



INFORME DE VALORACIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE PLANIFICACIÓN, COMPRA Y EVALUACIÓN DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NACIONALES PARA PROMOCIONAR EL DESTINO TURÍSTICO COSTA CÁLIDA- REGIÓN DE MURCIA DURANTE EL VERANO DE 2020.

Una vez recibidas las ofertas, la Comisión Técnica de Valoración ha procedido al estudio de la documentación incluida en los sobres B (Documentación relativa a los criterios ponderables mediante juicio de valor) correspondientes a los lotes 1 "TELEVISIÓN" y 2 "RADIO" del procedimiento abierto para la contratación de un servicio consistente en la planificación, compra y evaluación de espacios publicitarios en medios de comunicación nacionales, para promocionar el destino turístico Costa Cálida-Región de Murcia durante el verano 2020.

LOTE 1 TELEVISIÓN

A este lote se han presentado las siguientes empresas:

- Zenithbrmedia, SA.
- Havas Media Group Levante, SL.
- Mediterránea de Medios Iberia, SA.
- Media Sapiens Spain, SLU.
- Proximia Havas, SL.

La Comisión ha valorado la Propuesta Técnica, que tiene una puntuación máxima de 45 puntos, conforme a lo establecido en el pliego de cláusulas administrativas de la presente contratación, en la página 15.

Para valorar la propuesta técnica del **Lote 1 Televisión**, se tendrá en cuenta la estrategia, la planificación táctica y las acciones especiales, tal y como se desglosa a continuación:

- **Estrategia de campaña** (máximo 15 puntos): se valorarán los soportes propuestos y la distribución de la presión entre las cadenas de televisión. También se tendrá en cuenta el reparto de acciones convencionales y especiales. Se deberá argumentar la estrategia planteada para alcanzar los objetivos propuestos.
- **Táctica de campaña** (máximo 15 puntos): se tendrá en cuenta, atendiendo a los mínimos establecidos en el pliego de técnicas, el timing de campaña, las franjas horarias, distribución de spots de 20" y 10", posicionamiento de los pases así como el nivel de prime time y otros aspectos relativos a la táctica.
- **Acciones especiales** (máximo 15 puntos): se valorarán los formatos propuestos, así como su notoriedad y eficacia.

Antes de entrar a valorar las propuestas, la Comisión Técnica tiene a bien trasladar a la Mesa de Contratación que la empresa Proximia Havas, SL no ha incluido en su estrategia a una de las dos televisiones generalistas líderes de audiencia según Kantar Media, requisito obligatorio del pliego de prescripciones técnicas. Además, esta empresa ha propuesto hacer la campaña en 3 semanas frente a las 5 que establecía el pliego de condiciones técnicas. Es por ello que la Comisión propone a la Mesa de Contratación la exclusión de Proximia Havas, SL al entender que no cumple con dos de los requisitos obligatorios del Pliego de Prescripciones Técnicas.





A la hora de valorar la **estrategia de campaña**, la comisión ha detectado que hay propuestas que incluyen varias cadenas de televisión, frente a otras que concentran la campaña en los dos soportes que establecía como mínimo obligatorio el pliego de prescripciones técnicas, que son las 2 primeras cadenas de televisión generalistas líderes de audiencia según Kantar Media (Telecinco y Antena3). La comisión ha decidido dar los 15 puntos a aquellas empresas que han planteado hacer la campaña en estas dos televisiones frente a las otras dos propuestas, que han recibido la mitad de los puntos, por haber diversificado demasiado la estrategia llegando a plantear más de 6 canales de televisión, lo que consideramos que no generará la suficiente presencia publicitaria en cada uno de ellos.

EMPRESA	ESTRATEGIA DE CAMPAÑA
	15 PUNTOS
ZENITH	7.5
HAVAS MEDIA	15
MEDITERRÁNEA	7.5
MEDIA SAPIENS	15
PROXIMIA	-

En cuanto a la **táctica** y tras comprobar si las propuestas cumplían los mínimos establecidos en el pliego, la Comisión ha otorgado la máxima puntuación a la propuesta que considera que ha realizado una mejor distribución en el timing, planificando la campaña de lunes a domingo y con un reparto de las acciones equilibrado entre las diferentes franjas horarias.

Han recibido 10 puntos las propuestas que o bien no han especificado (aunque sea a modo orientativo) ni franjas ni programas en su táctica o bien no han realizado un reparto tan equitativo de las acciones a lo largo de las franjas horarias. La Comisión ha dado la menor puntuación a la propuesta que no ha planificado las 5 semanas de campaña de manera consecutiva, ya que aunque si bien es cierto que la campaña cubre todo el verano (de julio a septiembre), se considera que con esta táctica se optimiza menos. Además y a pesar de tener un buen arranque de campaña, esta propuesta no especifica ni programas ni franjas horarias (ni de manera orientativa), exceptuando los 2 primeros días.

EMPRESA	TÁCTICA DE CAMPAÑA
	15 PUNTOS
ZENITH	10
HAVAS MEDIA	15
MEDITERRÁNEA	5
MEDIA SAPIENS	10
PROXIMIA	-

Con respecto a las **acciones especiales**, la Comisión ha valorado con la máxima puntuación a aquellas propuestas que han incluido menciones por entender que pueden dar más notoriedad y visibilidad al destino; por su duración y su ubicación. Hay dos empresas que han coincidido en el formato de acciones especiales con píldoras, formato que la comisión considera menos notorio. Una de ellas tiene 10 puntos y la otra 11 porque incorpora además sobreimpresiones.



EMPRESA	ACCIONES ESPECIALES
	15 PUNTOS
ZENITH	10
HAVAS MEDIA	15
MEDITERRÁNEA	11
MEDIA SAPIENS	15
PROXIMIA	-

Por lo que la valoración propuesta por la Comisión técnica quedaría de la siguiente manera en el Lote 1. Televisión:

VALORACIÓN PROPUESTA TÉCNICA. LOTE 1. TELEVISIÓN	
EMPRESA	TOTAL
	45 PUNTOS
HAVAS MEDIA	45
MEDIA SAPIENS	40
ZENITH	27,5
MEDITERRÁNEA	23,5
PROXIMIA	-

LOTE 2 RADIO

A este lote se han presentado las siguientes empresas:

- Avante Comunicación, SL.
- Zenithbrmedia SA.
- Havas Media Group Levante SL.
- Mediterránea de Medios Iberia SA.
- Portavoz Comunicaciones Integradas, SL.
- Proximia Havas, SL.
- Media Diamond, S.L.

La Comisión ha valorado la Propuesta Técnica, que tiene una puntuación máxima de 45 puntos, conforme a lo establecido en el pliego de cláusulas administrativas de la presente contratación, en la página 16.

Para valorar la propuesta técnica del **Lote 2 Radio**, se tendrá en cuenta la estrategia, la planificación táctica y las acciones especiales, tal y como se desglosa a continuación:

- **Estrategia de campaña (máximo 15 puntos):** se valorarán los soportes propuestos y la distribución de la presión entre los grupos de comunicación y las emisoras de radio. También se tendrá en cuenta el reparto de acciones convencionales y especiales. Se deberá argumentar la estrategia planteada para alcanzar los objetivos propuestos.

- **Táctica de campaña (máximo 15 puntos):** se tendrá en cuenta, atendiendo a los mínimos establecidos en el pliego de técnicas, el timing de campaña, la distribución de cuñas, horarios y posicionamiento, etc.

- **Acciones especiales (máximo 15 puntos):** se valorará el formato/s propuesto, la distribución



de las acciones, su ubicación en convencional o musical, así como su duración, notoriedad y eficacia.

Antes de entrar a valorar las propuestas, la Comisión Técnica tiene a bien trasladar a la Mesa de Contratación que la empresa Proximia Havas, SL ha propuesto hacer la campaña en 3 semanas frente a las 5 que establecía el pliego de condiciones técnicas. Es por ello que la Comisión propone a la Mesa de Contratación la exclusión de Proximia Havas, SL al entender que no cumple con un requisito obligatorio del Pliego de Prescripciones Técnicas.

En la valoración de la **estrategia** y tras comprobar que el resto de propuestas se ajustan a lo requerido en el pliego de condiciones técnicas, la comisión ha estimado dar la máxima puntuación a todas la estrategias, al considerar que todas son correctas y realizan un planteamiento muy similar en cuanto a presión entre grupos y cadenas de radio, así como en la distribución de acciones convencionales y especiales. Todas las estrategias planteadas se argumentan correctamente.

EMPRESA	ESTRATEGIA DE CAMPAÑA
	15 PUNTOS
AVANTE	15
PORTAVOZ	15
ZENITH	15
MEDITERRÁNEA	15
PROXIMIA	-
HAVAS GROUP	15
MEDIA DIAMOND	15

En lo que a la **táctica** se refiere, y tras comprobar que todas cumplen los requisitos mínimos establecidos en el pliego, la Comisión de Valoración ha observado diferentes planteamientos tácticos. La Comisión ha otorgado la máxima puntuación a la propuesta que entiende que ha hecho una mejor distribución del timing y que ha repartido las cuñas de una manera ponderada en las franjas horarias.

Las empresas que han recibido 10 puntos es porque o bien han dado un mayor peso en el fin de semana a la campaña, o no han especificado programas y/o franjas horarias. La Comisión ha dado la menor puntuación a la propuesta que no ha planificado las 5 semanas de campaña de manera consecutiva, ya que aunque bien es cierto que la campaña cubre todo el verano (de julio a septiembre) se considera que con esta táctica se optimiza menos, a pesar de tener un buen arranque de campaña.

EMPRESA	TÁCTICA DE CAMPAÑA
	15 PUNTOS
AVANTE	10
PORTAVOZ	10
ZENITH	10
MEDITERRÁNEA	7.5
PROXIMIA	-
HAVAS GROUP	15
MEDIA DIAMOND	10





Para la valoración de las **acciones especiales**, la comisión ha dado la máxima puntuación a aquella propuesta que entiende que destaca por la ubicación, duración y notoriedad de sus menciones. Las propuestas que reciben 13 puntos incluyen o bien menciones pero en menor cantidad, o bien píldoras de menor duración pero mayor cantidad. Por último, recibe menos puntuación la propuesta que incluye únicamente patrocinios al considerarlos menos notorios.

EMPRESA	ACCIONES ESPECIALES
	15 PUNTOS
AVANTE	11
PORTAVOZ	13
ZENITH	13
MEDITERRÁNEA	13
PROXIMIA	-
HAVAS GROUP	13
MEDIA DIAMOND	15

Por lo que la valoración propuesta por la Comisión técnica quedaría de la siguiente manera en el Lote 2. Radio:

VALORACIÓN PROPUESTA TÉCNICA. LOTE 2. RADIO	
EMPRESA	TOTAL
	45 PUNTOS
HAVAS GROUP	43
MEDIA DIAMOND	40
ZENITH	38
PORTAVOZ	38
AVANTE	36
MEDITERRÁNEA	35,5
PROXIMIA	-

Y para que conste a los efectos oportunos, se emite este informe en Murcia a fecha de la firma electrónica.

Violeta Pérez Fructuoso
María Cerezo Valverde
José Carlos Brugarolas Mollá-Bauzá

