



Dirección General de Biodiversidad
y Gestión Forestal
CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE,
AGRICULTURA E INTERIOR

INFORME RELATIVO A LA VALORACIÓN DE LOS JUICIOS DE VALOR DE LAS OFERTAS PRESENTADAS AL CONTRATO DENOMINADO “ACTUACIONES INFORMATIVAS Y PROMOCIONALES PARA LA DIVULGACIÓN DEL PLAN DE IMPULSO DEL SECTOR FORESTAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID”

EXP.: A/SER-043053/2025

1. Antecedentes

Por Orden 722/2026, de fecha 3 de marzo de 2026, se aprueba el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y el de Prescripciones Técnicas Particulares que han de regir la adjudicación y ejecución del Contrato mixto de Servicios y Suministro titulado “ACTUACIONES INFORMATIVAS Y PROMOCIONALES PARA LA DIVULGACIÓN DEL PLAN DE IMPULSO DEL SECTOR FORESTAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID”.

Así mismo por la citada Orden se aprueba el expediente de contratación y se acuerda la apertura de procedimiento abierto simplificado para la adjudicación del contrato, mediante pluralidad de criterios, al amparo de lo previsto en los artículos 131 y 159 de La Ley 9/2017, de la referida Ley de Contratos del Sector Público.

En el PCAP se establece la división en cuatro lotes.

Lote nº	Descripción	CPV
000001	Prestación de servicios audiovisuales profesionales para la creación de videos divulgativos del Plan de impulso del sector forestal de la Comunidad de Madrid	92111000-2. Servicios de producción de películas de cine y vídeo
000002	Prestación del servicio de diseño de piezas digitales adaptadas a distintos formatos de comunicación del Plan de impulso del sector forestal de la Comunidad de Madrid	79342200-5. Servicios de promoción
000003	Prestación del servicio de diseño de la creatividad y la artefinalización de una cuña de radio de 20 segundos sobre el Plan de impulso del sector forestal de la Comunidad de Madrid	79342200-5. Servicios de promoción
000004	Suministro de material promocional del Plan de impulso del sector forestal de la Comunidad de Madrid	39294100-0. Productos de información y promoción

El día 8 de abril de 2026 se realiza la calificación de la documentación administrativa y la apertura de ofertas técnicas relativas a los criterios de adjudicación cuya cuantificación dependa de un juicio de valor.

El día 29 de abril de 2026 se examina la documentación presentada por los licitadores en periodo de subsanación.

El Área de Promoción y Educación Ambiental como unidad gestora promotora del contrato EXP.: A/SER-043053/2025 procede a realizar la valoración de las proposiciones presentadas por los licitadores que se relacionan a continuación para cada uno de los cuatro lotes.

Lote nº 1

- CHRISTIAN CLAUDIO ESPOSITO
- IMPULSA.TV CONTENIDO AUDIOVISUAL SLU
- RECREAR AUDIO VISUAL SL



La autenticidad de este documento se puede comprobar en
<https://gestiona.comunidad.madrid/csv>
mediante el siguiente código seguro de verificación: 1221323920817743690584

- COMUNICA IMAGEN Y COMUNICACIÓN SL
- INANIA CREACIÓN AUDIOVISUAL SL

Lote nº 2

- VICTION STRATEGY SL
- COMUNICA IMAGEN Y COMUNICACIÓN SL

Lote nº 3

- COMUNICA IMAGEN Y COMUNICACIÓN SL

Lote nº 4

- COMUNICA IMAGEN Y COMUNICACIÓN SL
- MUNDICORP ESPAÑA SL

2. Criterios cuya cuantificación requieren de un juicio de valor

A continuación se exponen los criterios cuya cuantificación requieren de un juicio de valor para cada uno de los lotes citados.

Valoración técnica del Lote nº 1

- Capacidad de síntesis y eficacia de la comunicación. Hasta diez puntos

Se valorará:

- La claridad de la presentación y la relevancia de la información proporcionada (hasta 5 puntos)

Propuesta altamente destacable. 5 puntos

Propuesta coherente con leves oportunidades de mejora. 2,5 puntos

Cumple de forma correcta pero con significativas necesidades de mejora. 1 punto

Cumple parcialmente o con desajustes. 0,5 puntos

Propuesta confusa. 0 puntos

- La capacidad de transmitir los aspectos más relevantes de las actuaciones de manera fácilmente comprensible para el público (hasta 5 puntos)

Propuesta altamente destacable. 5 puntos

Propuesta coherente con leves oportunidades de mejora. 2,5 puntos

Cumple de forma correcta pero con significativas necesidades de mejora. 1 punto

Cumple parcialmente o con desajustes. 0,5 puntos

Propuesta confusa. 0 puntos

Para su puntuación se deberá presentar escaleta de cada uno de los audiovisuales.

- Creatividad y originalidad. Hasta diez puntos

Se valorará:

- La presentación de un enfoque creativo para cada uno de los tres audiovisuales (hasta 5 puntos). Se analiza el uso de recursos visuales y sonoros

Propuesta altamente destacable. 5 puntos
Propuesta coherente con leves oportunidades de mejora. 2,5 puntos
Cumple de forma correcta pero con significativas necesidades de mejora. 1 punto
Cumple parcialmente o con desajustes. 0,5 puntos
Propuesta confusa. 0 puntos

- La originalidad de la idea (hasta 5 puntos). Se analiza narrativas, conceptos, realización y enfoques o perspectivas novedosas y creativas.

Propuesta altamente destacable. 5 puntos
Propuesta coherente con leves oportunidades de mejora. 2,5 puntos
Cumple de forma correcta pero con significativas necesidades de mejora. 1 punto
Cumple parcialmente o con desajustes. 0,5 puntos
Propuesta confusa. 0 puntos

Para su puntuación se deberá presentar propuesta de la creatividad en la que se desarrolle el briefing expuesto en el Anexo II del PPT (desarrollo del concepto creativo a través de storyboard y escaletas), descripción del equipo, material y personal adscrito a la ejecución de los trabajos y planificación del rodaje.

Valoración técnica del Lote nº 2

- Alineación entre la propuesta creativa de las piezas y los objetivos de comunicación fijados. Hasta 11 puntos

Propuesta altamente destacable. 11 puntos
Propuesta coherente con leves oportunidades de mejora. 5,5 punto
Cumple de forma correcta pero con significativas necesidades de mejora. 2 puntos
Cumple parcialmente o con desajustes. 1 punto
Propuesta confusa. 0 puntos

Para su puntuación se deberá presentar bocetos de dos piezas: banner e infografía.

- Creatividad y originalidad de la propuesta. Capacidad del enfoque creativo para destacar y diferenciar la campaña en el entorno digital. Hasta 10 puntos

Propuesta altamente destacable. 10 puntos
Propuesta coherente con leves oportunidades de mejora. 5 puntos
Cumple de forma correcta pero con significativas necesidades de mejora. 2 puntos
Cumple parcialmente o con desajustes. 1 punto
Propuesta confusa. 0 puntos

Para su puntuación se deberá presentar bocetos de piezas: banner, infografía y anuncios gráficos para redes sociales.

Valoración técnica del Lote nº 3

- Originalidad de la idea comunicativa en la cuña de radio. Nivel de novedad de la propuesta y su capacidad de diferenciación frente a mensajes comunes. Hasta 11 puntos

Propuesta altamente destacable. 11 puntos
Propuesta coherente con leves oportunidades de mejora. 5,5 punto
Cumple de forma correcta pero con significativas necesidades de mejora. 2 puntos
Cumple parcialmente o con desajustes. 1 punto
Propuesta confusa. 0 puntos

Para su puntuación se deberá presentar escaleta de la cuña de radio que incluya estructura, diálogos, efectos de sonido e indicaciones sobre la locución.

- Adecuación de la cuña de radio al público objetivo. Hasta 10 puntos

Propuesta altamente destacable. 10 puntos

Propuesta coherente con leves oportunidades de mejora. 5 puntos

Cumple de forma correcta pero con significativas necesidades de mejora. 2 puntos

Cumple parcialmente o con desajustes. 1 punto

Propuesta confusa. 0 puntos

Para su puntuación se deberá presentar escaleta de la cuña de radio que incluya estructura, diálogos, efectos de sonido e indicaciones sobre la locución.

Valoración técnica del Lote nº 4

Criterio subjetivo

- Originalidad de la incorporación de la imagen de Madrid Forestal en el material promocional. Hasta 10 puntos

Se valora la capacidad para aplicar la imagen Madrid Forestal, sin alejarse de los elementos básicos del manual de identidad visual. Se valoran positivamente las propuestas que aportan un valor añadido estético que refuerza la percepción positiva de la marca.

Propuesta altamente destacable en todos los diseños. 10 puntos

Propuesta de interés con necesidad de mejora en un máximo de dos de los diseños. 6 puntos

Cumple los requerimientos de identidad gráfica de forma correcta pero con significativas necesidades de mejora en más de dos de los diseños. 3 puntos

Cumple parcialmente los requerimientos de identidad gráfica o con desajustes significativos en los diseños. 0 puntos

Para su puntuación se deberá presentar boceto de cada uno de los productos a suministrar.

3. Exposición y justificación de la valoración realizada

Seguidamente se expone la puntuación otorgada a las propuestas presentadas por los licitadores admitidos en cada uno de los cuatro lotes.

Lote nº 1.

Licitador: CHRISTIAN CLAUDIO ESPOSITO

Presenta documento de propuesta técnica estructurado en 8 puntos:

- Presentación de la propuesta
- Comprensión del briefing y objetivos de comunicación
- Concepto creativo general de campaña
- Arquitectura de contenidos de las tres piezas audiovisuales
- Propuesta creativa por pieza audiovisual
- Plan de producción y rodaje
- Equipo humano adscrito al contrato
- Medios técnicos adscritos

Incluye escaletas y storyboard de cada uno de los tres audiovisuales.
Puntuación total: **20 puntos**

- Capacidad de síntesis y eficacia de la comunicación
 - La claridad de la presentación y la relevancia de la información proporcionada
Propuesta altamente destacable. 5 puntos
 - La capacidad de transmitir los aspectos más relevantes de las actuaciones de manera fácilmente comprensible para el público
Propuesta altamente destacable. 5 puntos
- Creatividad y originalidad
 - La presentación de un enfoque creativo para cada uno de los tres audiovisuales
Propuesta altamente destacable. 5 puntos
 - La originalidad de la idea
Propuesta altamente destacable. 5 puntos

Se valoran muy positivamente todos los aspectos de la propuesta.

Destacan la claridad en la exposición y la comprensión de los aspectos a destacar. Resalta el objetivo clave de reformular la percepción que la ciudadanía tiene del monte y de su gestión. Y la capacidad de conectar la gestión con ideas que la sociedad reconoce como valiosas: protección, equilibrio, futuro, salud ambiental, prevención y desarrollo.

La propuesta plantea una identidad común para las tres piezas audiovisuales, para desarrollar funciones narrativas complementarias. Con ideas fuerzas expuestas muy acertadas.

Al igual que se considera adecuado el desarrollo narrativo expuesto basado en una estructura progresiva organizada en tres movimientos (relacionados con las ideas fuerzas que considera).

Los enfoques visual y sonoro descritos aportan un alto ritmo e impacto narrativo.

Finalmente se valora positivamente la forma de integrar la marca y línea gráfica institucional de Madrid Forestal.

Licitador: IMPULSA TV CONTENIDO AUDIOVISUAL SLU

Presenta un documento de propuesta, firmada por representante de la empresa, para su valoración. Estructurado en dos bloques para justificar los criterios a valorar: Capacidad de síntesis y eficacia de la comunicación y Creatividad y originalidad.

El documento incluye escaletas y story board de cada uno de los tres audiovisuales.

Parte del concepto creativo “Gestionar para conservar” y plantea una narrativa estructurada en cinco fases: valor, problema, intervención, beneficio y futuro.

Puntuación total: **10 puntos**

- Capacidad de síntesis y eficacia de la comunicación
 - La claridad de la presentación y la relevancia de la información proporcionada
Propuesta coherente con leves oportunidades de mejora. 2,5 puntos
 - La capacidad de transmitir los aspectos más relevantes de las actuaciones de manera fácilmente comprensible para el público
Propuesta coherente con leves oportunidades de mejora. 2,5 puntos
- Creatividad y originalidad
 - La presentación de un enfoque creativo para cada uno de los tres audiovisuales
Propuesta coherente con leves oportunidades de mejora. 2,5 puntos
 - La originalidad de la idea
Propuesta coherente con leves oportunidades de mejora. 2,5 puntos

En términos generales se considera que la propuesta es correcta. Se observa que existe una comprensión del licitador del alcance del trabajo y de los objetivos planteados en el PPT que rige el contrato. Pero la exposición de la propuesta carece de la definición y desarrollo necesarios para poder realizar una valoración que pudiera obtener una mayor puntuación.

Licitador: RECREAR AUDIO VISUAL SL

Presenta un documento de propuesta, firmada por representante de la empresa, para su valoración.

El documento incluye referencias directas a cuestiones que son objeto de valoración objetiva.

En la página 5, al exponer el concepto creativo de su propuesta dice: *"La presente propuesta incorpora mejoras alineadas con los criterios de adjudicación establecidos en el pliego, incluyendo la integración de grabaciones aéreas mediante VANT en 10 enclaves naturales, la incorporación de subtítulos en inglés en las tres piezas audiovisuales, la utilización de grafismos explicativos y la ampliación de jornadas de grabación mediante días adicionales ofertados"*.

Realiza una propuesta de enclaves para grabaciones aéreas. Menciona la experiencia en años del personal adscrito a la ejecución del contrato.

El art. 157.2 de la LCSP, establece que Cuando, de conformidad con lo establecido en el artículo 145 se utilicen una pluralidad de criterios de adjudicación, los licitadores deberán presentar la proposición en dos sobres o archivos electrónicos: uno con la documentación que deba ser valorada conforme a los criterios cuya ponderación depende de un juicio de valor, y el otro con la documentación que deba ser valorada conforme a criterios cuantificables mediante la mera aplicación de fórmulas.

Por ello no se procede a valorar la oferta.

Licitador: COMUNICA IMAGEN Y COMUNICACIÓN SL

Presenta un documento de propuesta, firmada por representante de la empresa, para su valoración.

Su exposición incluye como concepto creativo la idea central: *Los bosques no se cuidan solos*.
Un enfoque narrativo secuenciado en tres partes: apertura emocional breve; desarrollo institucional;
cierre emocional.

Y un desarrollo audiovisual que plantea la realización de tres piezas audiovisuales coherentes entre
sí, adaptadas a distintos formatos y objetivos de difusión.

Puntuación total: **10 puntos**

- Capacidad de síntesis y eficacia de la comunicación
 - La claridad de la presentación y la relevancia de la información proporcionada
Propuesta altamente destacable. 2,5 puntos
 - La capacidad de transmitir los aspectos más relevantes de las actuaciones de
manera fácilmente comprensible para el público
Propuesta altamente destacable. 2,5 puntos
- Creatividad y originalidad
 - La presentación de un enfoque creativo para cada uno de los tres audiovisuales
Propuesta altamente destacable. 2,5 puntos
 - La originalidad de la idea
Propuesta altamente destacable. 2,5 puntos

Se valora de forma muy positiva la claridad y sencillez sobre cómo incorpora la idea fuerza que
debe estar presente: para conservar hay que intervenir. Sin embargo la propuesta decae al no
integrar la variedad de elementos de interés que conlleva esta intervención (dinamización de la
economía rural; fijación de la población en zonas rurales; el aprovechamiento de los recursos
naturales de los montes; el refuerzo de la resistencia y resiliencia de los bosques).

El desarrollo audiovisual de las tres piezas comparten los mismos conceptos de narración, de tono y
de identidad visual. Corre el riesgo de mostrar la apariencia de la adaptación de un mismo montaje
a diferentes duraciones.

Licitador: INANIA CREACIÓN AUDIOVISUAL SL

Su propuesta está formada por dos documentos.

En el primero de ellos expone de forma muy breve su propuesta creativa basada en un esquema
dramático clásico. La crisis climática y la falta de gestión amenazan los bosques. La Comunidad de
Madrid, a través de su plan de acción, se representa como “salvadora”.

El segundo documento contiene las escaletas de los tres audiovisuales.

Puntuación total: **7 puntos**

- Capacidad de síntesis y eficacia de la comunicación
 - La claridad de la presentación y la relevancia de la información proporcionada

Cumple de forma correcta pero con significativas necesidades de mejora. 1 punto

- La capacidad de transmitir los aspectos más relevantes de las actuaciones de manera fácilmente comprensible para el público

Cumple de forma correcta pero con significativas necesidades de mejora. 1 punto

– Creatividad y originalidad

- La presentación de un enfoque creativo para cada uno de los tres audiovisuales

Propuesta altamente destacable. 2,5 puntos

- La originalidad de la idea

Propuesta altamente destacable. 2,5 puntos

La exposición de la propuesta es escueta y carente de suficiente definición, lo que condiciona su valoración.

La estructura y desarrollo de contenidos se consideran desordenados y confusos. El enfoque creativo tiene una mejor consideración y por ello mayor valoración.

Licitador	Criterio	Puntuación
CHRISTIAN CLAUDIO ESPOSITO	Capacidad de síntesis y eficacia de la comunicación	
	La claridad de la presentación y la relevancia de la información proporcionada	5
	La capacidad de transmitir los aspectos más relevantes de las actuaciones de manera fácilmente comprensible para el público	5
	Subtotal	10
	Creatividad y originalidad	
	La presentación de un enfoque creativo para cada uno de los tres audiovisuales	5
	La originalidad de la idea	5
	Subtotal	10
		20
IMPULSA TV CONTENIDO AUDIOVISUAL SLU	Capacidad de síntesis y eficacia de la comunicación	
	La claridad de la presentación y la relevancia de la información proporcionada	2,5
	La capacidad de transmitir los aspectos más relevantes de las actuaciones de manera fácilmente comprensible para el público	2,5
	Subtotal	5
	Creatividad y originalidad	
	La presentación de un enfoque creativo para cada uno de los tres audiovisuales	2,5
	La originalidad de la idea	2,5
	Subtotal	5
		10
RECREAR AUDIO VISUAL SL	-	-

Licitador	Criterio	Puntuación
COMUNICA IMAGEN Y COMUNICACIÓN SL	Capacidad de síntesis y eficacia de la comunicación	
	La claridad de la presentación y la relevancia de la información proporcionada	2,5
	La capacidad de transmitir los aspectos más relevantes de las actuaciones de manera fácilmente comprensible para el público	2,5
	Subtotal	5
	Creatividad y originalidad	
	La presentación de un enfoque creativo para cada uno de los tres audiovisuales	2,5
	La originalidad de la idea	2,5
	Subtotal	5
		10
INANIA CREACIÓN AUDIOVISUAL SL	Capacidad de síntesis y eficacia de la comunicación	
	La claridad de la presentación y la relevancia de la información proporcionada	1
	La capacidad de transmitir los aspectos más relevantes de las actuaciones de manera fácilmente comprensible para el público	1
	Subtotal	2
	Creatividad y originalidad	
	La presentación de un enfoque creativo para cada uno de los tres audiovisuales	2,5
	La originalidad de la idea	2,5
	Subtotal	5
		7

Lote nº 2.

VICTION STRATEGY SL

Puntuación: **7.5 puntos**

- Alineación entre la propuesta creativa de las piezas y los objetivos de comunicación fijados

Propuesta coherente con leves oportunidades de mejora. 5,5 punto

- Creatividad y originalidad de la propuesta

Cumple de forma correcta pero con significativas necesidades de mejora. 2 puntos

Presenta memoria técnica firmada por representante de la empresa licitadora que incluye propuesta creativa y de diseño. Expone dos líneas creativas. Presenta bocetos de banner (doble robapáginas; mega banner; banner Skyscraper), infografía y anuncios gráficos para redes sociales.

La alineación de la creatividad con los objetivos de comunicación fijados presenta carencias relevantes. La originalidad de la propuesta creativa es sustancialmente mejorable.

COMUNICA IMAGEN Y COMUNICACIÓN SL

Puntuación: **16 puntos**

- Alineación entre la propuesta creativa de las piezas y los objetivos de comunicación fijados.

Propuesta altamente destacable. 11 puntos

- Creatividad y originalidad de la propuesta

Propuesta coherente con leves oportunidades de mejora. 5 puntos

Presenta memoria técnica firmada por representante de la empresa licitadora que incluye propuesta creativa y de diseño. Presenta bocetos de anuncios digitales, banners e infografías.

La relación entre la creatividad y los objetivos de comunicación es destacable. La originalidad de la propuesta creativa tiene margen de mejora.

Licitador	Criterio	Puntuación
VICTION STRATEGY SL	Alineación entre la propuesta creativa de las piezas y los objetivos de comunicación fijados	5,5
	Creatividad y originalidad de la propuesta	2
		7,5
COMUNICA IMAGEN Y COMUNICACIÓN SL	Alineación entre la propuesta creativa de las piezas y los objetivos de comunicación fijados	11
	Creatividad y originalidad de la propuesta	5
		16

Lote nº 3.

COMUNICA IMAGEN Y COMUNICACIÓN SL

Presenta memoria técnica firmada por representante de la empresa licitadora que incluye una escaleta de cuña de radio de 38 segundos de duración que incluye estructura, diálogos, efectos de sonido e indicaciones sobre la locución.

El lote nº 3 incluye la prestación del servicio de diseño de la creatividad y la artefinalización (confección del guion y grabación de las locuciones) de una cuña de radio de 20 segundos sobre el Plan de impulso del sector forestal de la Comunidad de Madrid.

Al presentar una escaleta de cuña de radio de una duración (38 segundos) significativamente superior a la requerida (20 segundos) no procede su valoración.

Lote nº 4

Licitador: COMUNICA IMAGEN Y COMUNICACIÓN SL

Puntuación: **3 puntos**

- Originalidad de la incorporación de la imagen de Madrid Forestal en el material promocional

Cumple los requerimientos de identidad gráfica de forma correcta pero con significativas necesidades de mejora en más de dos de los diseños. 3 puntos

Presenta memoria técnica firmada por representante de la empresa licitadora que incluye bocetos de la incorporación del logo de Madrid Forestal en los diferentes materiales promocionales a suministrar. No presenta ninguna propuesta que aporte un valor estético añadido o que pueda reforzar la percepción positiva de Madrid Forestal.

Licitador: MUNDICORP ESPAÑA SL

Puntuación: **0 puntos**

No presenta la documentación requerida para la valoración de este criterio.

Licitador	Criterio	Puntuación
COMUNICA IMAGEN Y COMUNICACIÓN SL	Originalidad de la incorporación de la imagen de Madrid Forestal en el material promocional	3
MUNDICORP ESPAÑA SL		0

En Madrid, a la fecha de la firma
EL JEFE DE AREA DE PROMOCIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL
ALBERTO ALONSO RODRÍGUEZ

Firmado digitalmente por: ALONSO RODRIGUEZ ALBERTO JAVIER
Fecha: 2026.04.29 15:10