

Agencia Evol Publicidad SAU

Puntuación Empresa	Memoria Descriptiva	Trabajos Previos	Ejercicio Creativo				Total
			Originalidad	Calidad	Adecuación mm	Claridad msg	
Agencia Evol Publicidad SAU	1,5	1,5	1	1,5	0	0	5,5

Memoria descriptiva Se presenta una memoria descriptiva de la empresa, en la que se describe el equipo, los valores y la dinámica de trabajo, aunque se echa en falta su modelo procedimental y organizativo de resolución de incidencias y capacidad de respuesta de las mismas.

Se presenta un dossier de **trabajos previos**, muchos de ellos para instituciones o entidades relacionadas con el sector de la alimentación. Resultan de un tono muy institucional, riguroso y serio, que se aleja de la estética y coherencia discursiva de la comunicación en RRSS de la empresa Mercamadrid, S.A. en los últimos años.

Originalidad. Impacto y creatividad limitados, dado que es una marca comúnmente utilizada para campañas de denominaciones de origen, programas televisivos, marcas registradas de empresas de alimentación, etc.

Calidad. El trabajo presentado no despierta mucho interés. Tiene una ejecución correcta, aunque carece del gancho necesario para atraer y despertar el interés del gran público. Es una campaña centrada en segmentos de más de 40 años.

Responde a la imagen de la empresa y Misión, Visión y Valores. Se presenta un ejercicio creativo que choca con la misión de la empresa, posicionándonos en la cadena alimentaria como origen de la misma, obviando el papel trascendental del sector primario, lo que sería entendido por el sector como un desprecio.

Claridad y comprensión del mensaje. Dado que partimos de un mensaje erróneo de la misión de Mercamadrid, s.a., hace muy difícil la comprensión del mismo. Además, todos los mensajes se enfocan hacia recuerdos de infancia o juventud, difícilmente entendibles por el público objetivo más joven.

Alcandora Publicidad SL

Empresa	Memoria Descriptiva	Trabajos Previos	Ejercicio Creativo				Total
			Originalidad	Calidad	Adecuación mm	Claridad msg	
Alcandora Publicidad SL	2,5	2,5	2	2	4	1	14

Memoria descriptiva muy completa, dando respuestas resolutivas a todos los parámetros solicitados.

Se presenta un dossier con diferentes ejemplos de **trabajos previos** de similares características a los solicitados, que permite fácilmente hacerse una idea de la calidad artística y creativa de los trabajos.

Originalidad. El concepto creativo que se presenta está bien desarrollado, aunque el impacto de las piezas ya está ensayado, da la sensación de haber sido visto con anterioridad.

Calidad. Dado que el concepto creativo es bueno, se despierta interés inicial, si bien los elementos empleados hacen dudar de su capacidad de mantener el interés en el tiempo, más allá del impacto inicial.

Responde a la imagen de la empresa y Misión, Visión y Valores. Se ajusta a la imagen corporativa, y no choca con la misión, visión y valores, sin aprovechar ninguna de las premisas que se exponen en ellas, especialmente en la visión.

Claridad y comprensión del mensaje. Los elementos de la campaña presentados no desarrollan coherente y adecuadamente el concepto creativo.

Amor de Madre SLU

Empresa	Memoria Descriptiva	Trabajos Previos	Ejercicio Creativo				Total
			Originalidad	Calidad	Adecuación mm	Claridad msg	
Amor de Madre SLU	1,5	1,5	4	4	5	3	19

Memoria descriptiva. Se presenta una memoria descriptiva de la empresa, en la que se describe el equipo, la dinámica de trabajo y muy especialmente los valores, aunque no queda claro su modelo procedimental y organizativo de resolución de incidencias y capacidad de respuesta de las mismas.

Se presenta un dossier de **trabajos previos**, en el que encontramos pocos ejemplos similares o comparables al ejercicio solicitado, o semejantes a los trabajos de Mercamadrid, S.A. en redes en los últimos años.

Originalidad. Se presenta una campaña fresca y original, en la que se mezcla el sector primario con el eslabón mayorista de una manera original. El concepto creativo es muy bueno, aunque se diluye en la gran diversidad de piezas y mensajes, lo que reduce el impacto.

Calidad. Despierta interés pero la multitud de piezas y mensajes dispersan el mismo. Mezclándose el objetivo del trabajo solicitado (prescripción del consumo de alimentos de temporada y proximidad), con otros objetivos.

Responde a la imagen de la empresa y Misión, Visión y Valores. Se ajusta a la imagen corporativa, y no choca con la misión, visión y valores, sin aprovechar ninguna de las premisas que se exponen en ellas, especialmente en la visión.

Claridad y comprensión del mensaje. Si bien el concepto creativo es muy original y fresco, se acompaña de segundos y terceros mensajes que hacen perder claridad y comprensión.

ASAP Global Solution SL

Empresa	Memoria Descriptiva	Trabajos Previos	Ejercicio Creativo				Total
			Originalidad	Calidad	Adecuación mm	Claridad msg	
ASAP Global Solution SL	0,5	0,5	0	0	0	0	1

Memoria descriptiva. Se presenta una memoria descriptiva de la empresa, de carácter académico y no descriptivo, que no refleja ni permite conocer la experiencia real de la empresa. No indicando el equipo disponible para el presente contrato.

Se presenta un dossier de **trabajos previos**, en el que encontramos pocos ejemplos similares o comparables al ejercicio solicitado, ni parecidos, ni semejantes a los trabajos de Mercamadrid, S.A. en redes en los últimos años.

Originalidad. Se presenta un extenso documento que recoge en su mayoría un marco teórico-académico sobre comunicación, incluyendo al final una propuesta creativa con piezas y mensajes muy vistos y con una estética anticuada. El *claim* no se ajusta al objetivo solicitado.

Calidad. Resulta un ejercicio con nula capacidad de despertar interés.

Responde a la imagen de la empresa y Misión, Visión y Valores. No responde ni a la imagen, ni a la misión, visión y valores de Mercamadrid, S.A.

Claridad y comprensión del mensaje. No se conoce el mensaje hasta llegar a la página 41, y el propuesto no cumple ninguno de los objetivos.

Atrevia Comunicacion SLU

Empresa	Memoria Descriptiva	Trabajos Previos	Ejercicio Creativo				Total
			Originalidad	Calidad	Adecuación mm	Claridad msg	

Atrevia Comunicacion SLU	2,5	2,5	2,5	4	4	4	19,5
--------------------------	-----	-----	-----	---	---	---	------

Memoria descriptiva completa que explica todos los aspectos requeridos.

Se presenta un completo dossier de **trabajos previos**, que permite entender el trabajo realizado en el segmento solicitado, aportando además los indicadores de cada uno de los ejemplos.

Originalidad. La idea creativa tiene una estética cuidada y elegante, aunque el impacto y notoriedad es limitado, pues no aportan grandes novedades sobre la línea actual del sector.

Calidad. Se valoran positivamente los ejemplos de post por su capacidad de despertar interés.

Responde a la imagen de la empresa y Misión, Visión y Valores. Responde a los requerimientos solicitados en este apartado.

Claridad y comprensión del mensaje. Los mensajes son claros, frescos y comprensibles.

Europublic Comunicacion SL

Empresa	Memoria Descriptiva	Trabajos Previos	Ejercicio Creativo				Total
			Originalidad	Calidad	Adecuación mm	Claridad msg	
Europublic Comunicacion SL	2,5	2	1	1	4	1	11,5

Memoria descriptiva completa que explica todos los aspectos requeridos.

Se presenta un dossier de **trabajos previos**, que permite entender el trabajo realizado previamente, echándose en falta un breve descriptivo, además de la enunciación de los proyectos.

Originalidad. La idea creativa es muy similar a una campaña ya realizada por Mercamadrid, S.A., a finales de 2016.

Calidad. El ejercicio es demasiado genérico, con lugares comunes, no aportando el atractivo necesario para despertar interés.

Responde a la imagen de la empresa y Misión, Visión y Valores. Se ajusta a la imagen corporativa, y no choca con la misión, visión y valores, sin aprovechar ninguna de las premisas que se exponen en ellas, especialmente en la visión.

Claridad y comprensión del mensaje. Se presentan propuestas gráficas, pero los post y mensajes no están definidos, más allá del *claim* y la idea creativa.

Good News Television SL

Empresa	Memoria Descriptiva	Trabajos Previos	Ejercicio Creativo				Total
			Originalidad	Calidad	Adecuación mm	Claridad msg	
Good News Television SL	1,5	2,5	2	2	4	1	13

Memoria descriptiva. Se presenta una memoria descriptiva de la empresa, en la que se describe el equipo, la dinámica de trabajo y muy especialmente los valores, aunque no queda claro su modelo procedimental y organizativo de resolución de incidencias y capacidad de respuesta de las mismas.

Se presenta un dossier con diferentes ejemplos de **trabajos previos** de similares características a los solicitados, que permite fácilmente hacerse una idea de la calidad artística y creativa de los trabajos.

Originalidad. El concepto creativo parece poco desarrollado, da la sensación de haber sido visto con anterioridad, por lo que el impacto de las piezas es limitado.

Calidad. los ejes planteados resultan poco novedosos, por lo que su capacidad de despertar interés se ve mermada.

Responde a la imagen de la empresa y Misión, Visión y Valores. Se ajusta a la imagen corporativa, y no choca con la misión, visión y valores, sin aprovechar ninguna de las premisas que se exponen en ellas, especialmente en la visión.

Claridad y comprensión del mensaje. los mensajes están poco desarrollados.

HEYAVENUE Comunicacion SL

Empresa	Memoria Descriptiva	Trabajos Previos	Ejercicio Creativo				Total
			Originalidad	Calidad	Adecuación mm	Claridad msg	
HEYAVENUE Comunicación SL	2,5	2,5	4	4	4	4	21

Memoria descriptiva completa que explica todos los aspectos requeridos.

Se presenta un dossier con diferentes ejemplos de **trabajos previos** de similares características a los solicitados, que permite fácilmente hacerse una idea de la calidad artística y creativa de los trabajos.

Originalidad. Se presenta una campaña fresca y original, en la que se mezclan mensajes coherentes con lo solicitado, con un tono y una imagen frescos y adaptados a redes sociales.

Calidad. Se valora positivamente la capacidad de despertar interés de los elementos elegidos en los ejemplos de post.

Responde a la imagen de la empresa y Misión, Visión y Valores. Se ajusta a la imagen de la empresa.

Claridad y comprensión del mensaje. Los mensajes se ajustan al concepto creativo.

Matchpoint Comunicacion SL

Empresa	Memoria Descriptiva	Trabajos Previos	Ejercicio Creativo				Total
			Originalidad	Calidad	Adecuación mm	Claridad msg	
Matchpoint Comunicacion SL	1,5	2	0,5	0	0	0	4

Memoria descriptiva. Se presenta una memoria descriptiva de la empresa, en la que se describe el equipo y sus funciones, reconocimientos externos, aunque no queda claro su modelo procedimental y organizativo ni el procedimiento de resolución de incidencias y capacidad de respuesta de las mismas.

Se presenta un dossier con diferentes ejemplos de **trabajos previos** con gran diversidad de ejemplos, pero muy pocos de similares características a los solicitados.

Originalidad. Se presenta una guía de uso y estilo de redes sociales, no solicitada.

Calidad. No se puede valorar, dado que no se ha presentado un ejercicio creativo de una campaña en redes sociales.

Responde a la imagen de la empresa y Misión, Visión y Valores. Lo presentado se ajusta a la imagen de la empresa, aunque no es el ejercicio solicitado.

Claridad y comprensión del mensaje. En los ejemplos presentados en la guía de uso de redes sociales, aparecen propuestas de mensajes, si bien no se ajustan al ejercicio solicitado.

Movilidadapp Iberica SL – Quelinka

Empresa	Memoria Descriptiva	Trabajos Previos	Ejercicio Creativo				Total
			Originalidad	Calidad	Adecuación mm	Claridad msg	
Movilidadapp Iberica SL - Quelinka	1,5	2	4,5	5	5	5	23

Memoria descriptiva. Se presenta una memoria descriptiva de la empresa, aunque adolece del procedimiento de resolución de incidencias y capacidad de respuesta de las mismas.

Se presenta un dossier con diferentes ejemplos de **trabajos previos**, similares a los solicitados, aunque se echa en falta un descriptivo más amplio, más allá del enunciativo.

Originalidad. La propuesta creativa presentada es original y muy fresca, contribuye al objetivo de la prescripción de productos, basando lo presentado en la temporalidad, obviando la proximidad.

Calidad. Se valora positivamente la capacidad de despertar interés por el atractivo y la cuidada estética de los elementos presentados.

Responde a la imagen de la empresa y Misión, Visión y Valores. Se ajusta a la imagen de la empresa, aprovechando elementos de la misión, visión y valores de la misma.

Claridad y comprensión del mensaje. Los mensajes propuestos son claros, frescos y comprensibles.

Ondamedia Plan SL

Empresa	Memoria Descriptiva	Trabajos Previos	Ejercicio Creativo				Total
			Originalidad	Calidad	Adecuación mm	Claridad msg	
Ondamedia Plan SL	2,5	2,5	5	5	5	5	25

Memoria descriptiva. Se presenta una memoria descriptiva de la empresa muy completa, que responde a todos los requerimientos planteados.

Se presenta un dossier con diferentes ejemplos de **trabajos previos**, similares a los solicitados, con descriptivos claros y amplios, sobre conceptos creativos, público objetivo, elementos, etc., incluyendo además indicadores.

Originalidad. La propuesta creativa presentada es innovadora, moderna, que impacta en el público objetivo y contribuye claramente a la prescripción de productos de temporada y proximidad, llegando a conceptualizar con terminología novedosa a este tipo de productos. Es la única empresa que ha aglutinado todos los elementos solicitados en una misma propuesta (prescripción de producto fresco, temporada, proximidad, y además en mercamadrid).

Calidad. La campaña despierta el interés del público objetivo con elementos modernos e innovadores, que engloban, además, todos los elementos solicitados, incluyendo la marca mercamadrid.

Responde a la imagen de la empresa y Misión, Visión y Valores. Se ajusta a la imagen de la empresa, y aprovecha todas las oportunidades descritas en la visión de la misma.

Claridad y comprensión del mensaje. Los mensajes propuestos son claros, frescos y comprensibles.

Pool Creaciones Publicitarias SL

Empresa	Memoria Descriptiva	Trabajos Previos	Ejercicio Creativo				Total
			Originalidad	Calidad	Adecuación mm	Claridad msg	
Pool Creaciones Publicitarias SL	1,5	2,5	5	4	4,5	5	22,5

Memoria descriptiva Se presenta una memoria descriptiva de la empresa, aunque no queda claro su modelo procedimental y organizativo ni el procedimiento de resolución de incidencias y capacidad de respuesta de las mismas.

Se presenta un dossier con diferentes ejemplos de **trabajos previos**, ajustados y similares a los solicitados.

Originalidad. La propuesta creativa presentada es original y muy fresca, contribuye al objetivo de la prescripción de productos de temporada (obviando la proximidad).

Calidad. El humor es el eje transversal de la campaña propuesta, que si bien podría despertar interés, puede generar dudas en los clientes de Mercamadrid, S.A., comercializadores directos de dichos productos, especialmente si se tiene en cuenta que mercamadrid, como marca, prácticamente desaparece.

Responde a la imagen de la empresa y Misión, Visión y Valores. Aunque se ajusta a la imagen de la empresa, puede colisionar con la misión y visión de la misma.

Claridad y comprensión del mensaje. Los mensajes propuestos son claros, frescos y comprensibles.

UTE Elesapiens

Empresa	Memoria Descriptiva	Trabajos Previos	Ejercicio Creativo				Total
			Originalidad	Calidad	Adecuación mm	Claridad msg	
UTE Elesapiens	2	1,5	0	0	0	0	3,5

Memoria descriptiva. Se presenta una memoria descriptiva de la empresa, aunque no queda claro su modelo procedimental y organizativo ni el procedimiento de resolución de incidencias y capacidad de respuesta de las mismas.



Se presenta un dossier con diferentes ejemplos de **trabajos previos**, pero con pocos de similares características a los solicitados.

Originalidad. La propuesta creativa presentada se basa en conceptos que chocan con la política de comunicación y estilo, tanto de la empresa como del sector de la alimentación, que evita atribuir propiedades que no corresponden a los productos. El impacto puede ser negativo para la empresa y para el objetivo de la campaña.

Calidad. El interés que despierte esta propuesta puede ser perjudicial para el objetivo, y la imagen y la credibilidad de la empresa.

Responde a la imagen de la empresa y Misión, Visión y Valores. Lo presentado no se ajusta a la imagen de la empresa, obviando la misión, visión y valores.

Claridad y comprensión del mensaje. Los mensajes propuestos son contradictorios con las imágenes.

Paloma de la Riva
Técnica área comunicación