

Criterios de Valor Lote 2

Contenido

Criterios y puntuación	1
Resumen de puntuación de criterios y tabla final.....	2
Criterios de valor de empresas	3

Criterios de Valor LOTE 2

A continuación se explican los criterios de valor. Se puntúan hasta 30 puntos de la siguiente manera.

Criterios y Puntuación

CRITERIO	PUNTUACIÓN
1- Video propuesta de Briefing <ul style="list-style-type: none">- Realización de briefing con partes importantes del mismo- Justificación de acuerdo a estrategia general de DG Turismo- Inclusión de producto destacado para DG de Turismo- Inclusión de varios productos destacado para DG de Turismo relacionados coherentemente- Definición de objeto, público objetivo- Story board- Medios recomendados para difusión, adaptación- Duración, idiomas, inclusión de subtítulos- Calendarización detallada	De 0 a 15
2.- Propuesta para documento necesario para PPM <ul style="list-style-type: none">- Realización de PPM con partes importantes del mismo- Detalles de elementos audiovisuales- Recursos utilizados,- Timing y calendarización de distintos procesos de producción- Justificación de acuerdo a estrategia general de DG Turismo	De 0 a 15
TOTAL	30 PUNTOS

Detalle de puntuación de criterios

TABLA RESUMEN

	Criterio	Criterio	Suma
Lote 2	1	2	
1. Grafik Bureau S.L.	12	10	22
2. Aplus Field Marketing S.L.	12	14	26
3. UTE Quality Media Producciones-Starpay Iberia S.L.	9,5	7	16,5
3. Lab Creative Studio S.L.	8,5	5	13,5
4. Mediaplus Equmedia S.L.	11	9	20
5. Ecogeo Consultoría Medioambiental	4,5	7	11,5

Criterios de Valor Grafik Bureau

Se elabora un briefing que abarca los aspectos esenciales del proyecto, justificándolo en función de la estrategia general de Turismo de la Comunidad de Madrid. Presenta el concepto creativo "*Comunidad de Madrid, Todo un mundo*" en el que se incorporan productos relevantes de la DG de Turismo y Hostelería, aunque no se profundiza en su desarrollo. Se establece claramente el objetivo del proyecto y se identifica el público al que va dirigido. Se sugieren los medios más adecuados para la difusión, con las adaptaciones necesarias.

Se presenta propuesta de documento necesario para PPM en el que aparecen elementos audiovisuales y recursos audiovisuales. No se desarrolla detalladamente la justificación de acuerdo a la estrategia general de Turismo de la Comunidad de Madrid.

Criterio 1 MAXIMO 15 PUNTOS		12
Criterio 2 MAXIMO 15 PUNTOS		10
SUMA TOTAL MAXIMO 30 PUNTOS		22

Criterios de Valor Aplus Field Marketing S.L.

Se aporta un briefing que incluye los aspectos más relevantes del proyecto, justificándolo según la estrategia general de Turismo de la Comunidad de Madrid. En el concepto creativo "*Celebración de amigos de EEUU de los 40 años en Madrid y Aranjuez*" incorpora varios productos destacados de la DG de Turismo y Hostelería de manera coherente y alineada. Además, se presenta un storyboard detallado junto con una calendarización exhaustiva. Los medios recomendados para difusión y su adaptación no están desarrollados.

Se incluye documento necesario para PPM, aunque sin desarrollo detallado, en el que se resalta los elementos audiovisuales y los recursos requeridos. También se proporciona una calendarización pormenorizada y una justificación que respalda la estrategia general de Turismo de la Comunidad de Madrid.

Criterio 1 MAXIMO 15 PUNTOS		12
Criterio 2 MAXIMO 15 PUNTOS		14
SUMA TOTAL MAXIMO 30 PUNTOS		26

Criterios de Valor UTE Quality Media Producciones-Starpay Iberia S.L.

Se presenta un briefing que detalla los elementos clave del proyecto, respaldado por la estrategia general de Turismo de la Comunidad de Madrid. Se identifica claramente el mercado objetivo y se abordan aspectos técnicos de la producción, junto con un storyboard. Se introduce el concepto creativo "*Regálale Madrid*" en el que 2 personas se van encontrando por diferentes recursos turísticos, principalmente de la ciudad de Madrid. Sin embargo, no se proporciona una calendarización para la producción ni se desarrollan los productos destacados de la DG de Turismo y Hostelería.

Se adjunta propuesta para documento necesario para PPM que incluye las secciones esenciales, así como información sobre el timing, los recursos empleados y los detalles de los elementos audiovisuales. Aunque no se desarrolla detalladamente la justificación de acuerdo a la estrategia general de Turismo de la Comunidad de Madrid.

Criterio 1 MAXIMO 15 PUNTOS		9,5
Criterio 2 MAXIMO 15 PUNTOS		7
SUMA TOTAL MAXIMO 30 PUNTOS		16,5

Criterios de Valor Lab Creative Studio

Se proporciona un briefing que abarca los elementos fundamentales del proyecto, junto con una justificación alineada a la estrategia general de Turismo de la Comunidad de Madrid. Se introduce el concepto creativo "*Madrid es mucho Madrid*" en el que no se abordan en profundidad los productos destacados de la DG de Turismo y Hostelería. Se sugieren los medios más adecuados para la difusión, incluyendo adaptaciones necesarias, duración y opciones de idiomas. Además, se elabora un briefing detallado pero la calendarización no está desarrollada.

En cuanto a la propuesta para documento necesario para PPM, no se desarrolla detenidamente las partes esenciales, aunque se detallan elementos audiovisuales y recursos utilizados.

Criterio 1 MAXIMO 15 PUNTOS		8,5
Criterio 2 MAXIMO 15 PUNTOS		5
SUMA TOTAL MAXIMO 30 PUNTOS		13,5

Criterios de Valor Mediaplus Equmedia S.L.

Se entrega un briefing completo que está justificado según la estrategia general de Turismo de la Comunidad de Madrid. El video tiene como concepto creativo " *Buitrago de Lozoya, más allá de lo que ves*" se fundamenta en un producto destacado de la DG de Turismo y Hostelería y se desarrolla en profundidad. Se incorporan los medios recomendados para la comunicación del video, junto con el storyboard y el timing, aunque no aparece en detalle. También se añade la duración sugerida, los idiomas disponibles y los canales de difusión recomendados.

En cuanto a la propuesta para documento necesario para PPM no se presenta un documento detallado y elaborado para la planificación del proyecto. Se incluyen únicamente los recursos utilizados y una calendarización y se justifica de acuerdo a estrategia general de Turismo de la Comunidad de Madrid.

Criterio 1 MAXIMO 15 PUNTOS		11
Criterio 2 MAXIMO 15 PUNTOS		9
SUMA TOTAL MAXIMO 30 PUNTOS		20

Criterios de Valor Ecogeo Consultoria MedioAmbiental

Se proporciona un briefing que detalla los elementos más relevantes del plan. Sin embargo, no se incluye una justificación basada en la estrategia general de Turismo de la Comunidad de Madrid. El briefing presenta los medios recomendados y las adaptaciones necesarias. Presenta storyboard poco detallado. No se aprecia clara la propuesta creativa, no se observa un claim claro, proponiéndose de forma muy general "*siendo el mensaje principal el que Madrid es una experiencia completa y única, donde se unen historia, modernidad, gastronomía, naturaleza y cultura en un solo destino.*"

En cuanto a la propuesta para documento necesario para PPM, se adjunta un documento que contiene los aspectos esenciales, así como detalles sobre los elementos audiovisuales y los recursos utilizados. No obstante, no se aborda detalladamente una justificación conforme a la estrategia general de la DG de Turismo y Hostelería.

Criterio 1 MAXIMO 15 PUNTOS		4,5
Criterio 2 MAXIMO 15 PUNTOS		7
SUMA TOTAL MAXIMO 30 PUNTOS		11,5

VºB

Firmado digitalmente por: TOLEDO MARTINEZ DE GALINSOGA CAROLINA
Fecha: 2024.10.21 14:46

Firmado digitalmente por: GONZÁLEZ MATRÁN ALBERTO
Fecha: 2024.10.21 14:40

Carolina Toledo Martínez de Galinsoga
Subdirectora General de Promoción Turística

Alberto González Matrán
Técnico de Apoyo