una estructura lògica i la informació que hi aparegui ha de ser comprensible, utilitzant un llenguatge precís.

Innovació: la proposta ha de introduir novetats i no copiar ni imitar vells recursos o recursos d'altri.

Singularitat: la proposta ha de distingir-se per alguna cosa inusitada.

D'acord amb allò esmentat, les puntuacions assolides per les empreses licitadores sobre la proposta de materials són les següents;

2. Post d'Instagram del compte de l'Ajuntament sobre la nota de premsa	Puntuació màxima 10 punts
ALPINISTA SAMURAI	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
La proposta s'ajusta només parcialment als objectius de comunicació establerts al briefing i no acaba d'adreçar-se de manera suficient als públics objectius. Tot i que el missatge és clar i transmet una idea comprensible, la peça no aprofita el potencial de la informació disponible per presentar-la de manera més atractiva o diferencial. En aquest sentit, es troben a faltar recursos visuals més innovadors —més enllà del format estàndard de fotografia i text— que haurien permès destacar dades i elements clau de forma més dinàmica i accessible. Igualment, la manca d'enllaços addicionals limita la possibilitat d'ampliar el context o oferir informació complementària rellevant. En conjunt, la proposta presenta alguns elements ben resolts, però no acaba d'explotar totes les possibilitats comunicatives ni visuals que el contingut permetia. Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 10.	
BASETIS	Puntuació que assoleix l'empresa: 10 punts
La proposta mereix la màxima puntuació, ja que transmet de manera clara i efectiva els objectius de comunicació establerts al briefing i s'adreça adequadament als públics objectius de la xarxa social. El missatge és directe, entenedor i exposa amb precisió la informació rellevant, destacant continguts pertinents per al tema tractat.	

L'elecció de les imatges és encertada, amb elements visuals adequats, innovadors i singulars que reforcen el missatge i aporten un valor afegit a la peça comunicativa.

Així mateix, les etiquetes utilitzades són coherents amb la temàtica del post i remeten correctament a informacions relacionades, contribuint a una òptima classificació i contextualització del contingut dins la plataforma.

En conjunt, la proposta està ben resolta i s'alinea plenament amb els criteris d'avaluació establerts.

Per tot això, es proposa una puntuació de 10 punts sobre 10.

L'APÒSTROF

**Puntuació que
assoleix l'empresa:
5 punts**

La proposta respon només en part als objectius de comunicació definits al briefing i no acaba d'arribar de manera plena als públics objectius. Si bé el missatge és clar i transmet la idea essencial, el contingut no treu prou profit de la informació disponible per presentar-la de forma més atractiva o distintiva.

En aquest marc, es constata la manca de recursos visuals més creatius o innovadors —més enllà del binomi fotografia + text— que haurien ajudat a ressaltar dades i aspectes rellevants de manera més efectiva i dinàmica. També es detecta l'absència d'enllaços addicionals que haurien pogut ampliar el context i enriquir la peça amb informació complementària.

Tot i que la proposta incorpora alguns elements correctes, no acaba d'explotar les possibilitats comunicatives i visuals que el contingut permetia.

Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 10.

2.3. Elaboració d'un story d'Instagram de l'Ajuntament de Barcelona sobre la nota de premsa, fins a 10 punts

Justificació: Les xarxes socials permeten interacció amb els públics objectius i compartir la informació a través de la comunitat. És important que l'empresa licitadora sàpiga adequar la informació a la xarxa emprada, faci servir les eines que es posen a disposició dels usuaris i sigui conscient de la segmentació de cadascuna de les xarxes, en aquest cas Instagram. Més concretament els stories, que encaixen amb un llenguatge més fresc i immediat.

L'adequació de l'story al contingut de la nota de premsa és clau perquè el missatge arribi correctament a la ciutadania. L'empresa licitadora ha de saber captar l'atenció del públic objectiu (o públics objectius) i crear l'impacte desitjat.

L'alineació del to del missatge és necessària per aconseguir respondre als objectius de comunicació del briefing, així com adreçar-se al públic objectiu plantejat. Els recursos gràfics innovadors aporten singularitat a la proposta i atorguen major repercussió mediàtica. També es valorarà l'enllaç a l'story a una adreça útil.

La puntuació es ponderarà de la següent manera:

- **Molt bé (10 punts):** s'atorgarà la màxima puntuació a la proposta que transmeti els objectius de comunicació del briefing, el to s'adeqüi als stories d'Instagram, el missatge encaixi amb els públics objectius de la xarxa, i la imatge aporti singularitat a la proposta. A més, l'adreça proposada és adequada per a la difusió de la informació.
- **Bé (5 punts):** s'atorgarà aquesta puntuació a les propostes que transmetin parcialment els objectius de comunicació del briefing, el to s'adeqüi parcialment als stories d'Instagram, s'adrexi parcialment al públic objectiu, i la imatge segueixi una línia gràfica que no s'adequa a la informació o la xarxa. A més, l'adreça proposada no és adequada per a la difusió de la informació o no se'n proposa cap.
- **Insuficient (0 punts):** s'atorgarà aquesta puntuació si la proposta no transmet els objectius de comunicació del briefing, el to no s'adequa suficientment als stories, i/o no s'adrexa al públic objectiu. A més, la imatge no aporta singularitat a la proposta i no s'han utilitzat enllaços o no són adequats.

Als efectes de valoració d'aquesta peça s'entendrà per:

Adequada: les propostes han de demostrar el coneixement i la correcta aplicació del format dels diferents canals de comunicació, els quals l'empresa ha de conèixer.

Singularitat: la proposta ha de distingir-se per alguna cosa inusitada.

D'acord amb allò esmentat, les puntuacions assolides per les empreses licitadores sobre la proposta de materials són les següents;

3. Story d'Instagram de l'Ajuntament de Barcelona sobre la nota de premsa	Puntuació màxima 10 punts
ALPINISTA SAMURAI	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
La proposta és correcta, ja que transmet de manera parcial els objectius de comunicació establerts al briefing i utilitza un to que s'ajusta al públic objectiu. Tot i això, la proposta podria millorar significativament aprofitant millor els recursos que ofereixen els stories, com ara elements visuals addicionals, icones, gràfics o crides a l'acció més destacades. Aquestes eines permetrien enriquir la informació i fer més atractiva la invitació a clicar cap a la notícia. En conjunt, la peça és correcta, però no acaba d'explotar tot el potencial comunicatiu que ofereix el format. Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 10.	
BASETIS	Puntuació que assoleix l'empresa: 10 punts

La proposta mereix la màxima puntuació, ja que transmet de manera clara i eficaç els objectius de comunicació establerts al briefing. El to emprat s'adequa perfectament al format dels stories d'Instagram i el missatge connecta amb naturalitat amb els públics objectius de la plataforma. La imatge utilitzada aporta singularitat i reforça la identitat visual de la peça, mentre que l'adreça proposada per a la difusió és adequada i coherent amb els continguts.

Un dels aspectes que més valorem és l'ús d'icones, que fa la informació més amena, accessible i atractiva, contribuint a una lectura més fluida dins d'un entorn tan visual com Instagram. Igualment, la crida a l'acció final —a l'última imatge— està resolta de manera especialment efectiva: és clara, visualment potent i convida de manera natural a clicar cap a la notícia.

En conjunt, una proposta ben estructurada, visualment encertada i plenament alineada amb els objectius comunicatius.

Per tot això, es proposa una puntuació de 10 punts sobre 10.

L'APÒSTROF	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
La proposta és correcta, ja que transmet només parcialment els objectius de comunicació definits al briefing i el to utilitzat s'ajusta de manera limitada al públic objectiu. No obstant això, la peça podria guanyar força si s'aprofitessin millor els recursos propis dels stories, com elements visuals addicionals, icones, gràfics o crides a l'acció més evidents. Aquestes eines ajudarien a enriquir la informació i a fer més atractiva la invitació a clicar cap a la notícia. En conjunt, la proposta és correcta, però no arriba a explotar tot el potencial comunicatiu que ofereix aquest format. Per aquests motius, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 10.	

2.4. Elaboració d'una publicació de LinkedIn de l'Ajuntament de Barcelona sobre la nota de premsa, fins a 10 punts

Justificació: Les xarxes socials permeten interacció amb els públics objectius i compartir la informació a través de la comunitat. És important que l'empresa licitadora sàpiga adequar la informació a la xarxa, faci servir les eines que es posen a disposició dels usuaris i sigui conscient de la segmentació de cadascuna de les xarxes, en aquest cas LinkedIn.

L'adequació del post al contingut de la nota de premsa és clau perquè el missatge arribi correctament a la ciutadania. L'empresa licitadora ha de saber captar l'atenció del públic objectiu (o públics objectius) crear l'impacte desitjat.

L'alineació del to del missatge és necessària per aconseguir respondre als objectius de comunicació del briefing, així com adreçar-se al públic objectiu plantejat. Els recursos **gràfics innovadors aporten singularitat a la proposta** i atorguen major repercussió mediàtica. També es valorarà l'ús adequat d'etiquetes identificatives, que tenen una importància clau en les xarxes socials i l'enllaç al post a una adreça útil.

La puntuació es ponderarà de la següent manera:

- **Molt bé (10 punts):** s'atorgarà la màxima puntuació a la proposta que transmeti els objectius de comunicació del briefing, s'adreça als públics objectius concrets de la xarxa LinkedIn, el missatge és clar i concentra allò que es vol expressar, i la imatge gràfica és innovadora i singular. A més, es detallen etiquetes identificatives adequades a la temàtica i enllaços clarificadors de la informació.
- **Bé (5 punts):** s'atorgarà l'esmentada puntuació si la proposta transmet parcialment els objectius de comunicació del briefing, s'adreça parcialment als públics objectius de la xarxa LinkedIn. El missatge és clar i aporta una idea comprensible pels diferents targets de públic i els recursos gràfics no són especialment innovadors o singulars. Pel que fa a les etiquetes poden ser no adequades i/o l'enllaç proposat no aporta res de nou a la informació.
- **Insuficient (0 punts):** s'atorgarà l'esmentada puntuació si la proposta no transmet els objectius de comunicació i/o no s'adreça o s'adreça insuficientment als públics objectius, si la proposta aporta una idea que deixa espai a interpretació i/o dubtes i no inclou recursos gràfics creatius i/o innovadors. A més, les etiquetes no són adequades, insuficients o excessives. No s'enllaça a cap altre informació o l'enllaç no aporta informació adequada.

Als efectes de valoració d'aquesta peça s'entendrà per:

Claredat: la proposta ha d'estar ben definida i ha de ser fàcil d'entendre. Ha de tenir una estructura lògica i la informació que hi aparegui ha de ser comprensible, utilitzant un llenguatge precís.

Innovació: la proposta ha de introduir novetats i no copiar ni imitar vells recursos o recursos d'altri.

Singularitat: la proposta ha de distingir-se per alguna cosa inusitada.

Adequada: les propostes han de demostrar el coneixement i la correcta aplicació del format dels diferents canals de comunicació, els quals l'empresa ha de conèixer.

D'acord amb allò esmentat, les puntuacions assolides per les empreses licitadores sobre la proposta de materials són les següents;

4. Publicació de LinkedIn de l'Ajuntament de Barcelona sobre la nota de premsa	Puntuació màxima 10 punts
ALPINISTA SAMURAI	Puntuació que assoleix l'empresa: 5 punts
La proposta transmet només parcialment els objectius de comunicació establerts al briefing i s'adreça de manera limitada als públics objectius de la xarxa LinkedIn. Tot i que el missatge és clar i comprensible pels diferents targets, els recursos gràfics no resulten especialment	

innovadors ni singulars. La presentació visual s'ha fet de manera gairebé idèntica al format pensat per Instagram, quan a LinkedIn seria més efectiu utilitzar un tipus de visuals diferent, més adaptat a la plataforma i al seu públic professional.

També es detecten alguns errors tipogràfics en el copy escrit, que resten poliment i professionalitat al contingut.

En conjunt, la proposta és correcta en termes de missatge, però no aprofita les oportunitats visuals i comunicatives específiques de LinkedIn i requereix ajustos tant en forma com en contingut.

Per tot això, es proposa una puntuació de 5 punts sobre 10.

BASETIS**Puntuació que
assoleix l'empresa:
10 punts**

La proposta mereix la màxima puntuació, ja que transmet de manera efectiva els objectius de comunicació definits al briefing i s'adreça amb precisió als públics objectius de la xarxa LinkedIn. El missatge és clar, directe i concentra exactament allò que es vol expressar, facilitant la comprensió per part del lector.

Es valora especialment l'haver creat una peça visual adaptada específicament a la xarxa, tot i utilitzar una infografia ja existent. La manera com s'ha integrat aquesta peça gràfica aporta singularitat i reforça el missatge, mostrant una bona adaptació del contingut a les característiques visuals de LinkedIn.

A més, les etiquetes aplicades són pertinents i ben identificatives de la temàtica, i els enllaços inclosos ajuden a clarificar i ampliar la informació, aportant valor afegit a la peça.

En conjunt, es tracta d'una proposta ben resolta, coherent amb els objectius de comunicació i amb un ús encertat dels recursos visuals per a la plataforma.

Per tot això, es proposa una puntuació de 10 punts sobre 10.

L'APÒSTROF**Puntuació que
assoleix l'empresa:
10 punts**

La proposta s'atorga la màxima puntuació perquè aconsegueix transmetre de manera clara i efectiva els objectius de comunicació establerts al briefing i s'adreça de manera precisa als públics objectius de LinkedIn. El missatge és directe, comprensible i concentra exactament la informació que es vol transmetre, facilitant la lectura i la comprensió.

Les etiquetes aplicades són pertinents i identificatives de la temàtica, mentre que els enllaços inclosos contribueixen a clarificar i ampliar la informació, oferint un valor afegit a la peça.

En conjunt, es tracta d'una proposta excel·lent, coherent amb els objectius de comunicació i amb un ús encertat dels recursos visuals per a la plataforma.

Per aquests motius, es proposa una puntuació de 10 punts sobre 10.

Un cop feta l'avaluació de criteris sotmesos a judici de valor del contracte que té per objecte la contractació del servei d'assistència tècnica per a la gestió i redacció de continguts i manteniment dels canals de comunicació digitals del Departament de Comunicació d'Economia i Recursos, el quadre resum de les puntuacions és el següent:

Empresa	CIF/NIF	Notícia	Post	Story	LinkedIn	TOTAL
		0-5-10	0-5-10	0-5-10	0-5-10	40
ALPINISTA SAMURAI, SL	B65698912	5	5	5	5	20
BASE TECHNOLOGY INFORMATION SERVICES, SLU (BASETIS)	B65208183	10	10	10	10	40
L'APÒSTROF, SCCL	F61292181	10	5	5	10	30