



Ref: C-333A/014-23

Exp: P/SER-037171/2023

Objeto del contrato: SERVICIOS AUDIOVISUALES PARA LA DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN CULTURAL DE LA CONSEJERÍA DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE PARA EL AÑO 2024

INFORME TÉCNICO RELATIVO A LA CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN EVALUABLES MEDIANTE JUICIO DE VALOR

Madrid, a fecha de la firma

El presente informe analiza la documentación presentada por las empresas licitadoras en relación a los criterios de adjudicación evaluables mediante juicio de valor. De acuerdo a lo establecido en los puntos 9 y 10 de la Cláusula 1 "Características del contrato" del PCAP, la propuesta técnica deberá contener una memoria descriptiva de los servicios objeto de contrato, estructurada en los tres epígrafes que se analizan a continuación.

Las empresas licitadoras que presentan memoria descriptiva de los servicios objeto de contrato son: Hunteet Creativos S.L., Grupo Ícaro. Consultores en comunicación, Impulsa TV. Contenido audiovisual, Mad City Blues S.L., Neutworks 2020 S.L., Pentaprixma Design, S.L.U., Quality Media Producciones, S.L., Streambyrne S.L., Telson Servicios Audiovisuales S.L.

1. Propuesta técnica. Hasta 25 puntos

1.1. Descripción de la estrategia y los puntos clave comunicacionales de los videos, así como la creatividad y las estrategias de difusión de la exposición y/o atracción de la atención del espectador.

HUNTEET CREATIVOS, S.L.

1. En cuanto a la estrategia y puntos comunicacionales de los vídeos, destacan la importancia de un director de fotografía con amplia experiencia que asegure una buena iluminación consiguiendo que el objeto de las exposiciones se transmita correctamente. Proponen un trabajo cuidado en los guiones de los vídeos que serán realizados por un periodista de su equipo, también tendrán en cuenta el público al que va dirigido el mensaje, en este punto ellos se fijan en un público consumidor de redes sociales.
2. Por su parte la creatividad óptima del vídeo estaría asegurada en el trabajo de postproducción, así como el tono fresco y desenfadado de los vídeos, en este punto parece una oferta especialmente dirigida a público joven.
3. Las estrategias de difusión de las exposiciones y atracción del espectador están muy desarrolladas ofreciendo incluso ampliar los entrevistados (con el consentimiento de la Consejería) a otros sectores que en ese momento estén de actualidad. Desarrolla luego diferentes estrategias de comunicación que exceden lo pedido en el juicio de valor para entroncar más en asuntos publicitarios. Por lo que la atención del espectador está orientada en un sentido que no podemos valorar correctamente.

Esta empresa presenta de manera suficiente los criterios de lo que se pide para poder evaluarlos, si bien hacen hincapié en el tono fresco y juvenil de los vídeos con un enfoque cercano al consumidor de redes sociales. Es este punto el que no parece

adecuado porque, salvo aquellos vídeos realizados en la Sala de Arte Joven, nuestro público no necesariamente se adecúa a este consumidor.

Puntuación HUNTEET CREATIVOS SL: 10 puntos.

GRUPO ÍCARO. CONSULTORES EN COMUNICACIÓN S.L.

1. La empresa determina que la calidad de los vídeos se garantiza estableciendo un cronograma a realizar con la dirección facultativa. También ofrece adecuar los espacios de grabación con antelación a la grabación para optimizar los tiempos. Por otra parte, ofrecen gran calidad en los equipos de grabación y de sonido, que inciden en la correcta elaboración de las estrategias de comunicación además ofrecen diferentes estudios de grabación y alta calidad en el sonido. Ofrecen el trabajo con drones si fuera necesario porque indudablemente las imágenes en movimiento en lugares cerrados dan un toque especial a los rodajes en cuanto a la metodología de trabajo.
2. No desarrollan cómo van a trabajar la creatividad de los vídeos.
3. La atención del espectador se conseguirá gracias a la atención a los primeros segundos de la pieza con imágenes atractivas, esta empresa propone también una locución de locutor profesional que no es necesaria, además se comprometen a una entrega en fecha. Esta empresa parece no haber entendido bien lo que se pide para la realización de los vídeos. En el PPT se incluía un enlace donde se podía ver que no hay locuciones en los vídeos de un locutor ajeno al vídeo, siendo siempre los comisarios, artistas y/o gestores culturales los que ocupan ese protagonismo.

Esta empresa presenta un informe irregular pues no ha desarrollado todos los puntos como la creatividad de los vídeos. Con carácter general, se observa que no han entendido que los vídeos que solicitamos son dedicados a exposiciones en salas y museos.

Puntuación GRUPO ÍCARO. CONSULTORES EN COMUNICACIÓN S.L: 8 puntos

IMPULSA TV CONTENIDO AUDIOVISUAL

1. En la descripción que hace la empresa de las estrategias y los puntos clave comunicacionales, declaran que detrás de cada obra artística siempre se encuentra un sentimiento o una emoción, por lo que declaran que trasladar las emociones que provoca cada exposición será su principal misión aunque establecen que entienden que los vídeos deben tener diferentes niveles de lectura y están orientados a destacar el prestigio de la institución.
2. En cuanto a la creatividad y las estrategias de difusión especifican un análisis de los elementos que las componen adecuando la iluminación, por ejemplo, al contenido de la exposición y analizando la composición múltiple de todos los elementos que componen el vídeo. Describen detalladamente cómo realizarán las grabaciones y qué elementos técnicos usarán, dos cámaras, travellings lentos, planos cortos, composiciones contrastadas, micro de sonido de pértiga en vez de una de pantalla. Realizaran una tabla de color cheker para el ajuste de color.
3. Finalmente, y en cuanto a la atención del espectador, detallan que intentarán realizar análisis de los picos de audiencia de los vídeos para saber qué elementos atraen a los espectadores. Vuelven a incidir en el hecho de iniciar cada vídeo con el comisario y/o artista hablando de los sentimientos y/o emociones que se

pretenden trasladar. Este único punto de vista en todos los vídeos resulta empobrecedor dado el alto número de vídeos requeridos, si la empresa resultara adjudicataria tendríamos que dejar claro que este único punto de vista no resulta adecuado.

Este proyecto resulta muy irregular en su descripción sobre los vídeos al suponer que son herramientas para transmitir emociones y eso es lo que debe primar, no obstante, también hace un esfuerzo suficiente por detallar cómo conseguir realizar vídeos de calidad y cuya creatividad esté a la altura de la institución.

Puntuación IMPULSA TV CONTENIDO AUDIOVISUAL: 10 puntos

MAD CITY BLUES S.L.

1. Esta empresa ofrece un equipo técnico muy detallado, lo que es interesante de su propuesta es que justifica con todo detalle por qué es importante contar con ese equipo para la correcta realización de los vídeos, estableciendo que la principal estrategia de comunicación es la correcta grabación de los mismos, por ejemplo, cuenta con: cámaras que puedan igualar la iluminación, lentes que aseguren realizar la técnica del zoom creativo con extrema suavidad, lente para destacar detalles de las piezas de arte evitando distorsiones de perspectiva, tróvilin portátil, que confiere dinamismo a los vídeos y sensación panorámica en horizontal y de dentro a afuera o viceversa, etc. En su desarrollo establecen que todos los recursos técnicos y artísticos planteados confluyen en la creación de una estructura que marca la lectura del vídeo como si de una obra literaria o cinematográfica se tratara haciendo comprensible el mensaje de cada artista o grupo de artistas.
2. Proponen un elaborado estudio por un lado de un guión técnico y por otra de un guion creativo con el fin de profundizar en su lenguaje estético. Además, describen que la creatividad será máxima durante el periodo de la postproducción ya que es durante este momento, cuando trabajen el ritmo del vídeo, establecerán dicho ritmo basado en el contenido de la exposición.
3. En cuanto a la atención del espectador, describen también la utilización de la música que tendrá coherencia con el contenido de los vídeos, estableciendo un conjunto coherente entre las imágenes, la música y las entrevistas a los protagonistas de los vídeos, lo que incidirá en la óptima atracción de la atención del espectador. Proponen abrir el apetito visual del público dando visiones panorámicas, detalles también de muchas piezas, pero dejando pistas que puedan ser finalizadas en la visita a la exposición, que es el objetivo final del vídeo.

Puntuación MAD CITY BLUES S.L.: 24 puntos

Este proyecto destaca por su alto nivel de concreción técnica, estética y creativa, resulta muy objetivo al elaborar sus propuestas, entiende de una manera objetiva lo que es la calidad y cómo captar la atención del espectador sin hacer valoraciones subjetivas sobre el contenido a priori.

NEUTRWORKS 2020, S.L.

La empresa describe, de manera superficial, cómo quieren la atención del espectador, básicamente potenciando el inicio del vídeo, donde se resume lo más atractivo del contenido a nivel visual.

Como un punto clave comunicacional proponen que los entrevistados centren parte de su análisis en una obra concreta. Además, describen algunos avances técnicos como la lente Laowa para grabar macros y algunos elementos de contraste para atraer la atención al espectador (enfoque y desenfoque, planos en movimiento para crear dinamismo). En este caso proponen dar continuidad a los vídeos existentes de la Dirección General.

Esta empresa hace un desglose insuficiente de los aspectos a valorar.

NEUTRWORKS 2020, S.L.: 5 PUNTOS

PENTAPRIXMA DESIGN, S.L.U.

1. Esta empresa describe la estrategia y los puntos clave comunicacionales de cada vídeo estableciendo que cada pieza audiovisual es como un lienzo que cuenta una historia, por lo que buscarán un diálogo donde la autenticidad, la excelencia visual y la coherencia narrativa estén aseguradas para crear una experiencia significativa y accesible. Describen también diferentes elementos técnicos para conseguir esta comunicación (dos cámaras de alta resolución, iluminación adecuada, especial atención a la música, uso de drones, softwares avanzados de postproducción).
2. En cuanto a la creatividad, se asegurarán de que cada fotograma sea una invitación de gran calidad, con la profundidad necesaria y destacan que son conscientes de que estos vídeos representan a una institución, la Comunidad de Madrid. Inciden en que para un desarrollo creativo de los equipos están en constante formación y desarrollo como equipo.
3. Por lo que se refiere a la atención del espectador, mencionan que utilizarán técnicas cinematográficas de vanguardia, siendo flexibles y adaptándose a las necesidades de cada proyecto. También describen para ellos la música, los rótulos y el tratamiento del color son importantes para mejorar la experiencia del espectador.

La empresa valorada describe de manera excelente todos los elementos, detallando en numerosos epígrafes todos los elementos a valorar. Entienden de manera concreta y precisa el trabajo de la realización de vídeos y es de señalar muy positivamente que entienden que el material con el que van a trabajar resulta en un vídeo institucional.

Puntuación PENTAPRIXMA DESIGN, S.L.U: 24 puntos

QUALITY MEDIA PRODUCCIONES S.L.

La empresa propone abordar los vídeos en contacto con el personal de la Subdirección General para posteriormente trabajar el diseño del mismo (no es necesario dado que se

facilitará por la dirección facultativa), incluyendo imágenes, recorridos, planos generales, detalle, planos creativos, así como entrevistas a los comisarios basados en una entrevista adhoc aprobada por la Dirección Facultativa. Utilizando un encuadre de cada entrevista que será innovador.

Proponen trabajar el estilo en la edición y la postproducción.

Esta empresa hace un desglose insuficiente de los aspectos a valorar.

Puntuación QUALITY MEDIA PRODUCCIONES S.L.: 5 puntos

STREAMBYME S.L.

Esta empresa no presenta documentación relativa al juicio de valor por lo que la puntuación es de 0 puntos.

Puntuación STREAMBYME S.L.: 0 puntos.

TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES, S.L.

Analizada la documentación de esta empresa no se adecúa a lo que se le solicita en cuanto al modo de presentar la documentación respecto a los criterios evaluables mediante juicio de valor (PACP Clausula 1.10) donde puede leerse:

El texto de dicha documentación no podrá exceder de un máximo de tres (3) folios, debidamente paginados en letra ARIAL tamaño 11.

La empresa presenta 23 folios de documentación, incluso si sólo se seleccionaran los primeros tres folios (una vez desechados los folios de presentación e índice) dichos folios constan de una descripción de quiénes son y otros dos folios consisten en una enumeración de los recursos técnicos, sin especificar para qué sirven en cuanto a lo pedido en el juicio de valor (*descripción de la estrategia y los puntos clave comunicacionales de los videos, así como la creatividad y las estrategias de difusión de la exposición y/o atracción de la atención del espectador*). Por lo que la documentación resulta muy insuficiente.

Puntuación TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES S.L. 0 puntos

CUADRO RESUMEN DE PUNTUACIONES

EMPRESA	TOTAL
HUNTEET CREATIVOS, S.L.	10 puntos
GRUPO ÍCARO. CONSULTORES	8 puntos
IMPULSA TV CONTENIDO AUDIOVISUAL	10 puntos

MAD CITY BLUES S.L.	24 puntos
NEUTRWORKS 2020, S.L.	5 puntos
PENTAPRIXMA DESIGN, S.L.U.	24 puntos
QUALITY MEDIA PRODUCCIONES, S.L.	5 puntos
STREAMBYME S.L.	0 puntos
TELSON SERVICIOS AUDIOVISUALES S.L	0 puntos

JEFA ÁREA PROGRAMACIÓN CULTURAL

Fdo.: Alicia Nieto Fernández

Firmado digitalmente por: NIETO FERNÁNDEZ ALICIA
Fecha: 2023.11.23 12:51