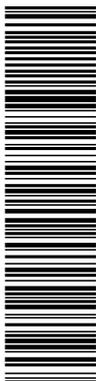


DOCUMENTO VALORACIÓN OFERTAS RECIBIDAS LICITACION: Informe de valoración Exp. 25/2024-G	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: TPFOJ-FXJ9M-CLG25 Fecha de emisión: 2 de septiembre de 2024 a las 10:10:34 Página 1 de 6	FIRMAS El documento ha sido firmado o aprobado por : 1.- Jefa Dpto. Documentación de Defensor del Pueblo Andaluz. Firmado 26/08/2024 08:03	ESTADO FIRMADO 26/08/2024 08:03



INFORME DE VALORACIÓN TÉCNICO-CREATIVA DE LAS OFERTAS PRESENTADAS PARA EL DISEÑO Y GESTIÓN DEL PREMIO DE LA INFANCIA Y ADOLESCENCIA DE ANDALUCÍA, EDICIÓN 17ª, DE LA DEFENSORÍA ANDALUZA

(expediente 25/2024-G)

A continuación se expone la valoración de la propuesta técnica **que ha optado al contrato para la 17ª edición del Premio del Menor de Andalucía.**

Señalar que han sido 6 las empresas presentadas al concurso.

NIF: B90258344 AGENCIA DE PUBLICIDAD CREATIVA MARUJALIMON, S.L. (en adelante, Maruja Limón).

NIF: F01609809 EGALCO LAB, S. COOP.

NIF: B90162801 ESCUELA DEL FACTOR H S.L. (en adelante, Factor H)

NIF: B14907158 GRUPO INCENTIFOR SL (en adelante Incentifor)

NIF: B13859046 PUBLICARTIS SEVILLA, S.L. (en adelante Publicartis)

NIF: B90080938 SPERTORIA, SLU

El detalle de dichas ofertas, de acuerdo a lo que se pedía en el expediente del contrato es el siguiente.

Creatividad:

Se pedía una propuesta creativa de cualquiera de las piezas previstas (cartel, enara, folleto...) para valorar: la originalidad del diseño; la calidad y composición, conviviendo con el logotipo de la DIAA, otras entidades colaboradoras y el lema "Así veo mis derechos" que recoge el mensaje del concurso, y, el mensaje, teniendo en cuenta el público objetivo del concurso (el centro educativo, el profesorado y los alumnos y alumnas de 1º de Primaria a 4º de la ESO).

En cuanto a la originalidad, las propuestas de EgalecoLab, Publicartis y Spertoria consideramos que son válidas pero no aportan el impacto creativo que con ella se pretende conseguir.

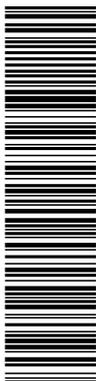
Consideramos que la oferta más original es la de Maruja Limón con una propuesta creativa de una ilustración dinámica y atractiva, identificable con el concurso en su doble modalidad de vídeo y dibujo y el público al que va dirigido (infancia y adolescencia). Presenta además dos propuestas creativas; una, mediante el uso de ilustración e iconos alusivos a las modalidades del concurso integrados en la imagen global, y otra, similar pero con imagen real de niño y niña.

La oferta de Incentifor a modo de cómic también nos ha parecido original pero consideramos que precisamente al ser una composición que utiliza viñetas como elementos para contar una historia, el resultado final es que solo funciona bien en piezas creativas como el cartel, enara o folleto pero pierde comprensión y sobre todo, la originalidad del formato cómic en piezas como redes sociales o slider web.

También la oferta de Factor H creemos que incorpora un elemento de originalidad en el uso de tipografías y colores diferentes para el tratamiento del doble público objetivo de infancia y adolescencia consiguiendo que cada uno se identifique con su grupo de forma natural. En este caso, sin embargo, echamos en falta la misma identificación clara en el objeto del contrato.

Para valorar la composición, buscábamos la convivencia y equilibrio de todos los elementos descriptivos del concurso (leyendas, tipografías, colores...) con las identidades de la defensoría, en su doble condición de Defensor del Pueblo Andaluz y Defensoría de la Infancia y Adolescencia,

DOCUMENTO VALORACIÓN OFERTAS RECIBIDAS LICITACION: Informe de valoración Exp. 25/2024-G	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: TPFOJ-FXJ9M-CLG25 Fecha de emisión: 2 de septiembre de 2024 a las 10:10:34 Página 2 de 6	FIRMAS El documento ha sido firmado o aprobado por : 1.- Jefa Dpto. Documentación de Defensor del Pueblo Andaluz.Firmado 26/08/2024 08:03	ESTADO FIRMADO 26/08/2024 08:03



además de otros logos de entidades colaboradoras. Una composición global que, a su vez, ayudara transmitir el mensaje, que es la tercera parte a valorar.

En líneas generales, la composición y motivo del concurso mejor valoradas ha sido la de Maruja Limón por el lenguaje utilizado, tipografías, colores y convivencia con otras identidades, manteniendo un equilibrio con la convivencia de las identidades del propio concurso (Así veo mis derechos) y la Defensoría. Es una composición dinámica y viva que se respeta en todas las adaptaciones, con un diseño final que identifica claramente el concurso de vídeo y dibujo dirigido a niños, niñas y adolescentes. Tanto la ilustración como el texto se apoyan y refuerzan el mensaje del concurso: identidad del premio en su 17ª edición, modalidades de vídeo y dibujo, identificación preferente de la leyenda del concurso “así veo mis derechos” y la incorporación novedosa del objeto del concurso que resuelve con una pregunta/respuesta: ¿Conoces tus derechos? Cuéntanoslo a través de...

En el caso de Factor H, Egaleco o Incentifor despiezan su composición en las diferentes adaptaciones, perdiendo fuerza la idea original y el mensaje global que se quiere transmitir, por lo que consideramos que no quedan bien resueltas algunas composiciones diseñadas para redes sociales o sliders web, por ejemplo.

Factor H presenta una idea fuerza del público objeto (infancia y adolescencia) creando para ello casi un logotipo propio que, sin descartarlo como iniciativa positiva a valorar, no era objeto de este contrato y, en su caso, echamos en falta una identificación clara como concurso de dibujo y vídeo. Lo resuelve con una leyenda adicional en algunas de las adaptaciones que no se integra en el mensaje final.

Egaleco ha apostado más por un lenguaje e imagen enfocado al público más infantil que, aunque correcto, vemos que se aleja del otro público objeto que son los adolescentes. Además, la incorporación de muchos elementos informativos e ilustrativos, dificulta en parte la claridad del mensaje tanto en su concepto de concurso como de ambas modalidades, y dificulta la convivencia con las identidades corporativas de la Institución y la imagen del concurso. Su composición final queda sencilla y bien resuelta en algunas de las piezas. En otras como por ejemplo el slider web o las carátulas de redes sociales vemos que se pierde fuerza al tener que eliminar/optar por algunos elementos del diseño global. Sí vemos acertado la incorporación del código QR.

En Incentifor, además, el uso de colores pasteles que propone, consideramos que no armonizan con los colores de la identidad de la Defensoría de la Infancia y Adolescencia de Andalucía. Su propuesta creativa estructurada como si fuera un cómic con viñetas diseñadas con diversos elementos gráficos y visuales, y uso de tipografías y colores funciona bien efectivamente como cómic y su adaptación a piezas como un cartel o roll up, pero dificulta la comprensión del mensaje en otras adaptaciones como por ejemplo en web o redes sociales, donde se ven obligados a “partir” la composición global para poder funcionar, perdiendo así, a nuestro juicio, claridad en el mensaje y esa originalidad del cómic. Consideramos que es un diseño que pretende transmitir modernidad y vivacidad, con el uso de colores, iconos y tipografías variadas, pero su composición final nos resulta muy compacta, con mucha información, que provoca un efecto de desorden.

La propuesta de Spertoria apuesta por la sencillez y simplicidad con el uso de trazos y manchas de colores para resaltar el mensaje. Consideramos, no obstante, que el efecto final que producen con una imagen alusiva de niños y niñas genérica no aporta mucho a la idea de concurso. El uso de una tipografía dinámica y juvenil para anunciar las modalidades de dibujo y vídeo queda bien pero no va acompañada de la misma definición en el uso de la imagen como elemento para reforzar el mensaje (aporta elementos identificativos de vídeo (cámara) y dibujo (pinceles) pero que aparecen independientes a la imagen principal, dificultando a nuestro juicio su identificación).

Por su parte Publicartis presenta un diseño con una niña columpiándose en el cielo que identificamos con la ensoñación, sueños o creatividad. La composición de este diseño complica el

DOCUMENTO VALORACIÓN OFERTAS RECIBIDAS LICITACION: Informe de valoración Exp. 25/2024-G	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: TPFOJ-FXJ9M-CLG25 Fecha de emisión: 2 de septiembre de 2024 a las 10:10:34 Página 3 de 6	FIRMAS El documento ha sido firmado o aprobado por : 1.- Jefa Dpto. Documentación de Defensor del Pueblo Andaluz.Firmado 26/08/2024 08:03	ESTADO FIRMADO 26/08/2024 08:03



mensaje para que sea captado por personas menores de edad y solo sabemos el motivo de la creación leyendo el texto que explica el objeto del diseño. A nuestro juicio, no está trasladado el mensaje objeto del diseño.

Propuesta técnica de la web para la gestión del concurso

En líneas generales, la mejor propuesta técnica descriptiva para la gestión del concurso a través de un diseño y mantenimiento de la web "Así veo mis derechos" ha sido la de Spertoria que ha presentado una memoria con el funcionamiento y simulación de la navegación entre todos los campos informativos que se pedían.

Todas las que se han detenido en la descripción de la herramienta a utilizar han coincidido en proponer la tecnología de Wordpress para el diseño de la web asíveomisderechos,

Como detalle de las diferentes propuestas y por orden alfabético comentar lo siguiente:

Egaleco describe la organización del trabajo de las diferentes fases del proyecto y no entra en descripción detallada del entorno web que debe gestionar el premio. No obstante, la composición final resultante la vemos poco adecuada y clara, con textos sobrepuestos que, a nuestro juicio, dificultan la accesibilidad y claridad de la página, con uso de colores de fondos poco adecuados con la imagen de la Defensoría: echamos en falta la convivencia con el logotipo de la Defensoría, así como la adecuación de colores, tipografías, etc, con la identidad de la DIAA.

Incentifor presenta una propuesta técnica de la web muy general, sin especificar la distribución o arquitectura de la información adecuada en base al pliego, solo desarrolla brevemente el formulario de inscripción para participar en el premio. El diseño que presenta de las diferentes páginas es informativo no obstante se aleja de las identidades corporativas de la institución, dificultando su convivencia con armonía.

Como elemento novedoso incluye la valoración popular: propone que las personas que participan en el concurso puedan votar por los dibujos o vídeos que más le gusten y establecer una ponderación final a los trabajos presentados que más se han votado junto con los votos del jurado. Es una propuesta interesante pero entendemos que no es viable en esta edición pues habría que modificar las bases, ya aprobadas.

Factor H realiza una propuesta detallando las distintas fases de creación de la web. En general, nos parece adecuada la distribución de los diferentes bloques informativos, con un buen uso de colores y tipografías de acuerdo a la identidad corporativa de la Defensoría, destacando como novedoso la creación de una herramienta de mailing (no se entiende si es programada y será incluida como herramienta de la web) y la redacción de manuales. Nos confunde el bloque que denominan "mi cuenta" ya que da a entender que cada colegio participante le obliga a crear una cuenta, a logarse, desconociendo la diferencia entre el entorno web de una persona que accede a la web del premio y el entorno web que ofrece el sitio cuando te logas. Nos parece acertada su propuesta de composición de una página web donde en la primera pantalla aparecen todos los campos informativos de manera clara y atractiva para su consulta

Maruja Limón describe adecuadamente las diferentes funciones que debe tener la página web. Establece un menú principal con todas las opciones que se le exige para la gestión del premio. Destaca el módulo de votación del jurado donde especifica el plugin a utilizar. Establece una operatividad para que los trabajos recepcionados puedan subirse a la página web en el menor tiempo posible. Hace también una apuesta clara por la simplificación como elemento clave para facilitar la participación y uso de la web.

DOCUMENTO VALORACIÓN OFERTAS RECIBIDAS LICITACION: Informe de valoración Exp. 25/2024-G	IDENTIFICADORES
OTROS DATOS Código para validación: TPFOJ-FXJ9M-CLG25 Fecha de emisión: 2 de septiembre de 2024 a las 10:10:34 Página 4 de 6	FIRMAS El documento ha sido firmado o aprobado por : 1.- Jefa Dpto. Documentación de Defensor del Pueblo Andaluz. Firmado 26/08/2024 08:03
	ESTADO FIRMADO 26/08/2024 08:03



Publicartis no ha presentado una memoria descriptiva de la web salvo una mención del desarrollo de los campos informativos que se pedían y el detalle genérico de aspectos como el formulario o el sistema de votación del jurado. Presenta el diseño de la home con la imagen del concurso y el menú que se pedía.

Spertoria, como se ha dicho anteriormente es la propuesta más completa y desarrolla todos los aspectos de la funcionalidad y utilidad que debe tener la página web del concurso. De la misma forma, la asimilación de todos los procesos que se exigen en el pliego con respecto a la creación y construcción de la página web que gestionará el concurso. Es especialmente destacable las técnicas y procesos que describen para favorecer la accesibilidad que no describen otras empresas concursantes. Se comprometen a la descripción de los videos para garantizar que los usuarios con discapacidades auditivas puedan acceder a la información. El resultado final es una web limpia y clara, con un diseño atractivo y funcional de la página, fácil e intuitiva en su navegación.

Mejoras

En cuanto a las ofertas de mejoras que han presentado para incentivar la participación entre los centros escolares andaluces y dar a conocer el premio de la Defensoría en líneas generales ha habido unanimidad en presentar como una mejora una campaña en redes sociales, coincidiendo además en algunas de las redes más utilizadas por el público objetivo. Sobre este particular, no obstante, como departamento de Comunicación queremos apuntar que en todas ellas será necesario redirigir las campañas a los colegios o a las AMPAS que son los que tutorizan al menor para su participación, y no tanto al público de menor edad.

Las mejores propuestas han sido las de las empresas Egaleco y Factor H tanto por el número de mejoras a desarrollar, como por su idoneidad (impacto y efectividad) con el propósito de incentivar el conocimiento y la participación en el concurso.

Como detalle de las diferentes propuestas y por orden alfabético comentar lo siguiente:

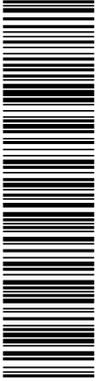
Egaleco presenta 3 buenas mejoras para la difusión del concurso: elaboración de mensajes directos, cercanos y adecuados a diferentes momentos de lanzamiento de la convocatoria; difusión en las redes sociales de mayor acogida por el público objetivo (Instagram y Tik Tok); y diseño de una gacetilla informativa como refuerzo a la convocatoria, a modo de diferentes fases de difusión del concurso.

Incentivar presenta una mejora de interés (difusión en redes sociales más demandadas por los menores). Las otras dos propuestas (cobertura en directo del premio y envío de material impreso) entendemos que no son adecuadas como mejoras de acuerdo a lo que se pedía en el pliego. La primera, por tratarse de una promoción, como bien explican ellos, a posteriori, cuando lo que interesa y se pedía era la promoción para la difusión de la convocatoria, incentivar que participen los colegios. La segunda, porque no queda explicado qué cantidad de material a difundir, quién correría con dicha producción, los tiempos y el coste, todo ello, aspectos necesarios para poder evaluar la viabilidad de la propuesta.

Factor H presenta un elenco de mejoras interesantes y bien justificadas de acuerdo a los plazos, impacto y efectividad de las mismas. Así, se compromete la elaboración de manuales de instrucciones básicas para el uso y participación del concurso, un plan de difusión de apoyo al gabinete del Defensor, organización de webinars destinado al profesorado, acciones de remarketing y redes sociales, y un vídeo teaser previo al lanzamiento de la convocatoria.

Maruja Limón presenta como mejoras reforzar la difusión de la convocatoria mediante tres acciones principales: seguimiento mensual de refuerzo a dicha difusión (remarketing) y diseño de sendas piezas de comunicación más visual (flyer digital y la elaboración de una newsletter con el

DOCUMENTO VALORACIÓN OFERTAS RECIBIDAS LICITACION: Informe de valoración Exp. 25/2024-G	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: TPFOJ-FXJ9M-CLG25 Fecha de emisión: 2 de septiembre de 2024 a las 10:10:34 Página 5 de 6	FIRMAS El documento ha sido firmado o aprobado por : 1.- Jefa Dpto. Documentación de Defensor del Pueblo Andaluz. Firmado 26/08/2024 08:03	ESTADO FIRMADO 26/08/2024 08:03



flyer digital y enlace a la web). Estas dos últimas, aunque son propuestas que sin duda reforzarán la difusión de la convocatoria haciéndola más visual consideramos que son acciones con menor efectividad e impacto ya que la propia difusión de la web con la creatividad que proponen nos parece suficiente atractivo y reclamo visual sin necesidad de elaborar más piezas creativas de apoyo, dado además del poco tiempo de permanencia de esa acción (hablamos de una efectividad que debería concentrarse en apenas unas semanas teniendo en cuenta que el concurso dura mes y medio).

Publicartis presenta una única oferta de mejora -difusión en red social facebook- con detalle de contenidos y gestión de dicha red, utilizándola además como reclamo para subir las propuestas creativas de los colegios que nos parece adecuada. Las otras propuestas que proponen, de llamadas telefónicas y envío masivo de emails consideramos que venían anunciadas como requisitos en la gestión del premio por parte de la empresa que resulte adjudicataria, por lo que no las hemos valorado.

Spertoria presenta dos mejoras adecuada al objeto del concurso: una campaña en redes sociales dirigida al público adolescente con propuesta de generar vídeos promocionales y elaboración de mensajes específicos, y marketing digital periódico dirigido, con propuesta de envío de boletines informativos y recordatorios a direcciones de centros educativos y profesorado, destacando la importancia del concurso y los beneficios de participar. Consideramos que ambas propuestas se ajustan al objetivo que se recogía en el pliego de fomentar la difusión de la convocatoria para intentar incrementar la participación. La propuesta de “marketing digital periódico y dirigido” tal y como lo justifican, con la elaboración de nuevos contenidos propios (recordatorio de fechas, elaboración de boletín informativo) refuerza el lanzamiento de la convocatoria vía email que se pedía.

Finalmente, presenta una tercera mejora de elaboración de recursos educativos que consideramos que aunque resulta interesante no tiene apenas efectividad para los dos meses de apertura del concurso.

Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 162826 TPFOJ-FXJ9M-CLG25 11B3467DFBFE1A4781BD0A5946F66AC43D41CD) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web: <http://www.defensordelpuebloandaluz.es/>



Empresa	Valoración técnico-creativa				Mejoras(máx. 6)		Total
	Originalidad	Composición	Mensaje	Funcionalidad	Accesibilidad	Impacto	
EgalecoLab	4	2,5	2,5	6	6	3	27
Incentifor	6	2,5	3	5	5	2	25,5
Factor H	6	3	3	8,5	8,5	3	35
Maruja Limón	9	5	5	9	9	2	40
Publicartis	3	4	4	2	2	1	17
Spertoria	3	4	4	10	10	2	35

- **De acuerdo a los criterios de adjudicación subjetivos sujetos a evaluación previa que establecen un umbral mínimo para continuar en el proceso de licitación de 26 puntos, las empresas Incentifor y Publicartis no han superado dicho umbral.**

Auxiliadora Salido López
Jefa Dpto. Comunicación del dPA

