

**INFORME DE VALORACIÓ TÈCNICO-ARTÍSTICA****EXPEDIENT CNMY24/SAMC/11****PROCEDIMENT PER A LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI INTEGRAL D'AUTOPROMOCIÓ PER A LA SOCIETAT ANÒNIMA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ DE LA COMUNITAT VALENCIANA (SAMC), ref. CNMY24/SAMC/11**

Els criteris de valoració s'ha elegit amb l'objectiu de seleccionar l'oferta més avantatjosa en el seu conjunt:

CRITERIOS EVALUABLES SEGÚN JUICIO DE VALOR 31%				
Nº	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	VALORACIÓN	SOBRE
1 Criterio propuesta técnico-artística	Se valorará con un máximo de 12 puntos 1 pieza de vídeo promocional para televisión realizada por la empresa (en valenciano)	12%	12	2
	Se valorará con un máximo de 6 puntos 1 cuña para radio realizada por la empresa (en valenciano)	6%	6	2
	Se valorará con un máximo de 13 puntos el Briefing oleadas especiales autopromoción Navidad, verano y septiembre	13%	13	2
CRITERIOS EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA O CUANTIFICABLES POR APLICACIÓN DE FÓRMULAS 69%				
CRITERIOS CUALITATIVOS 20%				
2 Criterio social en materia de calidad laboral	Se valorará con un máximo de 20 puntos la realización de cursos de formación para el personal destinado a la ejecución del contrato.	20%	20 puntos	3
CRITERIOS ECONÓMICOS 49%:				
3 Precio	Se valorará con un máximo de 49 puntos el precio de la licitación del servicio según las condiciones descritas en este PPT. La puntuación se obtendrá aplicando la siguiente fórmula: $P_n = P_{max} \times (1 - [(\%Obaj - \%On) / 100])$	49%	49 puntos	3



Els criteris d'adjudicació la ponderació dels quals depenen d'un juí de valor són els següents:

Valoració tècnico-artística

La puntuació s'assignarà considerant els següents aspectes i amb les puntuacions màximes indicades :

CONCEPTO	PUNTOS	VALORACIÓ	PUNTS ATORGATS
Se valorarà con un máximo de 12 puntos 1 pieza de vídeo promocional para televisión realizada por la empresa (en valenciano) Pieza "Hora Fosca"	(máximo 12 puntos)	EXCEL.LENT	12
Se valorarà con un máximo de 6 puntos 1 cuña para radio realizada por la empresa (en valenciano) Cuña "Podríem fer-ho millor"	(máximo 6 puntos)	BONA	4.5
Se valorarà con un máximo de 13 puntos el Briefing oleadas especiales autopromoción Navidad, verano y septiembre	(máximo 13 puntos)	BONA	9.75

A continuació es fa la valoració dels criteris d'adjudicació la ponderació dels quals depenen d'un juí de valor:

Valoració

Cal assenyalar que només s'ha presentat una empresa, per la qual cosa només es fa una valoració.

CBM SERVICIOS AUDIOVISUALES SL

1- Peça “Torna L’Hora Fosca”: Màxim 12 punts.

Es tracta d’una peça que complix totes les premises que es necessiten en una campanya de creació d’expectativa abans de l’estrena d’un programa o de una nova temporada d’un programa. En este cas, arranquem nova temporada d’un dels programes amb major èxit d’À Punt: L’hora Fosca. La promo funciona a la perfecció perquè juga amb una idea genèrica i no en un cas concret; además la idea de partir d’un element gràfic com és una xifra resulta molt interessant per lo cridaner de les dades i el impacte que poden provocar en els espectadors . També la qualitat del muntatge, els grafismes, la postproducció i la sonorització (amb la inclusió de la veu corporativa) está molt ben resolta.

2- Cuña “Podríem Fer-ho millor”: Màxim 6 punts.

La falca del programa ‘Podríem fer-ho millor’ és una falca correcta. Funciona com a falca genèrica i remarca la idea de que este programa és un programa que ha canviat la seua franja i que ara és un programa d’emissió diària. El tò que utilitza és humorístic i juga amb una idea basada en la ‘siesta’ la qual cosa també reforça la informació de l’hora d’emissió. Per a rematar es juga amb uns talls multiveu del programa ben sel.leccionats i ben sonoritzats. Finalment afegueixen la sintonía cantada del programa com a reforç de marca.

3-Briefing “Oleadas campañas autopromoción”: Màxim 13 punts.

CBm presenta una campanya basada en tres onades especials. Ens resulta molt interesant perquè situen À Punt com a punt de trobada. Els conceptes associats son claramente valors que ens interesesen: llocs comuns, interesos compartits, acords, coincidències, participació, reunió, reencontre... Trobar-se es com ‘quedar’ amb els nostres espectadors.

Les tres onades segueixen el mateix concepte i funcionen com a una campanya anual, la qual cosa es novedosa i pensem que original i ben resolta també des del punt de vista gràfic: una icona de geolocalització que porta dins el logotip de la marca À Punt.

Am la qual cosa quedarien les puntuacions de la següent manera:

PUNTS Màxims	31
CBM	26.25

En Burjassot, 25 de juliol de 2024

Hipòlit Soler Cortés
Cap de Imatge SAMC