



INFORME DE VALORACIÓ D'OFERTES, PEL QUE FA ALS CRITERIS SUBJECTES A JUDICI DE VALOR, RELATIVES A LA CONTRACTACIÓ SERVEI DE CREACIÓ DE NOTÍCIES I EL MANTENIMENT DELS CONTINGUTS DEL WEB DE BARCELONA CULTURA AIXÍ COM LA CREACIÓ D'UNA ESTRATÈGIA I LA GESTIÓ DE LES SEVES XARXES SOCIALS (CONTRACTE 22003262)

Segons es desprèn de la sessió de la Mesa d'obertura del Sobre B celebrat en data 30 de març de 2023 relatiu al procediment obert de referència, les empreses que s'han presentat a aquesta licitació, havent demostrat les seves condicions de capacitat i solvència mitjançant la documentació corresponent, són les següents:

- LA3CULTURAL DIGITAL STUDIO SL, amb **NIF:** B67377028
- ZINET MEDIA GLOBAL SL, amb **NIF:** B28481877
- MEDIAPRODUCCIÓN, S.L. , amb **NIF:** B60188752

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 des del procés de creació d'una notícia fins a l'aplicació del calendari editorial de notícies en un altre que afecti a les diferents XXSS recollint aspectes com

- La coordinació dels diferents calendaris (el de notícies pròpies, el de les d'altres webs ICUB, el dels agents externs...) fins a la creació d'un calendari comú
- Les tasques necessàries per a l'elaboració d'un calendari prescriptor de l'ecosistema cultural barceloní
- La recerca de materials per a la creació de la notícia
- La calendarització de les notícies en les diferents xarxes socials
- La proposta de grafismes i reels que es crearien per acompanyar les accions a les xarxes
- La proposta de directes
- La selecció de notícies per al butlletí setmanal
- Les accions per dinamitzar el butlletí i guanyar seguidors

Es valoraran les següents qüestions:

1. Concreció (Fins a 8 punts): Es valorarà la concreció de la proposta presentada i la seva adaptació a les necessitats comunicatives de Barcelona Cultura.

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. Calendarització (Fins a 8 punts): Es valorarà el coneixement dels timings de les diferents webs de l'ecosistema ICUB, del departament de Premsa de la institució i dels agents externs. La proposta del licitador tindrà que especificar quina serà la coordinació de tots aquests elements per assolir els objectius comunicatius proposats.

La web i les xarxes socials de Barcelona Cultura són la principal eina de



comunicació digital de l'Institut de Cultura i s'han de treballar diferents moments comunicatius i una planificació molt acurada.

3. Aportació de solucions per a comunicar les notícies del web a les diferents xarxes. Aportació de propostes que vagin més enllà del missatge textual informatiu acompanyat d'una imatge de recurs o de l'esdeveniment. (Fins a 8 punts)
Les xarxes socials evolucionen ràpidament i per tal que les xarxes de Barcelona Cultura siguin resolutives han d'estar en constant recerca de nous relats.

4. Creació de materials visuals (Fins a 8 punts): ja sigui creació d'imatges per aconseguir un relat visual de les notícies o propostes de reels.
Els ciutadans cada cop estan més avesats a consumir relats gràfics que textuais, per això és important que les xarxes de Barcelona Cultura construeixin el seu relat a partir de l'edició de missatges i la creació de petites càpsules de vídeo.

5. Valor afegit (Fins a 8 punts): Es valorarà el valor afegit de la proposta i les aportacions que pugui fer el licitador per millorar les prestacions comunicatives de Barcelona Cultura. No es valoraran aquelles que sigui redundants o anecdòtiques.

La campanya de comunicació de Barcelona Cultura és complexa i està en continua actualització, per això és important que la proposta tècnica incorpori novetats per garantir l'excel·lència.

Els 8 punts de cada apartat seran per a les ofertes que es resolguin de forma adient pel que fa el seu contingut i descriguin de manera adequada, precisa, clara sistemàtica i organitzada cadascun dels aspectes objecte d'avaluació; 4 punts per a aquelles que descriguin de forma correcta però bàsica o massa esquemàtica els aspectes objecte d'avaluació; i 0 punts per a 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 15 pàgines, tamany DIN-A4, arial 11, incloent-hi tots els materials proposats. Les pàgines que excedeixin de la l'extensió aquí fixada no seran valorades.

Valoració criteri

- LA3CULTURAL DIGITAL STUDIO SL
- ZINET MEDIA GLOBAL SL
- MEDIAPRODUCCIÓN S.L.

LA3CULTURAL DIGITAL STUDIO SL ha presentat una proposta de 15 pàgines, perfectament organitzada i estructurada i que dona resposta a totes les qüestions plantejades en la proposta tècnica. La proposició presentada està personalitzada per al client i fuig tant de les generalitzacions com de fer referència a qüestions que no es demanen. La forma en que planteja el tractament a notícies i xarxes diferencia entre propostes pròpies de l'ICUB (festivals, programes, campanyes) i les proposades per la resta d'agents de la ciutat i ofereix per a elles tractaments diferenciats.



La proposta fa una descripció exhaustiva de l'equip (que, a més, amplia en quantitat), de les metodologies, dels calendaris i processos de treball, de les eines de coordinació que s'utilitzaran i de les formes en que treballarà les notícies i les aplicarà a les xarxes socials. Té en compte tant l'elaboració del butlletí (peça clau per fixar la resta de calendaris) com els processos que seguirà per actualitzar la resta de webs associades al portal de Barcelona Cultura i que també són objecte d'aquest plec.

El document preveu retransmissions i seguiments en directe a través de les diferents xarxes, així com la creació (determina formats i objectius) de reels i grafismes.

Entre les propostes de valor afegit que especifica consten;

- ampliar l'equip demanat a la licitació amb un tercer community especialista en transmissions en directe. A més fa constar que l'equip comptarà amb traductors i correctors i que inclou també una persona especialitzada en campanyes publicitàries
- proposa la creació d'un banc d'influencers que estarà contínuament actualitzat
- proposa la creació de carpetes i documents compartits per a la gestió i coordinació de materials entre l'empresa i el departament de comunicació
- aporta solucions per augmentar la subscripció i l'obertura de butlletins com poden ser inserció d'un botó per compartir-lo, un vídeo per acompanyar la notícia principal, segmentació del públic receptor dels butlletins per fer informacions personalitzades
- proposa la creació de grups de Telegram per al seguiment i control de l'execució del servei

En resum, la proposta presentada per La3Cultural està ajustada al que es demana en l'enunciat, és concreta, està pensada per a Barcelona Cultura i aporta una metodologia de treball extremadament exhaustiva, fa propostes amb valor afegit molt interessants i treballa correctament la creació de materials visuals i la solució per traslladar les notícies a les xarxes.

ZINET MEDIA GLOBAL SL La proposta presentada és de 16 pàgines. La manera de presentar la informació no resulta clara ni concisa i la proposta fa més èmfasi en estratègia (una qüestió que no era objecte de la proposta demanada) que en metodologia, que era el motiu al qual havia de cenyir-se. D'igual manera fem constar que la major part de la proposta presentada podria servir tant per a Barcelona Cultura com per a qualsevol altre.

Entre les propostes de valor afegit destaca la creació de més notícies de les demanades (fins a 250), la realització de fins 25 retransmissions en directes (no explica com ni per a quins supòsits) i la creació de podcast a partir de les converses a xarxes socials, però no especifica quines són aquestes. D'igual manera parla de la creació de vídeos però no els explica, ni amb quins formats ni amb quins recursos més enllà de dir que a 'petició del client'. També proposa treballar amb influencers i dona noms de persones amb trajectòries consolidades en els seus sectors (Bruno Oro, Judit Nedermann...). però no queda clar si el licitador té contactes amb aquestes persones i aquestes estan disposades a prestar el servei (no especifica cap remuneració i



aquesta sol ser habitual en aquests casos) o si són noms donats a l'atzar, amb qui no s'ha mantingut contactes ni se sap si estarien disposats

Destaca també que no explica com coordinarà calendaris ni els diferents agents implicats en la seva confecció i que en la calendarització de l'activitat no té present la necessària confecció del butlletí, un dels pilars comunicatius de l'entorn digital de Barcelona Cultura.

D'igual manera en cap moment el licitador té present la doble feina que es fa des de l'entorn digital de Barcelona Cultura, que no només és prescriptor cultural de la ciutat sinó que també ha de ser la principal font d'informació dels festivals i programes organitzats des de l'ICUB. Aquest doble objectiu hauria d'haver quedat reflectit en fonts, calendaris, tractaments de les notícies i el seu plantejament a les xarxes.

MEDIAPRODUCCIÓN, S.L. El projecte presentat és de 17 pàgines. El document presentat és concís, està ben estructurat i ben explicat; però està mancat d'un estudi prou exhaustiu de l'activitat digital actual de Barcelona Cultura: no fa referència al doble tractament de notícies que diferencia entre les proporcionades per la institució i les externes i que aquest ha de quedar reflectit en calendaris i tractaments tant en la graella de notícies com de xarxes socials. El licitador oblida que ha d'especificar com confeccionarà i quin tractament farà del butlletí (més enllà d'apuntar que realitzarà d'una campanya promocional a les xarxes, que ja es fa) i que l'objecte d'aquest plec són també altres webs de l'entorn ICUB que cal actualitzar amb la incorporació de notícies. Tampoc menciona el servei ni els timings de correcció i traducció.

Fa propostes per millorar el servei a les xarxes, que no la creació de notícies com poden ser la confecció de memes i programes d'humor, també incideix en la necessitat de crear comunitat i de fomentar el diàleg amb els usuaris i proposa sortir al carrer per interrelacionar amb els ciutadans

Malgrat que el licitador ha fet una feina important per presentar la seva proposta de manera ordenada, ha dedicat espai a qüestions que no es demanaven (donar resposta a estratègia) i no tant a abordar la metodologia, que era el motiu del supòsit triat. Per aquesta raó les seves propostes sobre calendarització, coordinació entre calendaris i entre agents implicats no estan prou desenvolupades malgrat que són un pilar bàsic per al correcte desenvolupament del servei.

QUADRE RESUM DE LA PUNTUACIÓ

Empresa	C1	C2	C3	C4	C5	TOTAL
LA3CULTURAL DIGITAL STUDIO SL	8	8	4	4	8	32
ZINET MEDIA GLOBAL SL	0	0	4	0	4	8
MEDIAPRODUCCIÓN, S.L	4	0	4	0	4	12