



**MEMORANDUM N° 07654/2021**

OBJ.: Solicita gestionar adjudicación Licitación Pública para contratar el Servicio de diseño y conceptualización de estrategia de branding, comunicación y promoción, para dar continuidad a campaña Unboxing Chile 2021, de Prochile.

REF.: ID 1082957-50-LE21.

Santiago, **martes, 28 de diciembre de 2021**

**DE : DEPARTAMENTO DIRECCIÓN MARKETING Y EVENTOS.**

**A : JEFA DEPARTAMENTO DE COMPRAS**

---

Junto con saludarle, por medio del presente remito a Ud., acta de evaluación de la licitación pública ID 1082957-50-LE21 realizada para seleccionar al proveedor con el cual se contratará el servicio de diseño y conceptualización de estrategia de branding, comunicación y promoción, para dar continuidad a campaña Unboxing Chile 2021, de Prochile.

El proveedor al cual se recomienda adjudicar es la entidad "ARGUMENTAL FILMS" que obtuvo una nota final de 3,55 ya que su oferta económica se ajusta al presupuesto disponible para la contratación del citado servicio y su propuesta es conveniente para los intereses del Servicio.

A continuación, se remite el Acta de Evaluación de la oferta en donde se describe la justificación de cada puntaje asignado a cada oferente.

---

**ACTA DE EVALUACIÓN DE OFERTAS  
LICITACIÓN PÚBLICA SERVICIO DE DISEÑO Y CONCEPTUALIZACIÓN DE ESTRATEGIA DE  
BRANDING, COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN, PARA DAR CONTINUIDAD A CAMPAÑA UNBOXING  
CHILE 2021, DE PROCHILE.**

**ID N° 1082957-50-LE21**

---

De acuerdo a lo señalado en las Bases de Licitación, aprobadas por Resolución Exenta N° 02529, de fecha 01 de diciembre de 2021, en el apartado 9.11 "Procedimiento de evaluación de ofertas", las ofertas serán



evaluadas por una Comisión Evaluadora, integrada por tres funcionarios (as) de la Dirección General de Promoción de Exportaciones.

En relación a los integrantes de la Comisión Evaluadora, se informa un cambio en la designación respecto de los funcionarios informados en Solicitud de Compra N°788 de 2021, específicamente, respecto al funcionario Claudio Sepúlveda Villalobos, Jefe Subdepartamento de Marketing quien se encuentra haciendo uso de feriado legal, por lo que será reemplazado por el funcionario Juan Luis Luna Castillo, Asistente del mismo subdepartamento.

Los integrantes de la Comisión evaluarán en conjunto las propuestas.

La Comisión Evaluadora designada fue la siguiente:

- Claudia Serrer Urrutia, Directora Departamento Dirección de Marketing y Eventos.
- Juan Luis Luna Castillo, Asistente Subdepartamento de Marketing.
- María José Hernández Alcaíno, Jefa Departamento Dirección Comunicación Estratégica.

De acuerdo con el Acta de Apertura ID N° 1082957-50-LE21, de fecha 13 de diciembre de 2021, se recibieron tres (3) ofertas, de las cuáles una (1) fue rechazada, al realizar la verificación del cumplimiento con los requisitos establecidos en las Bases de licitación, numeral 9.1.12 “Contenido de la propuesta Técnica y Económica”, que establece que “las propuestas que no contengan todos los anexos o éstos no seacompañen debidamente completados, en los formatos indicados y con la información solicitada, no serán evaluadas, de acuerdo al siguiente detalle:

- ASESORIAS Y GESTION EASYLIT LIMITADA, RUT 77.020.963-3:

Se rechaza por no cumplir con lo solicitado en el numeral 4 “Antecedentes para incluir en la Oferta”, de las respectivas Bases de Licitación, de acuerdo con lo siguiente: No cumple con el formato del Anexo N°3, solicitado como requisito mínimo, que dispone “Sólo se aceptarán ofertas presentadas utilizando los formularios contenidos en el citado Anexo, de lo contrario serán declaradas inadmisibles y no serán evaluadas. Si alguna información del Anexo N° 3 no es incluida, para efectos de la presente licitación se considerará que el postulante carece de ella”. Si bien el citado proveedor adjunta como parte de su oferta “Anexo Técnico” debidamente firmado, no incluye Metodología ni Carta Gantt; tampoco incluye la información de experiencia según formato requerido, solo indica un listado de órdenes de compras sin descripción de un servicio similar al requerido ni adjunta la documentación requerida para acreditar dicha experiencia.

De acuerdo con lo anterior, se deben someter a evaluación las siguientes propuestas aceptadas

N°	Nombre Oferente	RUT
1	ABA PUBLICIDAD S.A.	96.598.960-9
2	ARGUMENTAL FILMS	76.139.044-9



Los criterios de evaluación determinados para este proceso de licitación fueron los siguientes:

Nombre	% (Porcentaje)
A.- Oferta Económica – Precio	15
B.- Calidad de la propuesta técnica	45
C.- Experiencia del ofertante en creación de Campañas de marketing y/o branding, comunicacional y promocional al nivel internacional.	40

#### A.- Oferta Económica – Precio (15%)

Para la evaluación de este criterio, se tendrá en cuenta el precio total ofertado en la propuesta, de acuerdo con lo establecido en el Anexo N°2 “Formulario Oferta Económica”, el cuál no podrá superar el monto de \$30.628.000 (treinta millones seiscientos veintiocho mil pesos) impuestos costos incluidos.

La propuesta de menor valor económico será calificada con el mayor puntaje asignado para este criterio (nota 4), y las siguientes con un puntaje proporcional a dicha propuesta, de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$\text{Nota Precio Evaluado} = \frac{\text{Valor económico de la oferta de menor precio}}{\text{Valor económico de la oferta que se analiza}} \times 4$$

N°	Oferente	Nota	Justificación
1	ABA PUBLICIDAD S.A.	4,00	La oferta económica presentada por el oferente es de \$29.000.000.- (veinte y nueve millones de pesos chilenos), impuestos incluidos
2	ARGUMENTAL FILMS SPA	4,00	La oferta económica presentada por el oferente es de \$29.000.000.- (veinte y nueve millones de pesos chilenos), impuestos incluidos

#### B.- Calidad de la propuesta técnica (45%)

La evaluación de este criterio se realizará en base a la descripción de la Metodología de Trabajo propuesta, de acuerdo con lo solicitado en el numeral “9.1.- ESPECIFICACIONES TÉCNICAS” de las presentes Bases, según la siguiente tabla:

Calificaciones	Justificación
----------------	---------------

Nota 4	La descripción de la propuesta técnica identifica con precisión y describe claramente con detalle cada uno de los servicios requeridos, abarcando completamente los requerimientos de la licitación.
Nota 3	La descripción de la propuesta técnica identifica y describe de forma general pero no con detalle todos los servicios requeridos, abarcando completamente los requerimientos de la licitación
Nota 2	La descripción de la propuesta técnica identifica y pero NO describe de forma general todos los servicios requeridos, abarcando completamente los requerimientos de la licitación.
Nota 1	La descripción de la propuesta técnica NO identifica NI describe de forma general todos los servicios requeridos, abarcando parcialmente los requerimientos de la licitación.

N°	Oferente	Nota	Justificación
1	ARGUMENTAL FILMS SPA	3,00	<p>La descripción de la propuesta técnica identifica con precisión y describe claramente con detalle cada uno de los servicios requeridos, abarcando completamente los requerimientos de la licitación.</p> <p>Específicamente, describe y detalla los siguientes servicios:</p> <p><b>a) Generación de un relato para mercado nacional e internacional tomando como base el de la campaña Unboxing 2021</b></p> <p>La campaña Unboxing Chile pre -existente tiene enormes fortalezas identificadas. Por tanto, la propuesta va en mejorarla, y agregarle valor. La propuesta de relato de la siguiente etapa será <b>consolidar a Chile como un lugar mágico, que lo tiene todo</b>, y relevar lo sensorial en la recepción de sus productos, apostando a la emocionalidad, al sentir de los usuarios post pandemia.</p> <p>Para cumplir con lo especificado anteriormente, desde Argumental proponen trabajar de la siguiente manera :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Diagnóstico</b> (FocusGroup, Encuestas, Estudio de Mercado)</li> <li>- <b>Benchmark</b> (Evaluación competencia, Evaluación referentes)</li> <li>- <b>Estrategia</b> (Público Objetivo, Tono y Estilo, Mensajes centrales, Pilares de Contenido, Adecuación Línea gráfica, Plataformas a utilizar)</li> <li>- <b>Activaciones</b> (Calendarización de hitos, Concepto creativo, Concepto gráfico y Plan de Medios)</li> </ul>

N°	Oferente	Nota	Justificación
			<p>Una vez lista esta etapa, se desarrollarán los mensajes desde un tono cercano, directo, convocante, inclusivo, respetuoso, alegre y optimista. El estilo y arquetipo desde el cual hablarán, será apelando a un lenguaje amplio, transversal, contingente e informado.</p> <p>Se continuará con el estilo 3D propuesto anteriormente pero con un UPGRADE, presentando un Chile que lo tiene todo y que contiene todos los sectores posibles.</p> <p><b>b) Diseño y creación de una estrategia de branding, comunicacional y promocional.</b></p> <p>Diseño, creación y desarrollo de una estrategia de branding, comunicación y promoción que de continuidad a la campaña de Unboxing Chile 2021, para sustentar las diferentes acciones y actividades de ProChile en mercados internacionales durante 2022.</p> <p>La estrategia de branding, comunicacional y promocional tomará como base el concepto y campaña unboxing Chile. Promocionará e incentivará el consumo de productos y servicios chilenos en los mercados internacionales, con tal de impactar en la diversificación de mercados por parte de las empresas chilenas exportadoras, contribuir a la imagen país a través de un relato común bajado a los distintos mercados y/o zonas geográficas.</p> <p><b>c) Generación y diseño de material gráfico y audiovisual.</b></p> <p>Documento digital en formato PDF o similar, con el relato madre y las bajadas por mercado y/o zona geográfica.</p> <p>Documento digital en formato PDF o similar, que detalle la estrategia, planificación y ejecución de la campaña de branding, comunicacional y promocional, junto con Carta Gantt que identifique plazos y responsables de cada una de las actividades.</p> <p>Material gráfico y audiovisual en formatos editables y finales, adaptado a distintos formatos e idiomas para hacer difusión e implementar la campaña.</p> <p>Planimetrías y diseños (editables y finales) de cajas unboxing. (Debe contemplar las nuevas especificaciones técnicas).</p>



N°	Oferente	Nota	Justificación
			<p>Documento digital en formato PDF o similar, con los mensajes y bajadas para redes sociales. Todo el material debe contemplar traducciones en idiomas locales.</p> <p>Gráficas con “Key visual” (KV) genérico.</p> <p>5 KV para cada macro sector.</p> <p>Video general de ProChile(1) Digital Full HD 1920x1080. ProChile proporcionará imágenes de archivo, pero de necesitar material extra deben contar con banco de videos. Sonorización y musicalización de altafidelidad. Los videos deben utilizar animaciones y efectos visuales encaso de corresponder. Idioma español- inglés Locución profesional. Deben entregar una versión de 1 minuto para redes sociales y una versión extendida para eventos (3 a 5 minutos).</p> <p>Back (panel para para ser utilizado en actividades)</p> <p>Tótem.</p> <p>Propuestas de material de merchandising.</p> <p>Documento con mensajes cortos para medios digitales. Deberá cumplir con las siguientes características técnicas: Debe incluir taglines para KV genérico y por macrosector, sugerencias de post para redes sociales y medios digitales. Todos los ítems anteriormente mencionados, Informe de avance – 4 días posterior a la notificación de contrato. Entrega final 7 días previo al fin de la Gantt Entrega versión final editables 50 días corridos adjudicación.</p> <p><b>d) Generación de mensajes cortos para la campaña.</b></p> <p>La campaña Unboxing Chile pre - existente tiene enormes fortalezas identificadas, por tanto, la propuesta va en las mejoras, agregarle valor. La propuesta de relato de la siguiente etapa será consolidar a Chile como un lugar mágico, que lo tiene todo, y relevar lo sensorial en la recepción de sus productos. Apuestan a la emocionalidad, al sentir de los usuarios post pandemia.</p> <p>Ejemplo de mensaje: Atentamente, Chile.</p>

N°	Oferente	Nota	Justificación
			<p><b>e) Generación de propuestas innovadoras para comunicar y ejecutar la campaña.</b></p> <p>Comunicar los mensajes desde un tono cercano, directo, convocante, inclusivo, respetuoso, alegre y optimista.</p> <p>El estilo y arquetipo desde el cuál se hablará, será apelando a un lenguaje amplio, transversal, contingente e informado.</p> <p>Proponen continuar con el estilo 3D propuesto para dar un upgrade presentando un Chile que contiene todos los sectores posibles.</p> <p><b>f) Caja Unboxing Sostenible.</b></p> <p>En la propuesta de menciona la propuesta de una caja sostenible y dentro del Key Visual (Lineamiento conceptual gráfico) se ve una referencia de la caja incorporada.</p> <p><b>g) Set de indicadores</b></p> <p>Visibilidad y tráfico. Google analytics, Kimetrics, AgoraPulse entre otros. Offline, Encuestas, entrevistas.</p> <p>En la carta Gantt propone Kick off, revisión de propuesta, Gantt final, Levantamiento Información, propuesta contenido, visación, propuesta contenido 02, producción gráfica, visación, producción gráfica v2, producción audiovisual, post producción V y A, correcciones, métricas, correcciones, activación, entrega final, plan de medios.</p> <p>La calidad de la propuesta y sus entregables es más innovadora, atractiva y se acomoda a las necesidades de ProChile.</p> <p>En relación al material gráfico enviado como referencia (videos), el nivel de producción es el que más se acerca a la línea gráfica trabajada en ProChile.</p> <p>Si bien la propuesta abarca completamente los requerimientos de la licitación, no explicita la cantidad de reuniones con la contraparte técnica de ProChile, para la presentación de informes o estados de avances del servicio requerido, solo menciona en Mejoras a la Propuesta que la cantidad</p>

N°	Oferente	Nota	Justificación
			<p>de correcciones es hasta el visto bueno. Además del compromiso de cumplimiento cabal e integro a todo lo solicitado.</p> <p>En consecuencia, se le otorga <b>nota 3</b>.</p>
2	ABA PUBLICIDAD S.A	2,00	<p>La descripción de la propuesta técnica describe en detalle cada uno de los servicios requeridos, abarcando los requerimientos de la licitación.</p> <p>Específicamente, describe y detalla los siguientes servicios:</p> <p><b>a) Generación de un relato para mercado nacional e internacional tomando como base el de la campaña Unboxing 2021</b></p> <p>Para la creación del relato, consideran relevante:          -Investigar la campaña anterior, mercado, etc          -Definir un o más Públicos Objetivos          -Encontrar un hallazgo, insight y/o promesa relevante.          -Establecer un concepto central creativo.</p> <p>Como primera propuesta, para esta etapa, quieren llegar con el siguiente mini relato como ejemplo:“Unboxing Chile es abrir los sentidos, abrir la mente, abrir el corazón para conectarse con nuestro país en múltiples niveles. Hacer Unboxing es abrir tu corazón al probar un alimento que te recuerda cuando tu abuelita te servía un delicioso plato con todo su cariño. Es abrir la mente y viajar a lugares emblemáticos al ver nuestro arte a través de documentales o exposiciones. Es abrir el sentido del olfato cuando pruebas un salmón grillado, llegando incluso a respirar la brisa marina. Es abrir los oídos y escuchar los ríos, cascadas y las ramas de los árboles de nuestro sur cuando recibes las artesanías. Porque al hacer Unboxing no solo abres una caja sino también los sentidos que te transportarán a Chile.”</p> <p><b>b) Diseño y creación de una estrategia de branding, comunicacional y promocional.</b></p> <p>Como propuesta para comunicar y ejecutar la campaña deciden utilizar herramientas digitales, para así llegar a la mayor cantidad de personas posible.-Unboxing virtual: A través de Email Marketing enviaremos cajas virtuales que, al hacerles clic se abrirán, descubriendo un juego sensorial que nos transportará a diferentes partes de Chile asociadas a las áreas de exportación que se quieren potenciar. Al ser virtual solo podran usar los sentidos auditivos y visuales, pero apelaran a los recuerdos de los receptores para generar más sensaciones.Como por ejemplo ver pies</p>

N°	Oferente	Nota	Justificación
			<p>tocando la arena, más el sonido que esto genera, transmite audiovisualmente la sensación táctil. Con esto queremos dar continuidad al concepto de abrir los sentidos, los cuales esperamos, transporten a los receptores a Chile. Transmitiendo sus atributos, productos y servicios de una forma palpable y atractiva.</p> <p><b>c) Generación y diseño de material gráfico y audiovisual.</b></p> <p>En la carta Gantt señala key visual por macro sector, material propmocional medios offline, propuesta nuevos formatos, caja unboxing sostenible, producción video general de ProChile.</p> <p><b>d) Generación de mensajes cortos para la campaña.</b></p> <p>En la carta Gantt menciona generación de mansajes cortos para la campaña (1 mensaje general y 1 por macrosector)</p> <p><b>e) Generación de propuestas innovadoras para comunicar y ejecutar la campaña.</b></p> <p>La campaña incluye el envío de cientos de cajas a influencers en distintos países del globo con productos típicos de la industria nacional. En cada mercado se orientará a influencers locales, por la cercanía con el público. Sin embargo, a nivel mundial, ProChile, junto a los principales gremios del país (Wines of Chile, Salmón Chile, Asoex y ChileCarne) decidieron incluir en la campaña al futbolista Alexis Sánchez.”</p> <p><b>f) Caja Unboxing Sostenible.</b></p> <p>Solo se menciona en la carta Gantt la realización de una caja más sostenible, pero no da más detalle.</p> <p><b>g) Set de indicadores</b></p> <p>Para medir el impacto de la campaña en sus diferentes formatos proponen:          -Campaña Online: la mediran a través de CTR obteniendo así el número de personas que hicieron clic en los anuncios.-Unboxing Virtual: lo mediran por las veces que el email es abierto y los clics que realicen los receptores.- Redes Sociales: las mediran por la cantidad de personas que utilizan #UnboxingChile.-Campaña Youtube: lo mediran a través de las vistas y</p>



N°	Oferente	Nota	Justificación
			<p>reacciones que posea el video publicitario. Por otro lado, también es necesario medir el VTR dentro del anuncio pago y orgánico.</p> <p>En la carta Gantt propone: Investigación de mercado general para ver el perfil de la campaña, investigación de influencers, selección de influencers. Generación y diseño de material gráfico, key visual por macro sector, material promocional medios offline, propuesta de nuevos formatos, caja unboxing sostenible, producción de video general de ProChile, diseño y creación de una estrategia de branding comunicacional y promocional, creación de relato, generación de mensajes cortos para la campaña (1 mensaje genera y 1 por macrosector). Generación de propuestas innovadoras para comunicar y ejecutar la campaña. Set de indicadores claves, productos requeridos (documentos PDF con traducciones locales), feedback, implementación campaña. 50 días corridos a partir de la OC aceptada</p> <p>Objetivo Campaña: Promocionar e incentivar el consumo de productos y servicios chilenos en los mercados internacionales priorizados por ProChile. Con el fin de apoyar la reactivación económica del país, impactar en la diversificación de mercados por parte de las empresas chilenas exportadoras y contribuir a la imagen país, a través de un relato/concepto creativo. Concepto: Cada vez que abres un producto de Chile, estás abriendo algo más que una caja. Estás abriendo una parte del país, del esfuerzo de muchos, de su cultura, de su identidad y espíritu . Estás haciendo #UnboxingChile.</p> <p>ProChile, ha solicitado, a la Agencia ABA Publicidad, una campaña comunicacional dirigida a posicionar la marca Chile en mercados de América del sur, centro y norte, Europa, Asia y Oceanía. En este contexto, la agencia requiere recoger los insight que le permitan idear y desarrollar una campaña que responda a los objetivos de Prochile. A continuación, Indexa Research presenta su propuesta de estudio. Esta busca entregar información para apoyar el proceso de definición de la campaña.</p> <p>Para obtener la información necesaria, proponen la realización de un estudio cualitativo, en base a entrevistas en profundidad a líderes de opinión de las industrias exportadores de alimentos, servicios, industrias creativas e industrias 4.0. Objetivos Realizaran un mínimo de 6 y un máximo de 10 entrevistas en profundidad, presenciales y/o por streaming. Los objetivos a lograr son: Identificar los principales atributos que los líderes destacan de sus sectores productivos. Conocer los elementos diferenciadores, de los productos chilenos, en mercados extranjeros. Conocer la opinión de los líderes de opinión respecto de las piezas y</p>



N°	Oferente	Nota	Justificación
			<p>conceptos desarrollados para la campaña. Identificar insights que permitan reforzar las ideas que sostienen la campaña.</p> <p>Este estudio tiene una duración de 20 días hábiles, contados desde el momento de la aprobación de la pauta de entrevista por parte del cliente. El servicio contempla la contactación de los entrevistados, recordatorio para cada entrevistado, regalos de agradecimiento, diseño de pauta de entrevista, realización de las entrevistas, grabación de las sesiones, análisis, informe y presentación en formato Power Point con los principales resultados y hallazgos.</p> <p>Revisado el material enviado como referencia (videos) no cumple al 100% con el standard de calidad a nivel audiovisual de ProChile. Mostrando inconsistencia en la producción del material.</p> <p>En cuanto al relato, este sólo aplica a público que ya conoce Chile y para esta campaña es necesario poder conectar con un público más amplio.</p> <p>Sobre el resto de los entregables, si bien se mencionan los servicios requeridos en la carta Gantt, no describe ni menciona como serán ejecutados.</p> <p>En consecuencia, se le otorga <b>nota 2</b>.</p>

### C.- Experiencia del oferente en creación de Campañas de marketing y/o branding, comunicacional y promocional al nivel internacional (40%)

Para la evaluación de este criterio se considerará la cantidad de proyectos similares al licitado realizados por el oferente y que digan relación con servicios de creación de Campañas de marketing y/o branding, comunicacional y promocional a nivel internacional. realizados desde el año 2019 en adelante, correctamente acreditados, de acuerdo con lo indicado en el numeral "9.1.12. CONTENIDO DE LA PROPUESTA TÉCNICA Y ECONÓMICA", de las bases de Licitación. Para la evaluación, se aplicará la siguiente tabla:

Calificaciones	Justificación
Nota 4	Acredita 4 proyectos similares
Nota 3	Acredita 3 proyectos similares
Nota 2	Acredita 2 proyectos similares
Nota 1	Acredita 1 proyecto similar
Nota 0	No entrega información o no acredita proyectos similares.



N°	Oferente	Nota	Justificación
1	ABA PUBLICIDAD S.A.	4,00	<p>1. Nombre del cliente: Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) Servicio prestado: Lanzamiento APP Santiago Indígena para promoción nacional e internacional de la Plaza de Armas de Santiago. Año: 2019 (febrero a abril) Documento de acreditación: OC N° 520487-1-CM19 del 06.02.2019</p> <p>2. Nombre del cliente: Universidad de Chile Servicio prestado: Lanzamiento Internacional de los Diplomados de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, destacando las clases vía streaming o 100% on line con difusión a través de medios digitales y RRSS de toda Latinoamérica. Año: 2020- 2021 (diciembre 2020 a junio 2021) Documento de acreditación: OC N° 5872-319-CM20 del 30.12.2020</p> <p>3. Nombre del cliente: Subsecretaría de las Cultura y las Artes Servicio prestado: Campaña de Lanzamiento o APP Elige Cultura del MINCAP, que permite a los interesados de la cultura chilena bajar esta aplicación en cualquier lugar del mundo y saber que está pasando en nuestra cultura. Año: 2021 (febrero a junio) Documento de acreditación: OC N° 1725-52-CM21 del 26.02.2021</p> <p>4. Nombre del cliente: Servicio Nacional de Turismo. Servicio prestado: Campaña de relatos de guías de la región de Valparaíso, para facilitar que miles de guías de turismo de todo el país, pudiesen encantar a los turistas nacionales e internacionales de manera virtual, con entretenidos relatos sobre los atractivos turísticos de cada región del país. Este material fue post producido para construir una imagen única del país. Aparte de Valparaíso la agencia se hizo cargo de las regiones de Coquimbo, Antofagasta, Ñuble y la Araucanía. Produciendo mas de 600 videos. Año: 2021 (junio a diciembre)</p>



N°	Oferente	Nota	Justificación
			<p>Documento de acreditación: OC N° 1870-8-CM21 del 18.06.2021</p> <p>Total de proyectos acreditados: 4.</p>
2	ARGUMENTAL FILMS SPA	4,00	<p>1. Nombre del cliente: Ministerio de Salud Servicio prestado: Re- branding completo productos leche Purita/Packam. Proyección nacional e internacional Año: 2021 Documento de acreditación: OC N° 757-1019-CM21 del 12.06.2021</p> <p>2. Nombre del cliente: Subsecretaría de las Culturas y las Artes. Servicio prestado: Rebranding completo más plataforma web, piezas difusión, plan de medios plataforma cultural Los Ríos. Proyección Internacional Año: 2020-2021 Documento de acreditación: OC N° 1725-695-CM20 del 07.08.2020</p> <p>3. Nombre del cliente: Subsecretaría de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación. Servicio prestado: Rebranding más plataforma, piezas comunicacionales programa OBSERVA. Proyección Internacional Año: 2021 Documento de acreditación: OC N° 1098710-79-CM21 del 12.05.21</p> <p>4. Nombre del cliente: Fundación Telefónica Movistar Servicio prestado: Agencia comunicaciones – digital FTM – diversas campañas. Destaca último trabajo Campus Movistar Año: 2021 (desde 2016) Documento de acreditación: Contrato 09 B Randcontent M y Contrato 10 Fundación 2M, Fundación 1M Adjunta documentos de Proceso de Compra Número: 20128371 pedido N° Pedido: 3300209995</p>



N°	Oferente	Nota	Justificación
			Adjunta Proceso de Compra Número: 18110930 N° Pedido: 3300166888  Total de proyectos acreditados: 4

### CUADRO FINAL DE EVALUACIÓN

LUGAR	OFERENTE	A. Oferta Económica - Precio  (15%)		B. Calidad de la propuesta técnica  (45%)		C. Experiencia del oferente  (40%)		NOTA FINAL
		Nota	Ponderación	Nota	Ponderación	Nota	Ponderación	
		1°	ARGUMENTAL FILMS SPA	4,00	0,60	3,00	1,35	
2°	ABA PUBLICIDAD S.A	4,00	0,60	2,00	0,90	4,00	1,60	<b>3,10</b>

#### Recomendación:

Conforme a lo estipulado en el apartado **ADJUDICACIÓN** y de acuerdo con los Criterios de Evaluación definidos para este proceso, la Comisión Evaluadora recomienda la adjudicación de la Licitación Pública para la contratación del “servicio de diseño y conceptualización de estrategia de branding, comunicación y promoción, para dar continuidad a campaña Unboxing Chile 2021, de Prochile”, al proveedor “**ARGUMENTAL FILMS**”, que obtuvo una nota final de **3,55** y representa una oferta conveniente para los intereses de la Dirección General de Promoción de Exportaciones.



Los integrantes de la presente Comisión Evaluadora, de conformidad con las normas de Probidad y de Compras Públicas, declaran no tener relación ni parentesco con el oferente que presentó la propuesta y/o trabajadores del mismo, que les impidan participar en este proceso de evaluación. En caso contrario, estarán sujetos a las sanciones administrativas y penales que imponen los reglamentos y disposiciones legales correspondientes.

- Claudia Serrer Urrutia, Directora Departamento Dirección de Marketing y Eventos.
- Juan Luis Luna Castillo, Asistente Subdepartemtno de Marketing.
- María José Hernández Alcaino, Jefa Departamento Dirección Comunicación Estratégica. .

Sin otro particular,



**CLAUDIA SERRER URRUTIA**  
**DIRECTORA**  
**DEPARTAMENTO DIRECCION MARKETING Y EVENTOS**

**RBR/MRC/JLC/CSU/MHA**