



INFORME DE VALORACIÓN DE LA OFERTA TÉCNICA PARA LA CONTRATACIÓN DEL “SERVICIO DE CREATIVIDAD, DISEÑO, REALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE LA CAMPAÑA “REVALORIZACIÓN DEL MUNDO RURAL”. Nº EXPEDIENTE 20240000093.

Con fecha 27 de junio de 2024 se publicó en la Plataforma de Contratación del Sector Público la convocatoria para licitar el contrato abierto simplificado para el “Servicio de Creatividad, Diseño, Realización y Producción de la Campaña “Revalorización del Mundo Rural”” por importe máximo de 26.299,00 euros IVA excluido. No hay división por lotes.

En la sesión del 16 de julio de 2024, se procedió a la apertura del sobre relativo a la “documentación general” y “ofertas técnicas”. Se han presentado las siguientes empresas y todas ellas han sido admitidas para continuar la licitación:

1. A28421550 – PDM MARKETING Y PUBLICIDAD DIRECTA, S.A.
2. A83726190 – CLIDEA DESARROLLO, S.A.
3. A83728303 – AGENCIA EVOL PUBLICIDAD, S.A.U.
4. B15611775 – EUROPUBLIC COMUNICACIÓN, S.L.
5. B81800385 – POOL CREACIONES PUBLICITARIAS, S.L.
6. B82394545 – KINES PRODUCCIONES, S.L.
7. B83399865 – THE BOX ADVERTISING, S.L.
8. B85551802 – ONDA MEDIAPLAN, S.L.
9. B91446922 – IMAGINA ADVERTISING, S.L.
10. B93696888 – INVERSIONES FRÁNCHEZ, S.L.
11. F06386619 – GESTOR.EX, SOC .COOP.
12. F67079111 – LA CLARA COMUNICACIÓ, S.C.C.L.
13. F90279639 – BLANK EXHIBITIONS

Según al apartado 17 del Cuadro de Características que rige este procedimiento, existe varios criterios de adjudicación.

Como criterios cualitativos cuya cuantificación depende de juicios de valor, que suponen el 45% de la puntuación total de las ofertas, se aplicarán los criterios e intervalos de puntuaciones que se desglosan a continuación:

A) Adecuación a los objetivos (hasta 50 puntos).

En este apartado se valorará que la propuesta traslada de forma eficiente los objetivos de la campaña recogidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

B) Originalidad y notoriedad (hasta 30 puntos).

Se valorará la innovación, la fuerza y el impacto de la idea creativa, de forma que los mensajes generen conversación social y concienciación.

C) Versatilidad (hasta 20 puntos).

Se valorará la capacidad de adaptación de la propuesta a los diferentes medios de comunicación propuestos, consiguiendo que en todos ellos se mantenga la claridad del mensaje.





Según el punto 2 del Pliego de Prescripciones Técnicas de este contrato, los objetivos de la campana son:

- Transmitir el valor de los productos procedentes del mundo rural, incidiendo en la importancia del sector primario.
- Poner en valor el trabajo realizado por el sector primario en el mundo rural.
- Incentivar la presencia de mujeres y jóvenes en las acciones profesionales vinculadas al mundo rural y al sector primario.
- Visibilizar las acciones ya existentes en el territorio y, en particular, las que potencien el relevo generacional, la digitalización y la lucha contra el cambio climático.

En el siguiente cuadro se desglosan las puntuaciones del Cuadro de Características para mostrar una mayor transparencia en la puntuación de los criterios. La puntuación obtenida para cada uno de los subcriterios aparecerá entre paréntesis en las fichas de valoración de cada empresa.

A. Adecuación de los objetivos (50 puntos).

Transmitir el valor de los productos procedentes del medio rural, incidiendo en la importancia del sector primario.	15
Poner en valor el trabajo realizado por el sector primario en el mundo rural.	15
Incentivar la presencia de mujeres y jóvenes en las acciones profesionales vinculadas al mundo rural y al sector primario.	10
Visibilizar las acciones ya existentes en el territorio y, en particular, las que potencien el relevo generacional, la digitalización y la lucha contra el cambio climático.	10

B. Originalidad y notoriedad (30 puntos).

Innovación de la idea creativa.	10
Fuerza de la idea creativa.	10
Impacto de la idea creativa.	5
Que los mensajes generen conversación social y concienciación.	5

C. Versatilidad (20 puntos).

Capacidad de adaptación de la propuesta a los diferentes medios de comunicación propuestos Innovación de la idea creativa.	10
Claridad del mensaje.	10





Las puntuaciones correspondientes a cada una de las propuestas son las que se detallan en cada una de las fichas siguientes:

FICHA DE VALORACIÓN		EXP: 2024-00000093
LICITADOR Nº 1	A28421550 – PDM MARKETING Y PUBLICIDAD DIRECTA, S.A.	
VALORACIÓN TÉCNICA DE LA OFERTA (0 - 100)		Calificación
A) ADECUACIÓN DE LOS OBJETIVOS (50 PUNTOS)		20
Comentario:		
Las piezas propuestas no parecen transmitir el valor de los productos procedentes del medio rural incidiendo en la importancia del sector primario. (5) La puesta en valor al trabajo realizado por el sector primario en el mundo rural se difumina. (5) No se ve adecuadamente incentivada la presencia de jóvenes y de mujeres en las acciones profesionales vinculadas al mundo rural y al sector primario (5) y, por tanto, tampoco visibiliza suficientemente las acciones ya existentes en el territorio que potencien el relevo generacional, la digitalización y la lucha contra el cambio climático. (5)		
B) ORIGINALIDAD Y NOTORIEDAD (30 PUNTOS)		12
Comentario:		
La innovación (4), la fuerza (4) y el impacto de la idea creativa (2) son insuficientes (una Tablet que no se sabe muy bien cuál es su función en la imagen) y no parecen adecuarse demasiado a los objetivos que se persiguen con esta campaña de generar concienciación y conversación social. (2)		
C) VERSATILIDAD (20 PUNTOS)		8
Comentario:		
La capacidad de adaptación de la propuesta a los diferentes medios de comunicación está presente. (6) Sin embargo, la claridad y el tono del mensaje, así como la credibilidad que el mismo pueda generar en el público objetivo no parece conveniente. (2)		
TOTAL (0 - 100)		40

Código seguro de Verificación : GEN-a82f-c56b-64ad-b8b9-1b0d-6a4c-d074-9bbe | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección :
<https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>





FICHA DE VALORACIÓN		EXP: 2023-0000030
LICITADOR Nº 2	A83726190 – CLIDEA DESARROLLO, S.A.	
VALORACIÓN TÉCNICA DE LA OFERTA (0 - 100)		Calificación
A) ADECUACIÓN DE LOS OBJETIVOS (50 PUNTOS)		12,00
Comentario:		
La idea presentada resulta abstracta (4) y no se ajusta al requisito de valorizar el trabajo rural, ni su sector primario. (4) Tampoco presenta protagonistas (2), por lo que no muestra ni a las mujeres rurales ni el relevo generacional (2).		
B) ORIGINALIDAD Y NOTORIEDAD (30 PUNTOS)		8,00
Comentario:		
La tipografía resulta confusa y no es accesible a personas con diversidad funcional. (2) Igualmente, la legibilidad (2) no es apropiada para una campaña del Gobierno de España. (2) El concepto "genuino" parece poner a competir a los diversos territorios del país, cuando no se trata de valorizar uno, y degradar a otros. (2)		
C) VERSATILIDAD (20 PUNTOS)		7,00
Comentario:		
El eslogan no resulta claro para el objetivo de la campaña, por lo que el mensaje no se adapta a los diversos formatos que se espera (4): el público receptor no sabe a un primer vistazo a qué se refiere, por lo que el fin último no se cumple (3).		
TOTAL (0 - 100)		27,00

Código seguro de Verificación : GEN-a82f-c56b-64ad-b8b9-1b0d-6a4c-d074-9bbe | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección :
<https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>





FICHA DE VALORACIÓN		EXP: 2023-0000030
LICITADOR Nº 3	A83728303 – AGENCIA EVOL PUBLICIDAD, S.A.U.	
VALORACIÓN TÉCNICA DE LA OFERTA (0 - 100)	Calificación	
A) ADECUACIÓN DE LOS OBJETIVOS (30 PUNTOS)	25,00	
Comentario:		
Las piezas propuestas son coherentes entre sí y la estética refleja la línea comunicativa del Ministerio. (10) A pesar de ello, no se entiende que el Gobierno de España fomente el desarrollo rural como una “moda”, como proponen estos ejemplos, ni siquiera como un movimiento en redes sociales. Tampoco se valora el sector primario ni la lengua castellana, por lo que causa rechazo la campaña al utilizar el término “trendy”. (1) Hay una presencia de mujeres y jóvenes en las acciones profesionales vinculadas al mundo rural y al sector primario. (7) Visibiliza las acciones ya existentes en el territorio, en particular, las que potencian el relevo generacional, la digitalización y la lucha contra el cambio climático. (7)		
B) ORIGINALIDAD Y NOTORIEDAD (30 PUNTOS)	15,00	
Comentario:		
La propuesta destaca la presencia de mujeres y la juventud agraria, con lo que la idea creativa resulta bastante innovadora (7) y con suficiente fuerza (7). La utilización de los términos en inglés puede generar conversación (1), pero no una alineada con los valores que se busca transmitir, por lo que el riesgo de que el impacto sea negativo es demasiado alto. (0)		
C) VERSATILIDAD (20 PUNTOS)	10,00	
Comentario:		
Parece una campaña pensada para la ciudadanía presente en redes sociales, lo que genera una sensación de que en el medio rural no hay suficiente conectividad ni llegan las modas, sino que se tratan de territorios aislados y anclados en el pasado. (2) Sí que las creatividades presentadas muestran adaptabilidad a los entornos digitales y distintas plataformas físicas en las que pudiera verse representada. (8)		
TOTAL (0 - 100)		50,00

Código seguro de Verificación : GEN-a82f-c56b-64ad-b8b9-1b0d-6a4c-d074-9bbe | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección :
<https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>





FICHA DE VALORACIÓN		EXP: 2023-0000030
LICITADOR Nº 4	B15611775 – EUROPUBLIC COMUNICACIÓN, S.L.	
VALORACIÓN TÉCNICA DE LA OFERTA (0 - 100)		Calificación
A) ADECUACIÓN DE LOS OBJETIVOS (50 PUNTOS)		30,00
Comentario:		
Transmite el valor de los productos procedentes del medio rural (ámbito ganadero y agrario) y el mensaje incide en la importancia del sector primario (15), por lo que cumple el objetivo de poner en valor el trabajo del sector primario. (15) Sin embargo, en la cuña de radio el enfoque de potenciar el mundo rural como destino turístico difiere de los objetivos planteados: no se trata de vender “el rural” -término que no se utiliza en el sector, ni en los pueblos de nuestro país- sino de ponerlo en valor tal y como es, no como lugar vacacional de los habitantes en las grandes ciudades. (0) No se potencia el relevo generacional, ni la digitalización, ni la lucha contra el cambio climático. (0)		
B) ORIGINALIDAD Y NOTORIEDAD (30 PUNTOS)		20,00
Comentario:		
Las piezas propuestas a nivel visual, a pesar de tener una imagen innovadora (9) y un impacto llamativo, (5) son poco legibles y la presencia de capas en la imagen resta fuerza, distrae y resulta cargante (4), así como difícilmente comunicable en entornos adaptados a la diversidad funcional o la lectura de imágenes en internet. Esto último perjudica que el mensaje pueda generar conversación social. (2)		
C) VERSATILIDAD (20 PUNTOS)		18,00
Comentario:		
Se valora el hecho de que pueda ser utilizado más allá de estas campañas como elemento de merchandising. (10) El logotipo propuesto, a pesar de ser creativo, resulta confuso en su primera lectura. (8)		
TOTAL (0 - 100)		68,00

Código seguro de Verificación : GEN-a82f-c56b-64ad-b8b9-1b0d-6a4c-d074-9bbe | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección : <https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>





FICHA DE VALORACIÓN		EXP: 2023-0000030
LICITADOR Nº 5	B81800385 – POOL CREACIONES PUBLICITARIAS, S.L.	
VALORACIÓN TÉCNICA DE LA OFERTA (0 - 100)		Calificación
A) ADECUACIÓN DE LOS OBJETIVOS (50 PUNTOS)		30,00
Comentario:		
El tema elegido es coherente con los objetivos, con el propósito de retomar la apreciación a un campo que ha cambiado sensiblemente durante los últimos años (10). “Volver no es regresar a lo de antes” es un concepto interesante (10); sin embargo, en el apartado de incentivar la presencia de mujeres y jóvenes en las acciones profesionales vinculadas al mundo rural y al sector primario, en este caso concreto la presencia de mujeres, aun siendo mayoritaria, parece clónica y repetitiva, por lo que da la sensación de similitud entre los diversos puestos de trabajo agrario. (5) Visibiliza las acciones existentes en el territorio y la lucha contra el cambio climático. No así el relevo generacional y la digitalización. (5)		
B) ORIGINALIDAD Y NOTORIEDAD (30 PUNTOS)		25,00
Comentario:		
El concepto “volver” tiene reminiscencias agrarias, por la historia de nuestro país y el imaginario popular con otras imágenes o canciones arraigadas por la cultura española. (10) La tipografía elegida es fuerte y accesible (10), pero resulta abrumador los tamaños elegidos para el eslogan y los logos. Las imágenes que reflejan al medio rural se pierden entre tanto texto. (0) El mensaje sí puede generar la conversación social y a concienciación. (5)		
C) VERSATILIDAD (20 PUNTOS)		12,00
Comentario:		
Las imágenes propuestas son adaptables a las diversas figuras publicitarias; sin embargo, en determinadas resoluciones y formatos, se sobrecarga y casi se solapan los logos con los textos. (7) El mensaje es muy claro –“Volver”- pero no se entiende muy bien a dónde. (5)		
TOTAL (0 - 100)		67,00

Código seguro de Verificación : GEN-a82f-c56b-64ad-b8b9-1b0d-6a4c-d074-9bbe | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección :
<https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>





FICHA DE VALORACIÓN		EXP: 20240000093
LICITADOR Nº 6	B82394545 – KINES PRODUCCIONES, S.L.	
VALORACIÓN TÉCNICA DE LA OFERTA (0 - 100)		Calificación
FICHA DE VALORACIÓN		EXP: 202400000 20,00
Comentario:		
Las piezas propuestas son coherentes entre ellas; (5) sin embargo, se trasmite una idea urbana del medio rural. (5) Los protagonistas escogidos son mayoritariamente hombres, no utiliza lenguaje inclusivo y no visibiliza el nuevo mundo rural (5), sino que romantiza el campo como un lugar de trabajo y esfuerzo continuo, sin las modernidades y la diversidad de perfiles profesionales que hoy en día se ofrece. (5)		
B) ORIGINALIDAD Y NOTORIEDAD (30 PUNTOS)		10,00
Comentario:		
La propuesta presentada traslada de forma suficiente el concepto que se desea transmitir (4), pero es fácilmente rebatible (3) con frases populares como “aquí no hay quien viva” por lo que corre el riesgo de que la campaña se vuelva en contra de los objetivos buscados (1), con lo que el impacto de la idea creativa se difumina (2).		
c) VERSATILIDAD (20 PUNTOS)		5,00
Comentario:		
La claridad y el tono del mensaje, así como la credibilidad que el mismo pueda generar en el público objetivo son suficientes. (5) Los mensajes para transmitir en las cuñas sólo reflejan profesiones en masculino, omitiendo a las mujeres. También se cometen errores gramaticales importantes, confundiendo los conceptos “sílabas” y “letras”. (0)		
TOTAL (0 - 100)		35,00

Código seguro de Verificación : GEN-a82f-c56b-64ad-b8b9-1b0d-6a4c-d074-9bbe | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección :
<https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>





FICHA DE VALORACIÓN		EXP: 20240000093
LICITADOR Nº 7	B83399865 – THE BOX ADVERTISING, S.L.	
VALORACIÓN TÉCNICA DE LA OFERTA (0 - 100)		Calificación
D) ADECUACIÓN DE LOS OBJETIVOS (50 PUNTOS)		45,00
Comentario:		
Las piezas propuestas son coherentes entre ellas, trasmite los valores que el Ministerio quiere amplificar. (15) Muestra la realidad cambiante y adaptativa del mundo rural y cómo bajo cualquier coyuntura el sector primario consigue generar empleos (15), ya sean los más tradicionales o los que tienen que ver con las nuevas tecnologías, pero sin subsumirlos a futuribles. (8) Recoge una diversidad de público y visibiliza a las nuevas generaciones agrarias. (7)		
E) ORIGINALIDAD Y NOTORIEDAD (30 PUNTOS)		25,00
Comentario:		
La propuesta presentada resulta innovadora (8), tratando las nuevas profesiones agrarias como protagonistas de la campaña, por lo que cobra fuerza (8), a la vez que resulta amable y familiar y un amplio espectro del público puede verse representada. (4) La estética se ajusta a la línea que el Ministerio suele transmitir y es suficientemente llamativa en sus claims para generar ruido.(5)		
F) VERSATILIDAD (20 PUNTOS)		16,00
Comentario:		
La claridad y el tono del mensaje, así como la credibilidad que el mismo pueda generar en el público objetivo son suficientes. (8) Son mensajes llamativos que captan la atención y pueden generar un interés extra sobre el tema una vez son leídos. (8)		
TOTAL (0 - 100)		86,00

Código seguro de Verificación : GEN-a82f-c56b-64ad-b8b9-1b0d-6a4c-d074-9bbe | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección :
<https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>





FICHA DE VALORACIÓN		EXP: 202400000093
LICITADOR Nº 8	B85551802 – ONDA MEDIAPLAN, S.L.	
VALORACIÓN TÉCNICA DE LA OFERTA (0 - 100)		Calificación
A) ADECUACIÓN DE LOS OBJETIVOS (50 PUNTOS)		30,00
Comentario:		
Las piezas propuestas son coherentes entre ellas, transmite (15) los valores que el Ministerio quiere amplificar (15). El juego de palabras con la palabra “sembrar” aleja del objetivo principal de la idea creativa que se busca: atraer a un nuevo público que no vea en esta campaña un mensaje ya visto. No incentivar concretamente la presencia de mujeres y jóvenes en las acciones profesionales vinculadas al mundo rural y al sector primario, y tampoco potencia el relevo generacional, la digitalización y la lucha contra el cambio climático. (0)		
B) ORIGINALIDAD Y NOTORIEDAD (30 PUNTOS)		14,00
Comentario:		
La propuesta presentada resulta atractiva al tratar las nuevas profesiones agrarias como protagonistas, (7) por lo que cobra fuerza (7). Los textos no acompañan ese mensaje concreto y novedoso al centrarse en conceptos demasiado abiertos que pueden resultar abstractos (0) para el público general sin generar conversación social (0).		
C) VERSATILIDAD (20 PUNTOS)		18,00
Comentario:		
La claridad y el tono del mensaje, así como la credibilidad que el mismo pueda generar en el público objetivo son suficientes. (8) Son mensajes llamativos que captan la atención y pueden generar un interés extra sobre el tema una vez son leídos. (10)		
TOTAL (0 - 100)		62,00

Código seguro de Verificación : GEN-a82f-c56b-64ad-b8b9-1b0d-6a4c-d074-9bbe | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección :
<https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>





FICHA DE VALORACIÓN		EXP: 202400000093
LICITADOR Nº 9	B91446922 – IMAGINA ADVERTISING, S.L.	
VALORACIÓN TÉCNICA DE LA OFERTA (0 - 100)		Calificación
A) ADECUACIÓN DE LOS OBJETIVOS (50 PUNTOS)		42,00
Comentario:		
Las piezas propuestas reflejan la realidad y diversidad de la población española y transmite los valores que el Ministerio quiere amplificar. (13) Pone el foco en el valor del trabajo agrario en todas sus vertientes (13) y personaliza esas historias en sus protagonistas, que son mayoritariamente mujeres y jóvenes. (10) La ligazón de los conceptos “manos”, “orgullo” y “oro” con los productos agroalimentarios españoles resulta interesante. (6)		
B) ORIGINALIDAD Y NOTORIEDAD (30 PUNTOS)		27,00
Comentario:		
La propuesta presentada resulta cercana, amable y familiar, por lo que un amplio espectro del público puede verse representada o sentirse atraída (10) dándole la fuerza al mensaje. (7) La estética se ajusta a la línea que el Ministerio suele transmitir (5), unir el orgullo de país a sus trabajos puede conllevar una mayor presencia mediática y que el público se identifique con lo que ve.(5)		
C) VERSATILIDAD (20 PUNTOS)		20,00
Comentario:		
Son mensajes adaptables a todos los formatos, impresos y digitales (10), y las imágenes son cercanas y suficientemente centradas para que el mensaje no se pierda (10).		
TOTAL (0 - 100)		89,00

Código seguro de Verificación : GEN-a82f-c56b-64ad-b8b9-1b0d-6a4c-d074-9bbe | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección :
<https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>





FICHA DE VALORACIÓN		EXP: 202400000093
LICITADOR Nº 10	B93696888 – INVERSIONES FRÁNCHEZ, S.L.	
VALORACIÓN TÉCNICA DE LA OFERTA (0 - 100)		Calificación
A) ADECUACIÓN DE LOS OBJETIVOS (50 PUNTOS)		4,00
Comentario:		
La sociedad agraria reflejada en las propuestas es coherente entre sí (2), no con la realidad que se viven en los municipios rurales de nuestro país. No se fomenta ni la presencia de mujeres y juventud agraria (0) ni los nuevos perfiles laborales presentes en la actividad agrícola y ganadera de hoy día (0), sino que parece alabar una imagen estereotipada de la población rural. (2)		
B) ORIGINALIDAD Y NOTORIEDAD (30 PUNTOS)		7,00
Comentario:		
El mensaje principal es poco original (2), una idea que está muy utilizada, por lo que no resulta ni fresca ni creativa (1). El eslogan propuesto recuerda a títulos cinematográficos fácilmente rebatibles (1), con connotaciones a evitar. (3)		
C) VERSATILIDAD (20 PUNTOS)		8,00
Comentario:		
Se valora positivamente la propuesta de una voz femenina y joven como posible locución en la cuña publicitaria (6), no así el texto, que no se ajusta a los objetivos. (2)		
TOTAL (0 - 100)		19,00

Código seguro de Verificación : GEN-a82f-c56b-64ad-b8b9-1b0d-6a4c-d074-9bbe | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección :
<https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>





FICHA DE VALORACIÓN		EXP: 202400000093
LICITADOR Nº 11	F06386619 – GESTOR.EX, S.C.	
VALORACIÓN TÉCNICA DE LA OFERTA (0 - 100)		Calificación
A) ADECUACIÓN DE LOS OBJETIVOS (50 PUNTOS)		19,00
Comentario:		
La propuesta no se ajusta a la voluntad de revalorizar el mundo rural en tanto que se está ligando al presente a una economía global (4). Sí que se valora muy positivamente la importancia que se da al sector primario (6), así como la presencia como protagonista de una mujer joven (4), que utiliza en su día a día las nuevas tecnologías (5).		
B) ORIGINALIDAD Y NOTORIEDAD (30 PUNTOS)		16,00
Comentario:		
La imagen no resulta innovadora e incluso poco ‘pulida’(5) lo que le hace perder gancho (4) e impacto (4). Los iconos que acompañan al eslogan no aportan y embarran lo que se quiere comunicar. (3)		
C) VERSATILIDAD (20 PUNTOS)		6,00
Comentario:		
Son mensajes adaptables a todos los formatos, impresos y digitales. (3) No resulta claro: la frase “el futuro es global” genera más preguntas que certezas y puede utilizarse como significación política en determinados ambientes. (3)		
TOTAL (0 - 100)		41,00

Código seguro de Verificación : GEN-a82f-c56b-64ad-b8b9-1b0d-6a4c-d074-9bbe | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección :
<https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>





FICHA DE VALORACIÓN		EXP: 202400000093
LICITADOR Nº 12	F67079111 – LA CLARA COMUNICACIÓN, S.C.C.L.	
VALORACIÓN TÉCNICA DE LA OFERTA (0 - 100)		Calificación
A) ADECUACIÓN DE LOS OBJETIVOS (50 PUNTOS)		40,00
Comentario:		
Las piezas propuestas reflejan la importancia del sector primario dentro de los niveles básicos de la vida. (15) Destaca la incidencia de los productos de la actividad agrícola y ganadera en la rutina de toda la ciudadanía y el impacto que ello conlleva. (15) Pone el foco en la importancia de los productos naturales y cuidar la tierra en un entorno cada vez más contaminado y que utiliza plásticos de un solo uso (8). Sin embargo, no utiliza un lenguaje inclusivo en la cuña, por lo que no refleja a las mujeres rurales (2).		
B) ORIGINALIDAD Y NOTORIEDAD (30 PUNTOS)		30,00
Comentario:		
La propuesta gráfica presentada resulta llamativa, distinta e innovadora (10). El impacto es grande (5), la utilización de un producto tan propio de nuestro país, presente hasta en el escudo, como es la granada, le da fuerza (10). Su capacidad de generar conversación puede ampliarse más allá de los objetivos propuestos a otras líneas de acción del Ministerio como es la lucha contra el desperdicio alimentario (5).		
C) VERSATILIDAD (20 PUNTOS)		20,00
Comentario:		
La claridad y el tono del mensaje (10), así como la credibilidad que el mismo pueda generar en el público objetivo son ajustados. El eslogan capta la atención y es fácilmente recordable. (10)		
TOTAL (0 - 100)		90,00

Código seguro de Verificación : GEN-a82f-c56b-64ad-b8b9-1b0d-6a4c-d074-9bbe | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección :
<https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>





FICHA DE VALORACIÓN		EXP: 202400000093
LICITADOR Nº 13	F90279639 – BLANK EXHIBITIONS	
VALORACIÓN TÉCNICA DE LA OFERTA (0 - 100)		Calificación
A) ADECUACIÓN DE LOS OBJETIVOS (50 PUNTOS)		11,00
Comentario:		
Las gráficas propuestas son coherentes entre sí pero no se ajustan a los objetivos, dado que ponen el foco en el medio rural como posible destino turístico o de teletrabajo (3) frente a la idea a fomentar que es destacar la importancia de los trabajos agrarios (3), clásicos y de nuevo cuño gracias a la implantación de las nuevas tecnologías (2). Nada de ello se ve reflejado. Se valora positivamente la presencia de mujeres. (3)		
B) ORIGINALIDAD Y NOTORIEDAD (30 PUNTOS)		7,00
Comentario:		
Las imágenes y los textos no se adaptan a la realidad agrícola y ganadera de la España del siglo XXI (3), tecnificada y modernizada, con pleno uso de las últimas tecnologías (2). No se encuentra tampoco conexión entre los títulos con las fotografías planteadas. (1) No hay conexión entre el eslogan y la imagen. (1)		
C) VERSATILIDAD (20 PUNTOS)		10,00
Comentario:		
Las gráficas son adaptables a los diversos formatos publicitarios en internet y entornos offline. (6) No resulta claro qué se quiere promover con los mensajes propuestos. (4)		
TOTAL (0 - 100)		28,00

Código seguro de Verificación : GEN-a82f-c56b-64ad-b8b9-1b0d-6a4c-d074-9bbe | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección :
<https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>





En el siguiente cuadro se resumen las puntuaciones según los criterios de valor, en orden decreciente:

LICITADOR	CRITERIO A hasta 50 puntos	CRITERIO B hasta 30 puntos	CRITERIO C hasta 20 puntos	TOTAL
LA CLARA COMUNICACIÓN, S.C.C.L.	40	30	20	90
IMAGINA ADVERTISING, S.L.	42	27	20	89
THE BOX ADVERTISING, S.L.	45	25	16	86
EUROPUBLIC COMUNICACIÓN, S.L.	30	20	18	68
POOL CREACIONES PUBLICITARIAS, S.L.	30	25	12	67
ONDA MEDIAPLAN, S.L.	30	14	16	62
AGENCIA EVOL PUBLICIDAD, S.A.U.	25	15	10	50
GESTOR.EX, S.C.	20	16	6	41
PDM MARKETING Y PUBLICIDAD DIRECTA, S.A.	20	12	8	40
KINES PRODUCCIONES, S.L.	20	10	5	35
BLANK EXHIBITIONS	11	7	10	28
CLIDEA DRESARROLLO, S.A.	12	8	7	27
INVERSIONES FRÁNCHEZ, S.L.	4	7	8	19

La Directora de Gabinete de la
Secretaría de Estado de
Agricultura y Alimentación

VºBº Director de Gabinete
Ministerio de Agricultura,
Pesca y Alimentación

Código seguro de Verificación : GEN-a82f-c56b-64ad-b8b9-1b0d-6a4c-d074-9bbe | Puede verificar la integridad de este documento en la siguiente dirección :
<https://sede.administracion.gob.es/pagSedeFront/servicios/consultaCSV.htm>

