



INFORME DE VALORACIÓ D'OFERTES, PEL QUE FA ALS CRITERIS SUBJECTES A JUDICI DE VALOR, RELATIVES A LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE GESTIÓ DIGITAL I DE CONTINGUTS DEL FESTIVAL GREC 2023 N° D'EXPEDIENT C220003568 NUM. CONTRACTE 006/22003050

Segons es desprèn de la sessió de la Mesa d'obertura del Sobre B celebrat en data 9 de març de 2023 relatiu al procediment obert de referència, les empreses que s'han presentat a la present licitació, havent demostrat les seves condicions de capacitat i solvència mitjançant la documentació corresponent són les següents:

- Rut Sagrera Jiménez
- La Costa Estratègia & Comunicació SLU
- Hiloud Solutions SL

A. CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT CRITERIS SUBJECTES A JUDICI DE VALOR: fins a 40,00 Punts.

Fins a 40,00 punts per una proposta tècnica amb els detalls necessaris per a la realització del servei, amb descripció de la metodologia, materials, eines, personal aplicacions i temporalització. La proposta haurà de contemplar tant el període previ al festival (presentació, inici de campanya, inici de vendes...) com els mesos posteriors a la seva finalització, d'acord amb les característiques detallades al Plec de prescripcions tècniques.

A la proposta podrà aportar-se una mostra de treballs, projectes estratègics, captures de posts/publicacions o mostres fotogràfiques i de vídeos realitzats pels licitadors que estiguin relacionats amb l'objecte del contracte, il·lustratius de la metodologia i qualitat del treball.

Es valoraran les següents qüestions:

1. **Concreció** (Fins a 10 punts): Es valorarà la concreció de la proposta presentada i la seva adaptació a les necessitats comunicatives del festival.

L'objecte del contracte requereix un servei que es concreta en gran quantitat d'especificacions diverses, per aquest motiu és important valorar la concreció de la proposta presentada.

2. **Innovació i creativitat** (Fins a 10 punts): Es valorarà el caràcter innovador i creatiu de la proposta, tenint en compte les novetats del sector i les possibilitats que permeten les plataformes amb que es treballarà.

Els serveis que es requereixen formen part d'un sector en constant renovació i actualització, que exigeix un exercici de creativitat en el seu desenvolupament, per aquest motiu és important que la proposta tècnica tingui present aquest aspecte en tots els seus apartats.



3. **Calendarització** (Fins a 10 punts): Es valorarà el coneixement dels timings de la campanya del festival i, per tant, una bona planificació i aplicació de l'estratègia digital.

El Grec és un dels més grans esdeveniments de la ciutat i té una campanya que es desplega en diferents fases i moments comunicatius, fet que fa que la seva gestió digital i de continguts requereixi d'una bona planificació.

4. **Valor afegit** (Fins a 10 punts): Es valorarà el valor afegit de la proposta i les aportacions que pugui fer el licitador per millorar les prestacions comunicatives del festival.

La campanya de comunicació digital del Grec és complexa i està en continua actualització. Per això és important que la proposta tècnica incorpori novetats que en garanteixin l'excel·lència i que facilitin els processos o l'eficiència en el seu desplegament.

Els 10,00 punts de cada qüestió seran per a les ofertes que les resolguin de forma adient pel que fa al seu contingut i descriguin de manera adequada, precisa, clara, sistemàtica i organitzada cadascun dels aspectes objecte d'avaluació; 5,00 punts per aquelles que descriguin de forma correcta però bàsica o massa esquemàtica els aspectes objectes d'avaluació; 0,00 punts per aquelles en les quals no es consideri adequat l'enfocament, el contingut i/o continguin alguna carència que demostrï desconeixement o manca d'experiència en les tasques que es plantegen.

El document constarà d'un màxim de 30 pàgines, tamany DIN-A4, arial 11, incloent-hi les imatges proposades. No es valoraran les pàgines que superin aquesta extensió màxima.

Valoració criteri

Rut Sagrera Jiménez
La Costa Estratègia & Comunicació SLU
Hiloud Solutions SL

Rut Sagrera Jiménez ha presentat una proposta que ve acompanyada de treballs previs per il·lustrar els seus coneixements. En el seu document es proposen accions per a públic jove, com obrir un canal de Tik Tok o treballar amb influencers, però no té en compte els altres públics del festival. Pel que fa a noves propostes suggereix un augment del número de posts i reels, així com aspectes de disseny com un replantejament de la gràfica del feed d'Instagram o de les seves publicacions per identificar millor els continguts. El calendari que proposa no té accions concretes durant els mesos d'abril, maig, juny que són els més forts i els pròpiament de campanya. És una proposta poc ajustada i limitada que no té en compte la totalitat de les necessitats comunicatives digitals del festival i que no aporta cap valor afegit.

La Costa Estratègia & Comunicació SLU presenta una proposta molt completa que té en compte totes les necessitats presentades al PPT i s'acompanya de treballs previs per il·lustrar els seus coneixements. Es tracta d'un document en que es concreten amb tota mena de detall el missatge, els objectius, els continguts, accions i canals d'un



projecte digital molt acurat i adaptat a les necessitats comunicatives del festival. Es demostra un bon coneixement del sector, un estudi de les particularitats de la campanya, així com de les dinàmiques de venda, de l'envergadura i abast del festival. La proposta inclou una relació d'accions innovadores i creatives que tenen en compte les novetats del sector. Des de la idea de crear video-pòdcasts a les Grec Talks o fins i tot una presentació del festival a Twitch. Es reconeix un coneixement també dels diversos públics del Grec. Pel que fa a la calendarització, té en compte totes les fases del festival, no només el fet que el festival es presenta amb tants mesos d'antelació, fet que fa necessàries diverses accions per generar venda, si no també el manteniment dels perfils durant l'any amb continguts centrats en les coproduccions del festival o la resta de projectes d'arts escèniques de l'Institut de Cultura. Finalment, inclou també un seguit de propostes de millora que aporten valor afegit al document.

Hiloud Solutions SL ha presentat una proposta tècnica que és molt concreta en metodologia i organització però que s'acompanya de pocs treballs previs per i·lustrar-la. Es demostren coneixements profunds de les eines de gestió i monitorització de les xarxes socials. Presenta un calendari dividit per fases, que té en compte els diferents moments comunicatius del festival, però a l'hora de plantejar accions per a cada fase no té en compte les particularitats del sector de les arts escèniques així com els diferents tipus de públics als que ens adrecem. Tampoc el fet que les xarxes del Grec han de ser prescriptores de les activitats d'altres programes d'arts escèniques de l'Institut de Cultura. La majoria d'idees que aporta la proposta són accions que ja es duen a terme, les úniques innovacions importants que contempla estan destinades a públic jove, com l'obertura del canal de Tik Tok o el treball amb influencers. Altres propostes que fa tenen a veure amb insercions publicitàries digitals que escapen del pressupost plantejat al present concurs. Finalment, en un apartat dedicat al valor afegit, es proposen l'escolta activa i l'accessibilitat en la gestió de les xarxes, que són aspectes que ja és tenen en compte actualment.

QUADRE RESUM DE LA PUNTUACIÓ

Empresa	C1	C2	C3	C4	TOTAL
Rut Sagrera Jiménez	5	5	0	0	10
La Costa Estratègia & Comunicació SLU	10	10	10	10	40
Hiloud Solutions SL	10	5	5	0	20