

**Ref:** C-333A/006-26  
**Exp:** (P/SER-012701/2026)

**Objeto del contrato:** SERVICIOS AUDIOVISUALES PARA LA DIRECCIÓN GENERAL DE CULTURA E INDUSTRIAS CREATIVAS DE LA CONSEJERÍA DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE PARA EL AÑO 2027

## **INFORME TÉCNICO RELATIVO A LA CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN EVALUABLES MEDIANTE JUICIO DE VALOR**

**Madrid, a fecha de la firma**

El presente informe analiza la documentación presentada por las empresas licitadoras en relación a los criterios de adjudicación evaluables mediante juicio de valor. De acuerdo a lo establecido en los puntos 9 y 10 de la Cláusula 1 "Características del contrato" del PCAP, la propuesta técnica deberá contener una memoria descriptiva de los servicios objeto de contrato que se analizan a continuación.

Las empresas licitadoras que presentan memoria descriptiva de los servicios objeto de contrato son: Baker y Daniels S.L, Christian Claudio Espósito, ECOGEO Consultoria Medioambiental S.L.U, Eleventh Floor S.COOP.MAD, Good News Television S.L., Impulsa TV Contenido Audiovisual S.L.U., Pentapixma Design S.L. y Recámara Producciones S.L.

### **1. Propuesta técnica. Hasta 25 puntos**

**1.1. Descripción de la estrategia y los puntos clave comunicacionales de los videos, así como la creatividad y las estrategias de difusión de la exposición y/o atracción de la atención del espectador.**

#### **BAKER Y DANIELS S.L.**

1. En cuanto a la descripción de la estrategia establecen que no existe un único lenguaje visual válido y proponen una coherencia entre el lenguaje de la obra y el vídeo extrayendo de la propia exposición un lenguaje propio. En cuanto a los puntos clave comunicacionales hacen un análisis por tipología de contenido, diferenciando entre los vídeos de la Red Itiner, las salas de exposiciones y los museos, adecuando a cada uno de los espacios diferenciados las estrategias comunicacionales.
2. En cuanto a las estrategias de difusión y atracción del espectador, la empresa establece una tabla donde diferencia tipos de formatos, canales prioritarios (como la web institucional y el canal de YouTube de la Consejería y la función comunicacional). Detallando de manera clara y concisa dichas funciones para causar el mayor impacto comunicacional en relación con el tiempo e incluso estableciendo una diferencia entre los vídeos que van con subtítulo y los que no
3. Finalmente hace una mención expresa a la metodología de trabajo y coordinación con la dirección facultativa dejando claro la importancia del trabajo continuo con la Subdirección General de Bellas Artes.



**Esta empresa presenta de manera detallada que ha comprendido todo lo que se pide en la valoración del informe y hace un buen desarrollo de las diferentes estrategias, así como de la creatividad, pero se echa en falta una mención y/o desarrollo del aspecto técnico en la consecución de sus estrategias. Está bien definido lo que quieren conseguir, pero carece de concreción sobre cómo lo va a conseguir técnicamente.**

Puntuación BAKER Y DANIELS S.L.: 12 puntos.

### **CHRISTIAN CLAUDIO ESPOSITO**

1. En cuanto al primer elemento sobre la estrategia comunicacional y puntos clave, la empresa detalla de manera óptima que se realizará una narrativa estructurada de los vídeos, diferenciando entre inicio, desarrollo y desenlace para conseguir un mensaje claro y directo. En el informe se establecen de manera detallada los puntos clave comunicacionales, organizándose en cuatro ejes, contextualización, humanización, valor cultural y conexión emocional.
2. En cuanto a la creatividad y el diseño de los vídeos hace un desglose del desarrollo visual de los vídeos, su estética visual, el grafismo, el editing dinámico, la música, planos generales y de detalles, detallando incluso cómo será la cabecera que abre el vídeo. Además, incluye elementos técnicos como la incorporación de planos de dron, la mejora en la iluminación y el uso de colores contrastado. Establecen, que todos los vídeos tendrán la misma línea estética.
3. Finalmente hacen una detallada mención sobre la planificación y coordinación con la Subdirección General del Bellas Artes.

**Esta empresa hace una descripción detallada de todos los elementos técnicos y humanos con los que contará para la realización de los vídeos, dando detalles de todos los puntos que se valoran en el juicio de valor, teniendo en cuenta tanto la grabación de las exposiciones como a los artistas y comisarios y la Dirección Facultativa. No obstante, el informe sólo menciona la Red Itiner, se echa en falta la mención específica de las salas de exposiciones y los museos.**

Puntuación CHRISTIAN CLAUDIO ESPOSITO: 15 puntos

### **ECOGEO CONSULTORIA MEDIOAMBIENTAL S.L.U**

1. La empresa hace un suficiente desglose de los contenidos narrativos de los vídeos para conseguir captar la atención del espectador, incidiendo en los primeros segundos del vídeo y desarrollando una narrativa que conecte con la emoción del espectador. Comprenden bien las diferentes tipologías de vídeo, Red Itiner, salas de exposiciones y museos estableciendo claves diferenciadas por cada tipo de vídeo.
2. También incluye un detallado enfoque estratégico a partir del planteamiento formal de las entrevistas como organizador del concepto del vídeo orientado hacia las



emociones, detallando una justificación metodológica entre la conexión emocional y la divulgación cultural.

3. Como parte de la creatividad en su enfoque, la empresa hace un desglose de los trabajos de rodaje y postproducción centrándose en algunos aspectos del movimiento de la cámara, el encuadre, también detallas los vídeos de un minuto y las estrategias que aplicará a este tipo de vídeos. Finaliza con un capítulo dedicado a las estrategias de difusión en Redes Sociales, YouTube que, en algunos casos, excede los trabajos pedidos en el PPT. Finalmente, desarrolla los elementos creativos como el color y el sonido que tienen impacto en la percepción y el estado de ánimo. Describen el cuidado en la grabación de los primeros planos que mejoran la comprensión visual y detallan la edición de los vídeos

**Esta empresa hace un desglose notable de los aspectos a valorar, estableciendo unas estrategias comunicacionales óptimas para los diferentes tipos de vídeos, planteando un enfoque creativo de la creación de los mismos. Si bien, el enfoque excesivamente emocional de sus creaciones podría no casar bien con la imagen institucional que persigue la Comunidad de Madrid.**

Puntuación ECOGEO CONSULTORÍA MEDIOAMBIENTAL S.L.U.: 18 puntos

#### **ELEVENTH FLOOR S.COOP.MAD**

1. La empresa informa que transformarán cada exposición en una pieza audiovisual que acerque con rigor los contenidos al público.
2. Hace mención también de un cuidado tratamiento creativo, aludiendo a la utilización de una imagen representativa al inicio dando peso a las entrevistas e incluye algunos elementos técnicos del rodaje.
3. La empresa finaliza mencionado que hará todos los trabajos de planificación y provisión de personal para realizar los vídeos. La empresa también menciona su capacidad de responder a las demandas de la Comunidad de Madrid y desglosa su experiencia en trabajos culturales, que no se han tenido en cuenta en este momento del procedimiento.

**Esta empresa presenta un informe muy poco detallado de los elementos a valorar, mencionando de forma demasiado genérica las estrategias, siendo muy poco creativo en sus planteamientos.**

Puntuación ELEVENTH FLOOR S.COOP.MAD.: 7 PUNTOS

#### **GOOD NEWS TELEVISION S.L.**

1. La empresa enfoca su trabajo en hacer piezas audiovisuales contemporáneas accesibles y visualmente atractivas, basando su estrategia comunicacional en tres ejes principales, puesta en valor del contenido cultural, excelencia técnica y



- capacidad operativa para generar piezas audiovisuales capaces de atraer la atención del espectador. El informe desglosa estos tres elementos
2. Detalla el contenido de los vídeos, tanto por lo que se refiere a la narración como algunos elementos técnicos generales que tendrá en cuenta. Poniendo en valor algunos elementos con una coherencia visual homogénea.
  3. Desglosa aspectos muy generales de la calidad técnica y capacidad explicitando todos los pasos del flujo de trabajo, incluyendo también su experiencia en otros trabajos en el campo cultural, que no se han tenido en cuenta,
  4. En cuanto a la atención efectiva del espectador hacen una detallada mención de todos los trabajos y de la forma que le darán estableciendo una propuesta clara y bien orientada, ahora bien, hacen mención otra vez al enfoque contemporáneo de los vídeos.

**Esta empresa hace un desglose notable de algunos aspectos a valorar, especialmente los que se refieren a la descripción de la estrategia y a la atracción de la atención del espectador, sin embargo, no ha comprendido bien la diversidad de temas que abarcan los museos y exposiciones de la Comunidad de Madrid no estando dedicados exclusivamente a la difusión del arte contemporáneo.**

Puntuación GOOD NEWS TELEVISION S.L.: 10 PUNTOS

#### **IMPULSA TV. CONTENIDO AUDIOVISUAL S.L.U.**

1. En la descripción que hace la empresa sobre las estrategias de comunicación aseguran que trasladarán el valor artístico de los vídeos a un lenguaje visual claro, directo y coherente y manifiesta que cada vídeo se desarrollará atendiendo a las características específicas de la exposición, del espacio expositivo, de las obras y de los artistas o comisarios participantes con el fin de conseguir una experiencia clara, coherente, accesible e interesante. De manera general establecen diferentes fases para todos los vídeos
2. En cuanto a la creatividad hace una mención muy genérica de este punto destacando los mismos valores que en el punto anterior y añadiendo el tratamiento del color y la música para conseguir unos vídeos únicos y creativos. y profundidad en cada fotograma y un compromiso con el desarrollo creativo.
3. Por lo que se refiere a la difusión se comprometen a incluir elementos que ayuden a la accesibilidad de los vídeos así como un cuidada calidad técnica.

**Este informe resulta correcto en su planteamiento en cuanto a los valores a considerar sin embargo resulta en exceso genérico, sin poder precisar si se ha tenido en cuenta la diversa casuística de los vídeos (Red Itiner, salas de exposiciones y museos).**

Puntuación IMPULSA TV CONTENIDO AUDIOVISUAL S.L.U: 10 puntos



### **PENTAPRIXMA DESIGN, S.L.U.**

1. Esta empresa describe la estrategia y los puntos clave comunicacionales de cada vídeo estableciendo que cada pieza audiovisual debe girar en torno a una idea que permita comprender la exposición tanto al público habitual como a los nuevos públicos. Para esta empresa la figura de los artistas y los comisarios son centrales para lograr esa comunicación, sin olvidar el espacio donde se graban los vídeos y donde dialogan obras y espacio.
2. En cuanto a la creatividad, destacan que cada producción es una oportunidad para contar una historia única que conecte al espectador con el evento
3. Por lo que se refiere a la atención del espectador, mencionan que utilizarán técnicas cinematográficas de vanguardia, siendo flexibles y adaptándose a las necesidades de cada proyecto. También describen que para ellos la música, los rótulos y el tratamiento del color son importantes para mejorar la experiencia del espectador.

**Este informe resulta correcto en su planteamiento en cuanto a los valores a considerar sin embargo resulta en exceso genérico sin poder precisar si se ha tenido en cuenta la diversa casuística de los vídeos (Red Itiner, salas de exposiciones y museos).**

Puntuación PENTAPRIXMA DESIGN, S.L.: 10 puntos

### **RECÁMARA PRODUCCIONES**

1. La estrategia que presenta la empresa tiene por objetivo conseguir reflejar la una narrativa coherente que descansa tanto en aspectos técnicos (ópticas específicas, iluminación, travellings portátiles) como en el trabajo narrativo con los comisarios, artistas y la propia empresa
2. La creatividad es un valor a considerar a través de una doble guionización (técnica y creativa), creación de entornos de confianza y empatía, así como un ritmo adecuado en la postproducción teniendo en cuenta las diferentes tipologías de espacios.
3. La atención del espectador tiene como fin lograr que el espectador visite la exposición, esto lo quieren conseguir: dejando la historia abierta, creando un enganche en los primeros segundos y una cuidada selección de la música.

**La empresa hace un desglose de todos los puntos a valorar, teniendo en cuenta en todos los puntos tanto los actores (comisarios y artistas) como los diferentes espacios. Además, hace una mención a algunos elementos formales y técnicos que vendrían a conseguir el producto audiovisual final. No obstante, estando muy bien enfocado el informe, se echa en falta más detalle en cuanto a la consideración, por ejemplo, de la Red Itiner. Se ha valorado muy positivamente la creatividad del punto de vista del informe.**

Puntuación RECÁMARA PRODUCCIONES S.L. 20 puntos



## CUADRO RESUMEN DE PUNTUACIONES

EMPRESA	TOTAL
BAKER Y DANIELS S.L.	12 puntos
CHRISTIAN CLAUDIO ESPOSITO	15 puntos
ECOGEO CONSULTORIA MEDIOAMBIENTAL S.L.U	18 puntos
ELEVENTH FLOOR S.L.	7 puntos
GOOD NEWS TELEVISION S.L.	10 puntos
IMPULSA TV CONTENIDO AUDIOVISUAL S.L.U	10 puntos
PENTAPRIXMA DESIGN, S.L.	10 puntos
RECÁMARA PRODUCCIONES S.L.	20 puntos

JEFA ÁREA PROGRAMACIÓN CULTURAL

Fdo.: Alicia Nieto Fernández

Firmado digitalmente por: NIETO FERNANDEZ ALICIA  
Fecha: 2026.06.23 16:05



La autenticidad de este documento se puede comprobar en  
<https://gestiona.comunidad.madrid/csv>  
mediante el siguiente código seguro de verificación: 1258000125677500659490