INFORME DE VALORACIÓN DE OFERTAS AL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN 45857/2018

Denominación del Contrato: Desarrollo de las artes creativas de las Campañas Institucionales destinadas a informar a la ciudadanía de la celebración de Elecciones al Parlamento de Andalucía 2019.

Una vez abierto el Sobre 2 en la Mesa de Contratación y revisada la documentación presentada por las empresas licitadoras al contrato de referencia, se procede a realizar la valoración de cada una de ellas.

Conforme al PCAP, estos son los criterios valorables:

CRITERIOS VALORABLES	MÁXIMO PUNTOS
Claridad del mensaje. Se valorará que el mensaje a transmitir sea fácilmente comprensible y que se trasmita de manera sencilla, clara y directa.	15
Identificación con el objetivo de la campaña: Se valorará la utilización de recursos que permitan, al conjunto de la ciudadanía, una correcta identificación y asimilación del objetivo de la campaña.	10
Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa: Se valorará la creatividad aplicada en el diseño y desarrollo de la propuesta, en la medida en que redunde en un mayor impacto y notoriedad del mensaje.	10
Accesibilidad y diseño para todos los usuarios, profundidad, eficiencia y eficacia con el contenido del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía.	5
Seguimiento y evaluación de resultados de la campaña: Descripción de las actividades de difusión con la finalidad de que el servicio sea conocido por el mayor número potencial de usuarios posible, con el cumplimiento, en su caso, de los requerimientos de la normativa vigente en materia electoral que le resultasen aplicables. Por cada acción de las que se determinan abajo, 1 punto por cada una de las presentadas. Descripción de las actuaciones encaminadas a la mejora de la calidad en la prestación del servicio: realización de auditorías, encuestas de satisfacción, espacios de supervisión profesional, uso de protocolos de atención a los usuarios: Por cada acción, 1 punto.	5

1.- Valoración técnica de la oferta:

Lote 1: Campaña institucional destinada a informar a la ciudadanía de la fecha y procedimiento de la votación.

Claridad del mensaje (Hasta 15 puntos): Se valorará que el mensaje a transmitir sea fácilmente comprensible y que se trasmita de manera sencilla, clara y directa.

Empresa	**Variable**	**Puntuación**
YPLAN ANDALUCIA	Información completa, diseño simple e informativo. Error en el mensaje inicial, al utilizar un lema que podría colisionar con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General *«Eres tú, es tu Comunidad»,*	5 puntos
MASSCOM	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
FIVE ROOMS	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
M&CSAATCHI	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Información completa, diseño simple e informativo. Error en el mensaje inicial, al utilizar un lema que podría colisionar con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General *«Votar es fácil».*	5 puntos
SORENSEN	Información completa, diseño simple e informativo. Error en el mensaje inicial, al utilizar un lema que podría colisionar con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General *«Tu haces Andalucía»*	5 puntos

Identificación con el objetivo de la campaña (Hasta 10 puntos): Se valorará la utilización de recursos que permitan, al conjunto de la ciudadanía, una correcta identificación y asimilación del objetivo de la campaña.

Empresa	**Variable**	**Puntuación**
YPLAN ANDALUCIA	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
MASSCOM	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos

FIVEROOMS	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña. Falta algún dato relevante, como la gratuidad del procedimiento de voto por correo.	8 puntos
M&CSAATCHI	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
SORENSEN	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos

Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa (Hasta 10 puntos): Se valorará la creatividad aplicada en el diseño y desarrollo de la propuesta, en la medida en que redunde en un mayor impacto y notoriedad del mensaje.

Empresa	Variable	Puntuación
YPLAN ANDALUCIA	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Diseña dos versiones del voto por correo con dos animaciones diferentes. Presenta la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	8 puntos
MASSCOM	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Diseña una versión de voto por correo. Presenta la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	8 puntos
FIVEROOMS	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Diseña dos versiones de voto por correo. No describe la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	8 puntos
M&CSAATCHI	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Diseña dos versiones de voto por correo. Propuesta técnica se hace a dos voces de distinto sexo.	10 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Diseña dos versiones de voto por correo. Propuesta técnica se hace a dos voces de distinto sexo.	10 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Diseña dos bocetos y versiones del voto por correo. No	8 puntos

	describe la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	
SORENSEN	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Diseña dos versiones del voto por correo. No describe la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	8 puntos

Accesibilidad y diseño para todos los usuarios, profundidad, eficiencia y eficacia con el contenido del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía. **(Hasta 5 puntos)**

Empresa	**Variable**	**Puntuación**
YPLAN ANDALUCIA	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
MASSCOM	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
FIVEROOMS	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
M&CSAATCHI	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
SORENSEN	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos

Seguimiento y evaluación de resultados de la campaña (Hasta 5 puntos): Descripción de las actividades de difusión con la finalidad de que el servicio sea conocido por el mayor número potencial de usuarios posible, con el cumplimiento, en su caso, de los requerimientos de la normativa vigente en materia electoral que le resultasen aplicables.

Descripción de las actuaciones encaminadas a la mejora de la calidad en la prestación del servicio: realización de auditorías, encuestas de satisfacción, espacios de supervisión profesional, uso de protocolos de atención a los usuarios.

Empresa	**Variable**	**Puntuación**
YPLAN ANDALUCIA	No presenta documentación alguna sobre este punto.	0 puntos
MASSCOM	Expresa que va a realizar una serie de	1 punto

	acciones, pero sin motivarlas ni describirlas. Se valora solamente que utilizará un Feed-Back de la campaña en cuestión	
FIVEROOMS	- Realiza investigación neuromarketing. - Abordará una auditoria interna con el fin de evaluar los resultados. - Realizará una supervisión de cara a los proveedores externos. No materializa las tareas concretas.	2 puntos
M&CSAATCHI	-Plantea como novedad una web propia y utilización de RRSS para conocer la campaña. - Sistema de evaluación de resultados.	2 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	- Seguimiento de la campaña. - Informe final de audiencias. - Auditoria on-line. No motiva suficientemente la relativa a la observación de los resultados de la campaña con el uso del teléfono y pagina web.	3 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	- Producción y distribución de trípticos informativos. No se valora por ir en contra de la legislación electoral. - Adaptación de diseño de la campaña para su difusión en webs y RRSS, con carácter informativo. - Pretest cualitativo, para medición y mejora de la calidad de la campaña. -Tracking de la campaña.	3 puntos
SORENSEN	Se valora: - Evaluación de resultados, sobre los impactos y cobertura de la campaña. - Auditoria de la eficacia de la campaña. No se describe suficientemente otras acciones de forma expresa.	2 puntos

Puntuación final:

Empresa	**Claridad del mensaje (Hasta 15 puntos)**	**Identificación con el objetivo de la campaña (Hasta 10 puntos)**	**Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa (Hasta 10 puntos)**	**Accesibilidad y diseño ((Hasta 5 puntos)**	**Seguimiento y evaluación de resultados de la campaña (Hasta 5 puntos)**	**Valoración técnica de la oferta TOTAL**
YPLAN ANDALUCIA	5	10	8	5	0	**28**
MASSCOM	15	10	8	5	1	**39**
FIVEROOMS	15	8	8	5	2	**38**
M&CSAATCHI	15	10	10	5	2	**42**
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	15	10	10	5	3	**43**

THELABMEDIA&ADVERTISING	5	10	8	5	3	**31**
SORENSEN	5	10	8	5	2	**30**

Lote 2: Campaña institucional destinada a informar a los electores que se encuentren temporalmente en el extranjero en las elecciones a Parlamento de Andalucía 2019

Claridad del mensaje (Hasta 15 puntos): Se valorará que el mensaje a transmitir sea fácilmente comprensible y que se trasmita de manera sencilla, clara y directa.

Empresa	**Variable**	**Puntuación**
YPLAN ANDALUCIA	Información completa, diseño simple e informativo. Error en el mensaje, al utilizar al final un lema que podría colisionar con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General *«Erés tú, es tu Comunidad»,*	5 puntos
MASSCOM	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
FIVE ROOMS	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
M&CSAATCHI	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Información completa, diseño simple e informativo. Error en el mensaje, al utilizar un lema que podría colisionar con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General *«Votar es fácil».*	5 puntos
SORENSEN	Información completa, diseño simple e informativo. Error en el mensaje del texto, al utilizar un lema que podría colisionar con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General *«Tu también haces Andalucía»*	5 puntos

Identificación con el objetivo de la campaña (Hasta 10 puntos): Se valorará la utilización de recursos que permitan, al conjunto de la ciudadanía, una correcta identificación y asimilación del objetivo de la campaña.

Empresa	**Variable**	**Puntuación**
YPLAN ANDALUCIA	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
MASSCOM	Cumple con lo solicitado en el PPT, e	10 puntos

	informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	
FIVEROOMS	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
M&CSAATCHI	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
SORENSEN	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos

Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa (Hasta 10 puntos): Se valorará la creatividad aplicada en el diseño y desarrollo de la propuesta, en la medida en que redunde en un mayor impacto y notoriedad del mensaje.

Empresa	Variable	Puntuación
YPLAN ANDALUCIA	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Presenta la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	8 puntos
MASSCOM	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Presenta la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	8 puntos
FIVEROOMS	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. No describe la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	5 puntos
M&CSAATCHI	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Propuesta técnica se hace a dos voces.	8 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Presenta la posibilidad de dos locutores, y en la propuesta técnica se hace a dos voces.	8 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. No describe la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	5 puntos
SORENSEN	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. No describe la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	5 puntos

Accesibilidad y diseño para todos los usuarios, profundidad, eficiencia y eficacia con el contenido del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía. **(Hasta 5 puntos)**

Empresa	Variable	Puntuación
YPLAN ANDALUCIA	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
MASSCOM	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
FIVEROOMS	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
M&CSAATCHI	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
SORENSEN	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos

Seguimiento y evaluación de resultados de la campaña (Hasta 5 puntos): Descripción de las actividades de difusión con la finalidad de que el servicio sea conocido por el mayor número potencial de usuarios posible, con el cumplimiento, en su caso, de los requerimientos de la normativa vigente en materia electoral que le resultasen aplicables.

Descripción de las actuaciones encaminadas a la mejora de la calidad en la prestación del servicio: realización de auditorías, encuestas de satisfacción, espacios de supervisión profesional, uso de protocolos de atención a los usuarios.

Empresa	Variable	Puntuación
YPLAN ANDALUCIA	No presenta documentación sobre este punto.	0 puntos
MASSCOM	Expresa que va a realizar una serie de acciones, pero sin motivarlas ni describirlas. Se valora solamente que utilizará un Feed-Back de la campaña en cuestión	1 punto
FIVEROOMS	- Realiza investigación neuromarketing. - Abordará una auditoria interna con el fin de evaluar los resultados. - Realizará una supervisión de cara a los proveedores externos. No materializa las	2 puntos

	tareas concretas.	
M&CSAATCHI	-Plantea como novedad una web propia y utilización de RRSS para conocer la campaña. - Sistema de evaluación de resultados.	2 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	- Seguimiento de la campaña. - Informe final de audiencias. - Auditoria on-line. No motiva suficientemente la relativa a la observación de los resultados de la campaña con el uso del teléfono y pagina web.	3 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	- Producción y distribución de trípticos informativos. No se valora por ir en contra de la legislación electoral. - Adaptación de diseño de la campaña para su difusión en webs y RRSS, con carácter informativo. - Pretest cualitativo, para medición y mejora de la calidad de la campaña. -Tracking de la campaña.	3 puntos
SORENSEN	Se valora: - Evaluación de resultados, sobre los impactos y cobertura de la campaña. - Auditoria de la eficacia de la campaña. No se describe suficientemente otras acciones de forma expresa.	2 puntos

Puntuación final:

Empresa	**Claridad del mensaje (Hasta 15 puntos)**	**Identificación con el objetivo de la campaña (Hasta 10 puntos)**	**Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa (Hasta 10 puntos)**	**Accesibilidad y diseño ((Hasta 5 puntos)**	**Seguimiento y evaluación de resultados de la campaña (Hasta 5 puntos)**	**Valoración técnica de la oferta TOTAL**
YPLAN ANDALUCIA	5	10	8	5	0	**28**
MASSCOM	15	10	8	5	1	**39**
FIVEROOMS	15	10	5	5	2	**37**
M&CSAATCHI	15	10	8	5	2	**40**
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	15	10	8	5	3	**41**
THELABMEDIA&ADVERTISING	5	10	5	5	3	**28**
SORENSEN	5	10	5	5	2	**27**

Lote 3: Campaña destinada a informar sobre el procedimiento de votación a los electores residentes permanentemente en el extranjero en las elecciones al Parlamento de Andalucía 2019.

Claridad del mensaje (Hasta 15 puntos): Se valorará que el mensaje a transmitir sea fácilmente comprensible y que se trasmita de manera sencilla, clara y directa.

Empresa	Variable	Puntuación
YPLAN ANDALUCIA	Información completa, diseño simple e informativo. Error en el mensaje, al utilizar al final un lema que podría colisionar con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General *«Erés tú, es tu Comunidad», y «nada te impide votar»*	5 puntos
MASSCOM	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
FIVE ROOMS	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
M&CSAATCHI	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Información completa, diseño simple e informativo. Error en el mensaje, al utilizar un lema que podría colisionar con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General *«Votar es fácil».*	5 puntos
SORENSEN	Información completa, diseño simple e informativo. Error en el mensaje del texto, al utilizar un lema que podría colisionar con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General *«Tu también haces Andalucía»*	5 puntos

Identificación con el objetivo de la campaña (Hasta 10 puntos): Se valorará la utilización de recursos que permitan, al conjunto de la ciudadanía, una correcta identificación y asimilación del objetivo de la campaña.

Empresa	Variable	Puntuación
YPLAN ANDALUCIA	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
MASSCOM	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos

FIVEROOMS	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
M&CSAATCHI	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
SORENSEN	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos

Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa (Hasta 10 puntos): Se valorará la creatividad aplicada en el diseño y desarrollo de la propuesta, en la medida en que redunde en un mayor impacto y notoriedad del mensaje.

Empresa	Variable	Puntuación
YPLAN ANDALUCIA	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Presenta la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	8 puntos
MASSCOM	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Presenta la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	8 puntos
FIVEROOMS	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. No describe la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	5 puntos
M&CSAATCHI	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Propuesta técnica se hace a dos voces de distinto sexo.	8 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Presenta la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	8 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. No describe la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	5 puntos
SORENSEN	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. No describe la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	5 puntos

Accesibilidad y diseño para todos los usuarios, profundidad, eficiencia y eficacia con el contenido del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía. **(Hasta 5 puntos)**

Empresa	Variable	Puntuación
YPLAN ANDALUCIA	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
MASSCOM	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
FIVEROOMS	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
M&CSAATCHI	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
SORENSEN	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos

Seguimiento y evaluación de resultados de la campaña (Hasta 5 puntos): Descripción de las actividades de difusión con la finalidad de que el servicio sea conocido por el mayor número potencial de usuarios posible, con el cumplimiento, en su caso, de los requerimientos de la normativa vigente en materia electoral que le resultasen aplicables.

Descripción de las actuaciones encaminadas a la mejora de la calidad en la prestación del servicio: realización de auditorías, encuestas de satisfacción, espacios de supervisión profesional, uso de protocolos de atención a los usuarios.

Empresa	Variable	Puntuación
YPLAN ANDALUCIA	No presenta documentación sobre este punto.	0 puntos
MASSCOM	Expresa que va a realizar una serie de acciones, pero sin motivarlas ni describirlas. Se valora solamente que utilizará un Feed-Back de la campaña en cuestión	1 punto
FIVEROOMS	- Realiza investigación neuromarketing. - Abordará una auditoria interna con el fin de evaluar los resultados. - Realizará una supervisión de cara a los proveedores externos. No materializa las tareas concretas.	2 puntos

M&CSAATCHI	-Plantea como novedad una web propia y utilización de RRSS para conocer la campaña. - Sistema de evaluación de resultados.	2 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	- Seguimiento de la campaña. - Informe final de audiencias. - Auditoria on-line. No motiva suficientemente la relativa a la observación de los resultados de la campaña con el uso del teléfono y pagina web.	3 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	- Producción y distribución de trípticos informativos. No se valora por ir en contra de la legislación electoral. - Adaptación de diseño de la campaña para su difusión en webs y RRSS, con carácter informativo. - Pretest cualitativo, para medición y mejora de la calidad de la campaña. -Tracking de la campaña.	3 puntos
SORENSEN	Se valora: - Evaluación de resultados, sobre los impactos y cobertura de la campaña. - Auditoria de la eficacia de la campaña. No se describe suficientemente otras acciones de forma expresa.	2 puntos

Puntuación final:

Empresa	Claridad del mensaje (Hasta 15 puntos)	Identificación con el objetivo de la campaña (Hasta 10 puntos)	Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa (Hasta 10 puntos)	Accesibilidad y diseño ((Hasta 5 puntos)	Seguimiento y evaluación de resultados de la campaña (Hasta 5 puntos)	Valoración técnica de la oferta TOTAL
YPLAN ANDALUCIA	5	10	8	5	0	**28**
MASSCOM	15	10	8	5	1	**39**
FIVEROOMS	15	10	5	5	2	**37**
M&CSAATCHI	15	10	8	5	2	**40**
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	15	10	8	5	3	**41**
THELABMEDIA&ADVERTISING	5	10	5	5	3	**28**
SORENSEN	5	10	5	5	2	**27**

Lote 4: Campaña institucional destinada a informar a los electores sobre la exposición y

rectificación de las listas del censo electoral.

Claridad del mensaje (Hasta 15 puntos): Se valorará que el mensaje a transmitir sea fácilmente comprensible y que se trasmita de manera sencilla, clara y directa.

Empresa	**Variable**	**Puntuación**
YPLAN ANDALUCIA	Información completa, diseño simple e informativo. Error en el mensaje, al utilizar al final un lema que podría colisionar con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General *«Erés tú, es tu Comunidad», y «Es el momento de cambiar aquello que no este bien.»*	5 puntos
FIVE ROOMS	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
M&CSAATCHI	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Información completa, diseño simple e informativo. Error en el mensaje, al utilizar un lema que podría colisionar con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General *«Votar es fácil».*	5 puntos
SORENSEN	Información completa, diseño simple e informativo. Error en el mensaje del texto, al utilizar un lema que podría colisionar con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General *«Tu haces Andalucía»*	5 puntos

Identificación con el objetivo de la campaña (Hasta 10 puntos): Se valorará la utilización de recursos que permitan, al conjunto de la ciudadanía, una correcta identificación y asimilación del objetivo de la campaña.

Empresa	**Variable**	**Puntuación**
YPLAN ANDALUCIA	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
FIVEROOMS	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
M&CSAATCHI	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos

THELABMEDIA&ADVERTISING	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
SORENSEN	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos

Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa (Hasta 10 puntos): Se valorará la creatividad aplicada en el diseño y desarrollo de la propuesta, en la medida en que redunde en un mayor impacto y notoriedad del mensaje.

Empresa	Variable	Puntuación
YPLAN ANDALUCIA	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Presenta la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	8 puntos
FIVEROOMS	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. No describe la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	5 puntos
M&CSAATCHI	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Propuesta técnica se hace a dos voces de distinto sexo.	8 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. Propuesta técnica se hace a dos voces de distinto sexo.	8 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. No describe la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	5 puntos
SORENSEN	Propuesta creativa conforme a los requisitos técnicos del PPT. No describe la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	5 puntos

Accesibilidad y diseño para todos los usuarios, profundidad, eficiencia y eficacia con el contenido del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía. **(Hasta 5 puntos)**

Empresa	Variable	Puntuación
YPLAN ANDALUCIA	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
MASSCOM	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos

FIVEROOMS	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
M&CSAATCHI	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
SORENSEN	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos

Seguimiento y evaluación de resultados de la campaña (Hasta 5 puntos): Descripción de las actividades de difusión con la finalidad de que el servicio sea conocido por el mayor número potencial de usuarios posible, con el cumplimiento, en su caso, de los requerimientos de la normativa vigente en materia electoral que le resultasen aplicables.

Descripción de las actuaciones encaminadas a la mejora de la calidad en la prestación del servicio: realización de auditorías, encuestas de satisfacción, espacios de supervisión profesional, uso de protocolos de atención a los usuarios.

Empresa	**Variable**	**Puntuación**
YPLAN ANDALUCIA	No presenta documentación sobre este punto.	0 puntos
MASSCOM	Expresa que va a realizar una serie de acciones, pero sin motivarlas ni describirlas. Se valora solamente que utilizará un Feed-Back de la campaña en cuestión	1 punto
FIVEROOMS	- Realiza investigación neuromarketing. - Abordará una auditoria interna con el fin de evaluar los resultados. - Realizará una supervisión de cara a los proveedores externos. No materializa las tareas concretas.	2 puntos
M&CSAATCHI	-Plantea como novedad una web propia y utilización de RRSS para conocer la campaña. - Sistema de evaluación de resultados.	2 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	- Seguimiento de la campaña. - Informe final de audiencias. - Auditoria on-line. No motiva suficientemente la relativa a la observación de los resultados de la campaña con el uso del teléfono y pagina	3 puntos

	web.	
THELABMEDIA&ADVERTISING	- Producción y distribución de trípticos informativos. No se valora por ir en contra de la legislación electoral. - Adaptación de diseño de la campaña para su difusión en webs y RRSS, con carácter informativo. - Pretest cualitativo, para medición y mejora de la calidad de la campaña. -Tracking de la campaña.	3 puntos
SORENSEN	Se valora: - Evaluación de resultados, sobre los impactos y cobertura de la campaña. - Auditoria de la eficacia de la campaña. No se describe suficientemente otras acciones de forma expresa.	2 puntos

Puntuación final:

Empresa	Claridad del mensaje (Hasta 15 puntos)	Identificación con el objetivo de la campaña (Hasta 10 puntos)	Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa (Hasta 10 puntos)	Accesibilidad y diseño ((Hasta 5 puntos)	Seguimiento y evaluación de resultados de la campaña (Hasta 5 puntos)	Valoración técnica de la oferta TOTAL
YPLAN ANDALUCIA	5	10	8	5	0	**28**
FIVEROOMS	15	10	5	5	2	**37**
M&CSAATCHI	15	10	8	5	2	**40**
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	15	10	8	5	3	**41**
THELABMEDIA&ADVERTISING	5	10	5	5	3	**28**
SORENSEN	5	10	5	5	2	**27**

Lote 5: Campaña institucional destinada a informar a las personas ciegas o con discapacidad visual grave, conocedoras del sistema Braille, sobre el procedimiento para ejercer su derecho al voto mediante la utilización de documentación complementaria en sistema Braille.

Claridad del mensaje (Hasta 15 puntos): Se valorará que el mensaje a transmitir sea fácilmente comprensible y que se trasmita de manera sencilla, clara y directa.

Empresa	Variable	Puntuación
YPLAN ANDALUCIA	Información completa, diseño simple e informativo. Error en el mensaje, al utilizar	5 puntos

	al final un lema que podría colisionar con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General *«Erés tú, es tu Comunidad»,*	
MASSCOM	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
FIVE ROOMS	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
M&CSAATCHI	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Información completa, diseño simple e informativo.	15 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Información completa, diseño simple e informativo. Error en el mensaje, al utilizar un lema que podría colisionar con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General *«Votar es fácil».*	5 puntos
SORENSEN	Información completa, diseño simple e informativo. Error en el mensaje del texto, al utilizar un lema que podría colisionar con lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General *«Tu haces Andalucía»*	5 puntos

Identificación con el objetivo de la campaña (Hasta 10 puntos): Se valorará la utilización de recursos que permitan, al conjunto de la ciudadanía, una correcta identificación y asimilación del objetivo de la campaña.

Empresa	**Variable**	**Puntuación**
YPLAN ANDALUCIA	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
MASSCOM	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
FIVEROOMS	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
M&CSAATCHI	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Cumple con lo solicitado en el PPT, e informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos
SORENSEN	Cumple con lo solicitado en el PPT, e	

	informa sobre las cuestiones esenciales que motiva la campaña.	10 puntos

Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa (Hasta 10 puntos): Se valorará la creatividad aplicada en el diseño y desarrollo de la propuesta, en la medida en que redunde en un mayor impacto y notoriedad del mensaje.

Empresa	Variable	Puntuación
YPLAN ANDALUCIA	Diseña la misma linea creativa y técnica para todos los lotes presentados. Presenta la posibilidad de dos locuciones de distinto sexo.	8 puntos
MASSCOM	Diseña la misma linea creativa y técnica para todos los lotes presentados. Presenta la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	8 puntos
FIVEROOMS	Diseña la misma linea creativa y técnica para todos los lotes presentados. No describe la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	5 puntos
M&CSAATCHI	Diseña la misma linea creativa y técnica para todos los lotes presentados. Propuesta técnica se hace a dos voces de distinto sexo.	8 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Diseña la misma linea creativa y técnica para todos los lotes presentados. Presenta la posibilidad de dos locutores, y en la propuesta técnica se hace a dos voces de distinto sexo.	8 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Diseña la misma linea creativa y técnica para todos los lotes presentados. No presenta la posibilidad de dos locutores en la campaña de distinto sexo.	5 puntos
SORENSEN	Diseña la misma linea creativa y técnica para todos los lotes presentados. No describe la posibilidad de dos locutores de distinto sexo.	5 puntos

Accesibilidad y diseño para todos los usuarios, profundidad, eficiencia y eficacia con el contenido del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía. **(Hasta 5 puntos)**

Empresa	Variable	Puntuación
YPLAN ANDALUCIA	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
MASSCOM	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos

FIVEROOMS	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
M&CSAATCHI	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos
SORENSEN	Accesible y diseño adaptado completamente. Cumple con el PPT y la legislación vigente.	5 puntos

Seguimiento y evaluación de resultados de la campaña (Hasta 5 puntos): Descripción de las actividades de difusión con la finalidad de que el servicio sea conocido por el mayor número potencial de usuarios posible, con el cumplimiento, en su caso, de los requerimientos de la normativa vigente en materia electoral que le resultasen aplicables.

Descripción de las actuaciones encaminadas a la mejora de la calidad en la prestación del servicio: realización de auditorías, encuestas de satisfacción, espacios de supervisión profesional, uso de protocolos de atención a los usuarios.

Empresa	**Variable**	**Puntuación**
YPLAN ANDALUCIA	No presenta documentación sobre este punto.	0 puntos
MASSCOM	Expresa que va a realizar una serie de acciones, pero sin motivarlas ni describirlas. Se valora solamente que utilizará un Feed-Back de la campaña en cuestión	1 punto
FIVEROOMS	- Realiza investigación neuromarketing. - Abordará una auditoria interna con el fin de evaluar los resultados. - Realizará una supervisión de cara a los proveedores externos. No materializa las tareas concretas.	2 puntos
M&CSAATCHI	-Plantea como novedad una web propia y utilización de RRSS para conocer la campaña. - Sistema de evaluación de resultados.	2 puntos
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	- Seguimiento de la campaña. - Informe final de audiencias. - Auditoria on-line. No motiva suficientemente la relativa a la observación de los resultados de la campaña con el uso del teléfono y pagina web.	3 puntos
THELABMEDIA&ADVERTISING	- Producción y distribución de trípticos	

	informativos. No se valora por ir en contra de la legislación electoral. - Adaptación de diseño de la campaña para su difusión en webs y RRSS, con carácter informativo. - Pretest cualitativo, para medición y mejora de la calidad de la campaña. -Tracking de la campaña.	3 puntos
SORENSEN	Se valora: - Evaluación de resultados, sobre los impactos y cobertura de la campaña. - Auditoria de la eficacia de la campaña. No se describe suficientemente otras acciones de forma expresa.	2 puntos

Puntuación final:

Empresa	**Claridad del mensaje (Hasta 15 puntos)**	**Identificación con el objetivo de la campaña (Hasta 10 puntos)**	**Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa (Hasta 10 puntos)**	**Accesibilidad y diseño ((Hasta 5 puntos)**	**Seguimiento y evaluación de resultados de la campaña (Hasta 5 puntos)**	**Valoración técnica de la oferta TOTAL**
YPLAN ANDALUCIA	5	10	8	5	0	**28**
MASSCOM	15	10	8	5	1	**39**
FIVEROOMS	15	10	5	5	2	**37**
M&CSAATCHI	15	10	8	5	2	**40**
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	15	10	8	5	3	**41**
THELABMEDIA&ADVERTISING	5	10	5	5	3	**28**
SORENSEN	5	10	5	5	2	**27**

RESUMEN FINAL POR LOTES

LOTE 1

Empresa	Claridad del mensaje (Hasta 15 puntos)	Identificación con el objetivo de la campaña (Hasta 10 puntos)	Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa (Hasta 10 puntos)	Accesibilidad y diseño ((Hasta 5 puntos)	Seguimiento y evaluación de resultados de la campaña (Hasta 5 puntos)	Valoración técnica de la oferta TOTAL
YPLAN ANDALUCIA	5	10	8	5	0	**28**
MASSCOM	15	10	8	5	1	**39**
FIVEROOMS	15	8	8	5	2	**38**
M&CSAATCHI	15	10	8	5	2	**40**
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	15	10	10	5	3	**43**
THELABMEDIA&ADVERTISING	5	10	8	5	3	**31**
SORENSEN	5	10	8	5	2	**30**

LOTE 2

Empresa	Claridad del mensaje (Hasta 15 puntos)	Identificación con el objetivo de la campaña (Hasta 10 puntos)	Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa (Hasta 10 puntos)	Accesibilidad y diseño ((Hasta 5 puntos)	Seguimiento y evaluación de resultados de la campaña (Hasta 5 puntos)	Valoración técnica de la oferta TOTAL
YPLAN ANDALUCIA	5	10	8	5	0	**28**
MASSCOM	15	10	8	5	1	**39**
FIVEROOMS	15	10	5	5	2	**37**
M&CSAATCHI	15	10	8	5	2	**40**
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	15	10	8	5	3	**41**
THELABMEDIA&ADVERTISING	5	10	5	5	3	**28**
SORENSEN	5	10	5	5	2	**27**

LOTE 3

Empresa	Claridad del mensaje (Hasta 15 puntos)	Identificación con el objetivo de la campaña (Hasta 10 puntos)	Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa (Hasta 10 puntos)	Accesibilidad y diseño ((Hasta 5 puntos)	Seguimiento y evaluación de resultados de la campaña (Hasta 5 puntos)	Valoración técnica de la oferta TOTAL
YPLAN ANDALUCIA	5	10	8	5	0	**28**
MASSCOM	15	10	8	5	1	**39**
FIVEROOMS	15	10	5	5	2	**37**
M&CSAATCHI	15	10	8	5	2	**40**
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	15	10	8	5	3	**41**
THELABMEDIA&ADVERTISING	5	10	5	5	3	**28**
SORENSEN	5	10	5	5	2	**27**

LOTE 4

Empresa	Claridad del mensaje (Hasta 15 puntos)	Identificación con el objetivo de la campaña (Hasta 10 puntos)	Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa (Hasta 10 puntos)	Accesibilidad y diseño ((Hasta 5 puntos)	Seguimiento y evaluación de resultados de la campaña (Hasta 5 puntos)	Valoración técnica de la oferta TOTAL
YPLAN ANDALUCIA	5	10	8	5	0	**28**
FIVEROOMS	15	10	5	5	2	**37**
M&CSAATCHI	15	10	8	5	2	**40**
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	15	10	8	5	3	**41**
THELABMEDIA&ADVERTISING	5	10	5	5	3	**28**
SORENSEN	5	10	5	5	2	**27**

LOTE 5

Empresa	Claridad del mensaje (Hasta 15 puntos)	Identificación con el objetivo de la campaña (Hasta 10 puntos)	Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa (Hasta 10 puntos)	Accesibilidad y diseño ((Hasta 5 puntos)	Seguimiento y evaluación de resultados de la campaña (Hasta 5 puntos)	Valoración técnica de la oferta TOTAL
YPLAN ANDALUCIA	5	10	8	5	0	**28**
MASSCOM	15	10	8	5	1	**39**
FIVEROOMS	15	10	5	5	2	**37**
M&CSAATCHI	15	10	8	5	2	**40**
DEFCOM2 COMUNICACIÓN	15	10	8	5	3	**41**
THELABMEDIA&ADVERTISING	5	10	5	5	3	**28**
SORENSEN	5	10	5	5	2	**27**

Informe que se eleva a la Mesa de Contratación para su conocimiento y efectos oportunos.

Sevilla, 18 de septiembre de 2018

Comisión técnica de valoración

Fdo.: María Dolores gallardo Blanco-Morales