



Informe de valoración de los criterios evaluables mediante juicio de valor, en el procedimiento abierto para la contratación de un Servicio de creatividad y producción de contenidos para la campaña de publicidad y comunicación institucional de la Oficina Española de Patentes y Marcas, O. A., de concienciación y sensibilización sobre falsificaciones de bienes y mercancías y sus consecuencias sociales y económicas.

Madrid a 13 de septiembre de 2023

Los miembros titulares del Comité de expertos nombrados para realizar el informe de valoración de los criterios evaluables mediante juicio de valor, en el procedimiento abierto para la contratación de un *Servicio de creatividad y producción de contenidos para la campaña de publicidad y comunicación institucional de la Oficina Española de Patentes y Marcas, O.A., de concienciación y sensibilización sobre falsificaciones de bienes y mercancías y sus consecuencias sociales y económicas*, está constituido por los siguientes miembros:

- Álvarez Avilés, Macarena (Asesora en Gabinete del Ministro del MINCOTUR, N30)
- Cañeque Simón, María Peñahora (Jefa de Área en Gabinete Técnico del Subsecretario del MINCOTUR, N28)
- Zas Marcos, Mónica (Asesora en Gabinete del Ministro del MINCOTUR, N30)

En virtud de lo establecido en el apartado 11 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares que recoge los criterios de adjudicación dependientes de un juicio de valor, se procede a la valoración de las ofertas recibidas de la **Campaña de Publicidad Institucional denominada “de concienciación y sensibilización sobre falsificaciones de bienes y mercancías y sus consecuencias sociales y económicas”** para el año 2023 de acuerdo a los criterios en él establecidos.

De acuerdo a las valoraciones realizadas de la documentación obtenida de nueve empresas:

- Empresa 1: **EL CUARTEL CREATIVO, S.L.** - CIF: B92564285
- Empresa 2: **Estudio Creación Gente, S.L.** - CIF: B03414844
- Empresa 3: **La Máquina de Humo, S.L.** - CIF: B90426826
- Empresa 4: **Onda Mediaplan, S.L.** - CIF: B85551802
- Empresa 5: **PADRE WORLD GROUP, S.L.** - CIF: B88166293



- Empresa 6: **Rodrigo y Asociados Publicidad y Comunicación, S.A.** - CIF: A83587774
- Empresa 7: **Sistemas Informáticos de Negocio, S.L.** - CIF: B18753590
- Empresa 8: **Telson Servicios Audiovisuales** - CIF: B83013607
- Empresa 9: **TOWER BRIDGE S.L.** - CIF: B80029895

Se procede a justificar los criterios de cada campaña en el siguiente cuadro resumen:

Criterio a. Diseño General, planteamiento y su adecuación al propósito de la Campaña: entre 0 y 15 puntos.	
Se valorará el planteamiento estratégico para alcanzar los objetivos deseados, el desarrollo de mensajes y construcción de un relato (storytelling) que aporte sentido e hilo conductor a la campaña, capacidad táctica, recomendación de planificación en medios, cobertura esperada y método de evaluación de resultados.	
Empresa 1. EL CUARTEL CREATIVO	Puntuación: 10,8 Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Adecuado análisis y diseño de la estrategia.- Eslogan sencillo y directo que se desarrolla con 4 ejemplos. Imágenes poco impactantes.- Capacidad de convicción con mensajes simples que ponen en relieve la problemática de las falsificaciones.- Buena identificación de medios según el público objetivo y reparto proporcionado de recursos según el análisis realizado.- Se menciona vagamente la evaluación de los resultados en la metodología de trabajo, pero no se concreta.
Empresa 2. GENTE	Puntuación: 6,8 Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Falta componente analítico previo a la elaboración de la estrategia.- Mensajes sencillos que no evocan sentimientos.- Falta acercar los mensajes al público objetivo.- Demasiado peso de los medios tradicionales, poco equilibrio con nuevos canales.- No se incluye el método de evaluación de resultados.
Empresa 3. LA MÁQUINA DE HUMO	Puntuación: 6,2 Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Buen planteamiento por fases.- Mensajes poco directos.- Falta capacidad de convicción.- Planificación de medios poco detallada.- Se menciona vagamente la evaluación de los resultados en la metodología de trabajo, pero no se concreta.
Empresa 4. ONDA MEDIAPLAN	Puntuación: 11,8 Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Excelente estrategia sobre una base analítica.- Mensaje e imágenes impactantes.- Emotividad y gran capacidad de atracción.- Buena identificación de los medios de difusión según el público objetivo.- No se incluye el método de evaluación de resultados.



Empresa 5. PADRE WORLD GROUP	Puntuación: 10,4 Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Adecuado análisis y diseño de la estrategia.- Muy original y adaptada al público objetivo.- Poca capacidad de convicción.- Buena identificación de los medios de difusión según el público objetivo.- No se incluye el método de evaluación de resultados.
Empresa 6. RODRIGO	Puntuación: 13 Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Impactante, pero le falta capacidad de generar conciencia.- Simplificación excesiva del lenguaje.- Gran capacidad de atracción.- Buena identificación de los medios de difusión según el público objetivo.- Detallada exposición del método de evaluación de resultados.
Empresa 7. SIDN	Puntuación: 12,6 Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Excelente estrategia sobre una base analítica.- Buen desarrollo siguiendo una misma estructura y relato, pero no usa lenguaje comprensible para todos los públicos.- Poca capacidad de convicción.- Buena identificación de medios según el público objetivo y buen análisis de cobertura, notoriedad y afinidad entre público y medio.- Detallada exposición del método de evaluación de resultados.
Empresa 8. TELSON	Puntuación: 6,4 Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Análisis de medios adecuado para la elaboración de la estrategia.- Eslogan sencillo y directo. Falta detalle sobre el hilo conductor.- Poca capacidad de convicción.- Planificación de recursos inadecuada en base a estadísticas de 2020.- No se incluye el método de evaluación de resultados.
Empresa 9. TOWER BRIDGE	Puntuación: 5,2 Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Falta de análisis previo al diseño de la estrategia.- Relato simplificado y poco original.- Poca capacidad de convicción.- Demasiado homogénea, sin segmentación.- No se incluye el método de evaluación de resultados.

Criterio b. Originalidad de la propuesta: entre 0 y 15 puntos.

Se valorará la notoriedad y capacidad creativa, que debe conseguir llamar la atención de forma positiva e integradora sobre la situación actual en relación al impacto social que supone la adquisición de productos por venta ilegal.

Empresa 1. EL CUARTEL CREATIVO	Puntuación: 14 Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Propuesta sencilla con mensajes claros y directos que interpela las preocupaciones del público general y específico.- Gráficos sencillos. La propuesta gráfica en diversos medios no utiliza los mismos recursos de diseño.
--	---



Empresa 2. GENTE	Puntuación: 7,5 Justificación: - Las imágenes evocan realidades lejanas para el receptor. - Se evocan sentimientos y reivindica derechos, pero el tono de los mensajes está sesgado.
Empresa 3. LA MÁQUINA DE HUMO	Puntuación: 6 Justificación: - Campaña poco llamativa. - Imágenes poco relevantes y mucho texto.
Empresa 4. ONDA MEDIAPLAN	Puntuación: 15 Justificación: - Llamativo y diferente a otras campañas institucionales. - Capacidad creativa comprometida y visual.
Empresa 5. PADRE WORLD GROUP	Puntuación: 15 Justificación: - Propuesta llamativa y visual. - Capacidad creativa extraordinaria.
Empresa 6. RODRIGO	Puntuación: 14 Justificación: - Sencilla y diferente a otras campañas institucionales. - Diseños estéticos y agradables.
Empresa 7. SIDN	Puntuación: 14 Justificación: - Llamativo y genera convicción sobre la problemática de las falsificaciones, pero lenguaje no comprensible para todos los públicos. - Diseños llamativos y atractivos.
Empresa 8. TELSON	Puntuación: 6 Justificación: - Campaña poco llamativa. - La originalidad no se considera suficiente. Imágenes poco relevantes.
Empresa 9. TOWER BRIDGE	Puntuación: 5 Justificación: - Campaña repetitiva y de escaso impacto. - Poca originalidad y diseño poco adaptado al propósito de la campaña.

Criterio c. Claridad y comprensión de los mensajes: entre 0 y 15 puntos.

Se valorará la inteligibilidad, impacto y visibilidad de los mensajes en su presencia en distintos soportes, medios y redes sociales, la capacidad de segmentación de audiencias y medios en función de los objetivos, y la consiguiente cobertura de los targets.

Empresa 1. EL CUARTEL CREATIVO	Puntuación: 13,25 Justificación: - Mensaje muy claro y comprensible. - Mensaje simple, llamativo y apelando a la preocupación por las consecuencias de las falsificaciones. - Buena visibilidad en todos los medios, e información sobre el reparto de inversión en cada uno de ellos. - Buena segmentación, aunque sin justificación de la afinidad con la audiencia.
--	--



Empresa 2. GENTE	Puntuación: 8,75 Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Mensajes claros, pero sesgados. No válidos para convencer a todos los públicos.- Poca capacidad de generar impacto porque evoca imágenes lejanas al receptor.- Buena visibilidad en todos los medios, pero falta información sobre el reparto de inversión en cada uno de ellos.- Escasa segmentación.
Empresa 3. LA MÁQUINA DE HUMO	Puntuación: 5,25 Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Términos difíciles de entender.- Propuesta poco atractiva y estereotipada, imágenes poco impactantes y mucho texto de difícil comprensión.- Poca visibilidad.- Escasa segmentación.
Empresa 4. ONDA MEDIAPLAN	Puntuación: 14 Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Mensaje muy claro y comprensible.- Gran impacto y conexión emocional.- Excelente visibilidad.- Buena segmentación, pero falta generar conexión con los jóvenes.
Empresa 5. PADRE WORLD GROUP	Puntuación: 10,5 Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Mensaje con lenguaje claro y directo.- Propuesta llamativa, pero con poca capacidad de generar impacto para el público general.- Excelente visibilidad.- Escasa segmentación. Solo dirigido a jóvenes y a productos de moda.
Empresa 6. RODRIGO	Puntuación: 12,5 Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Mensaje muy claro y directo.- Impacto limitado por falta de conexión emocional.- Excelente visibilidad de los mensajes.- Escasa segmentación, pero completa en cuanto a medios.
Empresa 7. SIDN	Puntuación: 12,5 Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Los gráficos son muy claros y directos, pero el lenguaje puede no comprenderse por todos los públicos.- Propuesta simple, llamativa y apelando a la preocupación por las consecuencias de las falsificaciones, pero conceptos complejos.- Excelente visibilidad de los mensajes.- Buena segmentación de audiencias y medios. Detallado análisis.
Empresa 8. TELSON	Puntuación: 8 Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Eslogan claro y directo, pero no inciden en los perjuicios derivados de las falsificaciones.- Impacto limitado por falta de conexión emocional.- Buen análisis inicial de medios, pero reparte la inversión en solo 4 dispositivos digitales on/offline. (No habría difusión exterior).- Escasa segmentación.



Empresa 9. TOWER BRIDGE	Puntuación: 6,75
Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Lenguaje claro y directo.- Impacto limitado. Propuesta poco atractiva.- Poca visibilidad.- Escasa segmentación, campaña orientada a un público infantil que no procede.	

Criterio d. Adecuación de los recursos previstos, calidades ofrecidas y método de trabajo: entre 0 y 15 puntos.

Se valorará la especial cualificación y experiencia del equipo humano y demás recursos asignados al proyecto, la calidad ofrecida para los productos a entregar, y la adecuación del método de trabajo propuesto a la mejor consecución de los objetivos planteados.

Empresa 1. EL CUARTEL CREATIVO	Puntuación: 10
Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Describen los perfiles profesionales que forman el equipo (variados y con experiencia), aunque falta definir el reparto de los recursos.- Buena calidad ofrecida para los productos a entregar.- Se describe vagamente la metodología del trabajo.	
Empresa 2. GENTE	Puntuación: 10,3
Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Perfiles profesionales variados y con experiencia.- Buena calidad ofrecida para los productos a entregar.- Se describe vagamente la metodología del trabajo.	
Empresa 3. LA MÁQUINA DE HUMO	Puntuación: 10,6
Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Describen los perfiles profesionales que forman el equipo (variados y con experiencia), aunque falta definir el reparto de los recursos.- Escasa calidad ofrecida para los productos a entregar.- Correcto análisis, planificación y seguimiento.	
Empresa 4. ONDA MEDIAPLAN	Puntuación: 13,3
Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Equipo humano muy experimentado y variado.- Muy buena calidad y sumamente detallada.- Se describen los medios técnicos y la metodología de trabajo, pero falta detalle..	
Empresa 5. PADRE WORLD GROUP	Puntuación: 10,3
Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Perfiles profesionales variados y con experiencia.- Buena calidad ofrecida para los productos a entregar.- Se describe vagamente la metodología del trabajo..	
Empresa 6. RODRIGO	Puntuación: 11
Justificación: <ul style="list-style-type: none">- Perfiles con amplia experiencia y equipo variado.- Muy buena calidad y propuesta muy detallada.- No se describe el método de trabajo, aunque sí facilitan una planificación..	



Empresa 7. SIDN	Puntuación: 12,3 Justificación: - Los perfiles se presumen profesionales variados y con experiencia, pero no se cuantifican, ni especifican. - Muy buena calidad y propuesta muy detallada. - Correcto análisis, planificación y seguimiento.
Empresa 8. TELSON	Puntuación: 9,3 Justificación: - Describen los perfiles profesionales que forman el equipo (variados), aunque falta definir el reparto de los recursos y la experiencia. - Buena calidad ofrecida para los productos a entregar. - Se describe vagamente la metodología del trabajo.
Empresa 9. TOWER BRIDGE	Puntuación: 4,6 Justificación: - Perfiles con experiencia, pero el equipo se desconoce. - Escasa calidad ofrecida para los productos a entregar. - No se describe el método de trabajo.

Criterio e. Grado de detalle de la propuesta: entre 0 y 10 puntos. Se valorará la precisión de la definición de la propuesta, de forma que permita hacerse una mejor idea del resultado final que se pretende alcanzar.	
Empresa 1. EL CUARTEL CREATIVO	Puntuación: 7 Justificación: - Se echa en falta un mayor detalle de la campaña en sus distintos medios y formatos.
Empresa 2. GENTE	Puntuación: 7 Justificación: - Faltan ejemplos de la propuesta más concretos para medios audiovisuales (vídeos).
Empresa 3. LA MÁQUINA DE HUMO	Puntuación: 9 Justificación: - Envían ejemplos para los diversos medios audiovisuales que concretan su propuesta.
Empresa 4. ONDA MEDIAPLAN	Puntuación: 10 Justificación: - Envían ejemplos para los diversos medios audiovisuales que concretan su propuesta. Alta calidad del spot entregado.
Empresa 5. PADRE WORLD GROUP	Puntuación: 9 Justificación: - Envían ejemplos para los diversos medios audiovisuales que concretan su propuesta.
Empresa 6. RODRIGO	Puntuación: 10 Justificación: - Envían ejemplos para los diversos medios audiovisuales que concretan su propuesta, alta calidad de materiales.
Empresa 7. SIDN	Puntuación: 9 Justificación: - Envían ejemplos para los diversos medios audiovisuales que concretan su propuesta.



MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

Empresa 8. TELSON	Puntuación: 7
Justificación: - Faltan ejemplos de la propuesta más concretos para medios audiovisuales (vídeos).	
Empresa 9. TOWER BRIDGE	Puntuación: 9
Justificación: - Envían ejemplos para los diversos medios audiovisuales que concretan su propuesta.	

Se ofrece a continuación un ejemplo de tabla con el resumen y suma de las puntuaciones parciales:

	Criterio a	Criterio b	Criterio c	Criterio d	Criterio e	TOTAL
Empresa 1. EL CUARTEL CREATIVO	10,8	14	13,25	10	7	55,05
Empresa 2. GENTE	6,8	7,5	8,75	10,3	7	40,35
Empresa 3. LA MÁQUINA DE HUMO	6,2	6	5,25	10,6	9	37,05
Empresa 4. ONDA MEDIAPLAN	11,8	15	14	13,3	10	64,1
Empresa 5. PADRE WORLD GROUP	10,4	15	10,5	10,3	9	55,2
Empresa 6. RODRIGO	13	14	12,5	11	10	60,5
Empresa 7. SIDN	12,6	14	12,5	12,3	9	60,4
Empresa 8. TELSON	6,4	6	8	9,3	7	36,7
Empresa 9. TOWER BRIDGE	5,2	5	6,75	4,6	9	30,55

Mónica Zas Marcos
(Directora Comunicación)
Gabinete del ministro

Ma Penahora Carrique Simón
(Jefa de Área en el Gabinete
Técnico del SubSecretario)
MINICOTUR

19/09/2023

Macarena Álvarez
Aribe (Directora
Adjunta del Gabinete
del ministro)