

**INFORME DEL COMITÉ DE EXPERTOS PARA LA VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN SUBJETIVO:
DEL EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE CREATIVIDAD, DISEÑO, REALIZACIÓN Y
PRODUCCIÓN DE LAS DIFERENTES PIEZAS Y ELEMENTOS CREATIVOS QUE SE UTILIZARÁN EN UNA CAMPAÑA
DE PUBLICIDAD DIVULGATIVA SOBRE EL SERVICIO “LA ADMINISTRACIÓN CERCA DE TI”**

Desglose de puntuaciones:

Empresa	Sobre 2					Puntuación total sobre 2 Total por empresa
	1.1. Claridad del mensaje y adecuación de la propuesta técnica a los objetivos de la campaña (máximo 30 puntos) a) spot b) audio anuncio c) propuesta de línea gráfica	1.2. Impacto, originalidad y creatividad de la propuesta técnica, especialmente de las ideas, fuerza y mensajes/eslóganes a trasladar (máximo 20 puntos) a) impacto b) Originalidad y creatividad	1.3 Nivel de adaptabilidad de las líneas básicas de la propuesta de campaña y el diseño a otros formatos (máximo 5 puntos)			
IMPRESIONES Y ACABADOS, S.L. B23580798	a) 5	15	a) 5	10	5,00	30,00
	b) 5		b) 5			
	c) 5					
IMAGINA ANDALUCÍA EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD S.L. B91446922	a) 5	15	a) 5	10	5,00	30,00
	b) 5		b) 5			
	c) 5					
ADSOLUT SL B83054684	a) 10	25	a) 9	18	5,00	48,00
	b) 10		b) 9			
	c) 5					

Explicación desglose puntuaciones de las subcategorías

IMPRESIONES Y ACABADOS, S.L.B23580798:

Puntuación total 30 sobre 55 puntos

1.1. Claridad del mensaje y adecuación de la propuesta técnica a los objetivos de la campaña

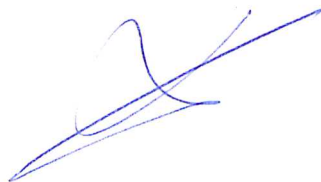
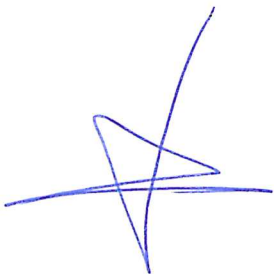
a) spot: 15 sobre 30 puntos

- a) La subcategoría de spot se puntúa 5 sobre 10 puntos dado que:
 - la claridad del mensaje (2.5 sobre 5) Dicha puntuación se establece, tal y como se señala en el informe debido al enfoque erróneo del mensaje.
 - y la identificación objetivo de la campaña (2.5 sobre 5). Dicha puntuación se establece, tal y como se señala en el informe debido a que se confunde el objetivo final de la campaña.
- b) La subcategoría de audio de anuncio se puntúa 5 sobre 10 puntos dado que:
 - la claridad del mensaje (2.5 sobre 5) al igual que ocurre con el spot, dicha puntuación se establece, tal y como se señala en el informe debido al enfoque erróneo del mensaje.
 - y la identificación objetivo de la campaña (2.5 sobre 5) al igual que ocurre con el spot, dicha puntuación se establece, tal y como se señala en el informe debido al enfoque erróneo del mensaje.
- c) La subcategoría de propuesta de línea gráfica se puntúa 5 sobre 10 puntos dado que:
 - la claridad del mensaje (2.5 sobre 5) Igualmente, dicha puntuación se establece, tal y como se señala en el informe, debido al enfoque erróneo del mensaje.
 - y la identificación objetivo de la campaña (2.5 sobre 5) Igualmente dicha puntuación se establece, tal y como se señala en el informe debido al enfoque erróneo del mensaje.

1.2. Impacto, originalidad y creatividad de la propuesta técnica, especialmente de las ideas, fuerza y mensajes/eslóganes a trasladar: 10 sobre 20 puntos

- a) La subcategoría de Impacto se puntúa 5 sobre 10 puntos dado que, como ocurre con toda la campaña, al existir un enfoque erróneo, el impacto sobre el público objetivo es mínimo.
- b) La subcategoría de Originalidad y creatividad 5 sobre 10 puntos dado que como ocurre con toda la campaña, no puede haber una mayor valoración en la creatividad por cuanto el enfoque no corresponde con el objetivo de la campaña del ministerio.

1.3 Nivel de adaptabilidad de las líneas básicas de la propuesta de campaña y el diseño a otros formatos: 5 sobre 5 puntos dado que la adaptación a los distintos formatos es correcta.



IMAGINA ANDALUCÍA EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD S.L.B91446922

Puntuación total 30 sobre 55 puntos

1.1. Claridad del mensaje y adecuación de la propuesta técnica a los objetivos de la campaña

a) spot: 15 sobre 30 puntos

- a) La subcategoría de spot se puntúa 5 sobre 10 puntos dado que:
- la claridad del mensaje (2.5 sobre 5). Dicha puntuación se establece, tal y como se señala en el informe debido al enfoque erróneo del mensaje)
 - y la identificación objetivo de la campaña (2.5 sobre 5). Dicha puntuación se establece, tal y como se señala en el informe debido a que se confunde el objetivo final de la campaña)
- b) La subcategoría de audio de anuncio se puntúa 5 sobre 10 puntos dado que:
- la claridad del mensaje (2.5 sobre 5) al igual que ocurre con el spot, dicha puntuación se establece, tal y como se señala en el informe debido al enfoque erróneo del mensaje.
 - y la identificación objetivo de la campaña (2.5 sobre 5) al igual que ocurre con el spot, dicha puntuación se establece, tal y como se señala en el informe debido al enfoque erróneo del mensaje.
- c) La subcategoría de propuesta de línea gráfica se puntúa 5 sobre 10 puntos dado que:
- la claridad del mensaje (2.5 sobre 5) Igualmente, dicha puntuación se establece, tal y como se señala en el informe, debido al enfoque erróneo del mensaje.
 - y la identificación objetivo de la campaña (2.5 sobre 5) Igualmente dicha puntuación se establece, tal y como se señala en el informe debido al enfoque erróneo del mensaje.

1.2. Impacto, originalidad y creatividad de la propuesta técnica, especialmente de las ideas, fuerza y mensajes/eslóganes a trasladar: 10 sobre 20 puntos

- a) La subcategoría de Impacto se puntúa 5 sobre 10 puntos dado que como ocurre con toda la campaña, al existir un enfoque erróneo, el impacto sobre el público objetivo es mínimo
- b) La subcategoría de Originalidad y creatividad 5 sobre 10 puntos dado que como ocurre con toda la campaña, no puede haber una mayor valoración en la creatividad por cuanto el enfoque no corresponde con el objetivo de la campaña del ministerio.

1.3 Nivel de adaptabilidad de las líneas básicas de la propuesta de campaña y el diseño a otros formatos: 5 sobre 5 puntos dado que la adaptación a los distintos formatos es correcta.

ADSOLUT SL B83054684

Puntuación total 48 sobre 55 puntos

1.1. Claridad del mensaje y adecuación de la propuesta técnica a los objetivos de la campaña

a) spot: 25 sobre 30 puntos

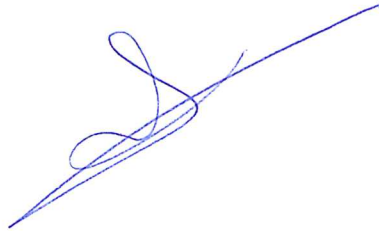
- d) La subcategoría de spot se puntúa 10 sobre 10 puntos dado que:
- la claridad del mensaje (5 sobre 5) Traslada un mensaje directo y acorde con el objetivo de la campaña de la Administración.
 - y la identificación objetivo de la campaña (5 sobre 5): Se dirige al público objetivo, las personas que viven en pueblos pequeños, tal y como se señala en el informe.
- e) La subcategoría de audio de anuncio se puntúa 10 sobre 10 puntos dado que:
- la claridad del mensaje (5 sobre 5). La adaptación de la campaña al formato de radio mantiene la claridad del mensaje.
 - y la identificación objetivo de la campaña (5 sobre 5). La identificación del objetivo de la campaña se mantiene en la versión de radio.
- f) La subcategoría de propuesta de línea gráfica se puntúa 5 sobre 10 puntos dado que:
- la claridad del mensaje (2.5 sobre 5). La línea gráfica mantiene bien la claridad del mensaje sin llegar a ser perfecta.
 - y la identificación objetivo de la campaña (2.5 sobre 5). Se mantiene en el objeto de la campaña aún sin ser perfecta.

1.2. Impacto, originalidad y creatividad de la propuesta técnica, especialmente de las ideas, fuerza y mensajes/eslóganes a trasladar: 18 sobre 20 puntos

- c) La subcategoría de Impacto se puntúa 9 sobre 10 puntos dado que es una campaña de buen impacto con un mensaje llamativo.
- d) La subcategoría de Originalidad y creatividad 9 sobre 10 puntos dado que usa una imagen no usada hasta ahora.

1.3 Nivel de adaptabilidad de las líneas básicas de la propuesta de campaña y el diseño a otros formatos: 5 sobre 5 puntos dado que se adapta perfectamente a los distintos formatos.

RICARDO VALENTÍN PÉREZ GONZÁLEZ JAZAEL ASCANIO SANTANA JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ-TOSTADO LÓPEZ

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the left.A handwritten signature in blue ink, featuring a prominent loop and a long, sweeping horizontal stroke that tapers to the right.A handwritten signature in blue ink, characterized by a large, complex loop structure with multiple overlapping strokes.