

RESOLUCIÓN CONCURSO CAMPAÑA DE PROMOCIÓN USA

2027 – 2029

Desde Interaceituna, hacemos público el cuadro con las puntuaciones obtenidas por las 3 empresas que presentaron propuesta para el concurso de campaña de promoción en Estados Unidos, convocatoria 2026 de Fondos Europeos.

	PERTINENCIA (10)	CALIDAD (20)	IMPACTO (5)	EXPERIENCIA (5)	PRESUPUESTO (60)	TOTAL
TACTICS	10	18,5	4	5	57,02	94,52
MEDIA TALENT	9,5	6,5	2	3,5	59,97	81,47
COLANGEL O&PARTN ERS	8,5	11	2,5	5	60	87

Debe señalarse que la evaluación se ha realizado exclusivamente sobre la base de la documentación e información aportada por cada agencia en su propuesta, aplicando de manera homogénea los criterios de valoración. Asimismo, la puntuación obtenida por cada candidatura refleja únicamente el grado de adecuación de la propuesta presentada a dichos criterios, sin que ello suponga una valoración global de la capacidad profesional o trayectoria de las agencias participantes.

Tras el análisis técnico realizado conforme a los criterios establecidos, se considera que **la propuesta presentada por TACTICS es la que alcanza una mayor puntuación global**, reflejando un alto grado de alineación con los objetivos del programa y con los requisitos establecidos en el proceso de selección.

Entre los elementos que han contribuido a la valoración obtenida por esta propuesta pueden destacarse los siguientes aspectos:

- 1. Análisis detallado del mercado**, que sirve de base para el planteamiento estratégico de las acciones propuestas.
- 2. Planteamiento de acciones dirigidas a un conjunto amplio de públicos objetivo**, incluyendo consumidores actuales y potenciales, profesionales del sector, medios de comunicación y prescriptores gastronómicos.
- 3. Distribución presupuestaria equilibrada entre las diferentes actividades**, en línea con los objetivos y prioridades del programa.
- 4. Propuesta de colaboración con un embajador de reconocido prestigio**, presentada con detalle de impactos y presupuestada, acompañada de una explicación detallada de su posible contribución a la difusión de los mensajes de campaña.
- 5. Aportación de documentación complementaria** que contribuye a contextualizar y justificar la estrategia propuesta.
- 6. Nivel de detalle en la planificación presupuestaria**, incluyendo el desglose de costes unitarios y la estimación de los impactos asociados a las diferentes acciones.

Por último, conviene recordar que los criterios de valoración aplicados han sido definidos por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) y están orientados a identificar aquellas propuestas que presenten mayores garantías de competitividad en el marco de los programas europeos de promoción, en un entorno caracterizado por un elevado nivel de concurrencia entre propuestas procedentes de distintos Estados miembros.

A continuación, se presentan los criterios utilizados para la valoración de las propuestas.

VALORACIÓN DE LA CALIDAD GENERAL (40 PUNTOS)

1. Pertinencia (10 puntos, siendo el umbral 5)

Se valorará que las propuestas de programa aborden:

- 1.1 El tema concreto de la convocatoria a la que se pretenda participar. (2,5 puntos)
- 1.2 Los productos que se quieran promocionar. (2,5 puntos)
- 1.3 Se atiene fielmente a los objetivos y fines específicos establecidos en la convocatoria. (5 puntos)

2. Calidad (20 puntos, 2,5 por ítem, siendo el umbral 10)

- 2.1 Selección idónea de actividades en relación con los objetivos y la estrategia del programa, conjunto adecuado de herramientas de comunicación, sinergia entre las distintas actividades.
- 2.2 Descripción concisa de las actividades y los resultados concretos, relación coste-eficacia.
- 2.3 Calidad de los indicadores y métodos de evaluación propuestos.
- 2.4 Asignación adecuada del presupuesto en relación con los objetivos y el alcance de las actividades. El presupuesto se divide eficazmente entre las actividades. Es coherente con la estrategia descrita y el impacto previsto.
- 2.5 Descripción clara de los costes estimados y de la precisión del presupuesto.
- 2.6 Coherencia entre los costes y los resultados concretos previstos.
- 2.7 Organización del programa y estructura de gestión.
- 2.8 Creatividad del programa.

3. Impacto (5 puntos, 2,5 puntos por ítem, siendo el umbral 2,5)

- 3.1 Se valorará que las propuestas estén orientadas a los resultados y muestren con claridad cómo se proponen alcanzar dichos resultados.
- 3.2 El nivel de inversión propuesto se justifica por la rentabilidad prevista.

4. Experiencia profesional para las personas que se van a encargar de la ejecución del Programa. Curriculum, disponibilidad de recursos, personal adecuado para la ejecución del programa en concreto. (5 puntos, 2,5 puntos por ítem, siendo el umbral 2,5)

VALORACIÓN DEL PRECIO (60 PUNTOS)

Los que hayan pasado la valoración de calidad, se someterán a la valoración del precio otorgándole un máximo de 60 puntos mediante la siguiente fórmula. El umbral mínimo de precio establecido es 970.000€ anual. Por debajo del cual la propuesta no se considera que ofrezca garantías suficientes de buena ejecución. La proposición económica se puntuará de acuerdo con un criterio de proporcionalidad exclusivamente respecto de la oferta más reducida, a la que se atribuye la puntuación máxima, calculando la ponderación de las demás con arreglo a la siguiente fórmula:

P = puntuación máxima x (oferta mínima/oferta a valorar)