

DOCUMENTO Informe: <b>INFORME OFERTAS TÉCNICAS_EXP 054CM.25</b>	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: <b>FBVMR-UDAJL-EH7UW</b> Fecha de emisión: <b>9 de Julio de 2025 a las 10:10:55</b> Página 1 de 8	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- Técnica Proyectos Europeos del EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MERIDA. Firmado 09/07/2025 10:10	ESTADO <b>FIRMADO</b> 09/07/2025 10:10



**MÉRIDA**  
AYUNTAMIENTO

Contratación y Patrimonio

**INFORME DE VALORACIÓN TÉCNICA DE LAS OFERTAS PRESENTADAS EN EL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN PARA DEL SERVICIO DIRIGIDO A LA COMPRA DE ESPACIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DEL AYUNTAMIENTO DE MÉRIDA EXPEDIENTE 054CM.25.**

- 1.- RELACIÓN DE OFERTAS PRESENTADAS.
- 2.- CRITERIOS CUYA PONDERACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR (Hasta 25 puntos).
- 3.- VALORACIÓN INDIVIDUALIZADA DE LAS OFERTAS.
- 4.- VALORACION FINAL Y CONCLUSIONES.
- 5.- OTRAS OBSERVACIONES.

DOCUMENTO Informe: <b>INFORME OFERTAS TÉCNICAS_EXP 054CM</b> .25	IDENTIFICADORES
OTROS DATOS Código para validación: <b>FBVMR-UDAJL-EH7UW</b> Fecha de emisión: <b>9 de Julio de 2025 a las 10:10:55</b> Página 2 de 8	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- Técnica Proyectos Europeos del EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MERIDA. Firmado 09/07/2025 10:10
	ESTADO <b>FIRMADO</b> 09/07/2025 10:10



Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 1624425 FBVMR-UDAJL-EH7UW-5AE20179F641780477348ECD0601B0338823E492) generada con la aplicación informática Firmadoc. El documento está FIRMADO. Mediante el código de verificación puede comprobar la validez de la firma electrónica de los documentos firmados en la dirección web: <https://sede.merida.es>



### 1.- RELACIÓN DE EMPRESAS PRESENTADAS

Nº	OFERTA
1	MEDIA PLUS EQU MEDIA S.L.L (B81108334)
2	MARÍN PUBLICIDAD (A4147380)
3	NF MEDIA (B91346890)

### 2.- CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

Se recogen a continuación los criterios no matemáticos de valoración de ofertas, a valorar, según el PPT y PCAP, y que serán los tenidos en cuenta en dicha valoración.

**Calidad técnica de la oferta (25 Puntos):** Se valoraran los siguientes aspectos del plan estratégico de medios que deben presentar los licitadores con el siguiente planteamiento.

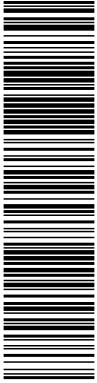
- Estrategia y desarrollo de la comunicación planteada así como la investigación realizada del mercado publicitario: **hasta 10 puntos.**
- Target propuesto así como la investigación realizada para su determinación y las fuentes utilizadas en el análisis del mismo: **hasta 5 puntos.**
- Selección de medios y soportes así como su idoneidad para difusión y comunicación. Se valorarán los distintos soportes utilizados en cuanto a formato y ubicación a fin de obtener máximos niveles de audiencia, notoriedad, cobertura así como la mayor eficacia del mensaje: **hasta 10 puntos.**

Se deberá argumentar la distribución presupuestaria entre cada medio y soporte, así como justificar las acciones publicitarias y acciones especiales, si se propusieran, y como favorecen a la consecución de los objetivos de medios, (cobertura, audiencia, notoriedad frecuencia, ...).

Obtendrá la puntuación máxima aquella propuesta que presente una mayor adecuación a los requisitos valorados.

En ningún caso se reflejaran en el plan estratégico presentado, precios y otras condiciones ofertadas por el licitador que hayan sido incluidas como criterios valorables mediante cifras o porcentajes en el apartado propuesta económica o comisión de agencia del presente pliego.

DOCUMENTO Informe: <b>INFORME OFERTAS TÉCNICAS_EXP 054CM</b> .25	IDENTIFICADORES
OTROS DATOS Código para validación: <b>FBVMR-UDAJL-EH7UW</b> Fecha de emisión: <b>9 de Julio de 2025 a las 10:10:55</b> Página 3 de 8	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- Técnica Proyectos Europeos del EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MERIDA. Firmado 09/07/2025 10:10
	ESTADO <b>FIRMADO</b> 09/07/2025 10:10



**MÉRIDA**  
AYUNTAMIENTO

Contratación y Patrimonio

La documentación técnica a presentar será un plan estratégico de medios sobre un supuesto práctico de una campana para la promoción turística de “Semana Santa de Mérida”, basado en datos reales.

Para la valoración de cada uno de los criterios mediante juicio de valor se ha tenido en cuenta la puntuación máxima indicada, correspondiendo la siguiente ponderación:

- 100% de la puntuación máxima a otorgar: la información es coherente, responde a los criterios fijados, es completa y con un nivel de detalle muy alto, incorporando todos los requisitos establecidos.
- 75% de la puntuación máxima a otorgar: la información es coherente, responde a los criterios fijados, es completa y con un nivel de detalle alto, incorporando todos los requisitos establecidos.
- 50% de la puntuación máxima a otorgar: la información es coherente, responde a los criterios fijados, es completa y con un nivel de detalle medio, incorporando algunos de los requisitos establecidos.
- 25% de la puntuación máxima a otorgar: la información es coherente, responde a los criterios fijados, pero incompleta y con un nivel de detalle medio, con gran parte de los requisitos incompletos.
- 0% de la puntuación máxima a otorgar: la información presenta incoherencias y es incompleta, con un nivel de detalle bajo, con los requisitos incompletos.

### 3.- VALORACIÓN INDIVIDUALIZADA DE LAS OFERTAS PRESENTADAS POR LA EMPRESAS LICITADORAS.

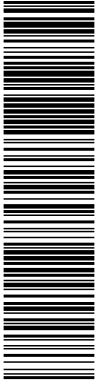
#### MEDIA PLUS EQUIMEDIA S.L.L (B81108334)

- **Estrategia y desarrollo de la comunicación planteada así como la investigación realizada del mercado publicitario: hasta 10 puntos.**

La información es coherente, responde a los criterios fijados, es completa y con un **nivel de detalle alto**, incorporando los requisitos establecidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas. En su propuesta desarrollan una buena estrategia y progreso de la comunicación planteada y establecen un proceso de trabajo detallado del plan paso a paso a través de un cronograma, con una buena planificación y calendarización, con plazos coherentes y garantizando, como valor añadido, en las publicaciones urgentes en un plazo máximo de 24 horas.

Asimismo, proponen un protocolo de coordinación que garantiza el éxito de la campaña, designando a responsables para gestionar los diferentes tipos de comunicación y estableciendo canales oficiales y alternativos para asegurar una comunicación clara y segura con el Ayuntamiento.

DOCUMENTO Informe: <b>INFORME OFERTAS TÉCNICAS_EXP 054CM</b> .25	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: <b>FBVMR-UDAJL-EH7UW</b> Fecha de emisión: <b>9 de Julio de 2025 a las 10:10:55</b> Página 4 de 8	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- Técnica Proyectos Europeos del EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MERIDA. Firmado 09/07/2025 10:10	ESTADO <b>FIRMADO</b> 09/07/2025 10:10



**MÉRIDA**  
AYUNTAMIENTO

Contratación y Patrimonio

Recomiendan una estrategia de comunicación a nivel local y provincial, haciendo hincapié en provincias limítrofes, y, también, proponen incorporar a la campaña de publicidad a nivel regional y nacional, esta última en medios online, revistas y suplementos. Se consideran, por tanto, idónea la estrategia de comunicación planteada.

En lo que respecta a la investigación de mercados, realizan una investigación del público haciendo un análisis de los perfiles objetivos y presentando los datos sobre su consumo en medios y audiencias a través de fuentes como EGM, AIMC Marcas, Kantar Media, etc...

- **Target propuesto así como la investigación realizada para su determinación y las fuentes utilizadas en el análisis del mismo: hasta 5 puntos.**

La información es coherente, responde a los criterios fijados, es completa y con un **nivel de detalle muy alto**, presentando una propuesta adecuada de público objetivo basado en la captación y refuerzo de públicos, individuos de 20 a 74 años, de clases medias, medias altas y altas en Badajoz, Extremadura y España, interesados en experiencias auténticas o relacionadas con el turismo religioso o cultural como es la Semana Santa de Mérida y distinguiendo tres grupos específicos en base a sus motivaciones para viajar: Turista Experimental, Turista Cultural y Turista de Arte Sacro.

Realizan una detallada investigación del público, haciendo un análisis de los perfiles objetivos y presentando los datos sobre la investigación de su consumo en medios.

En lo que respecta a las fuentes y herramientas del sector utilizadas, se indican las fuentes y presentan una alta variedad y detallada de herramientas tales como herramientas del sector, específicas de Internet, de medición de audiencias, tecnológicas, de innovación y control así como propias del control de la facturación. Se consideran, por tanto, muy idóneas las herramientas y fuentes descritas para el fin de la campaña.

- **Selección de medios y soportes así como su idoneidad para difusión y comunicación. Se valorarán los distintos soportes utilizados en cuanto a formato y ubicación a fin de obtener máximos niveles de audiencia, notoriedad, cobertura así como la mayor eficacia del mensaje: hasta 10 puntos.**

**Alto nivel de detalle**, incorporando todos los requisitos establecidos. Propone una adecuada planificación de medios diversos: radio, televisión, prensa escrita y online, publicidad exterior y redes sociales, entre otros, describiendo la propuesta de distribución del número de inserciones realizadas por medio, soporte, periodo de tiempo..., siendo coherentes el objetivo de la licitación y los objetivos planteados en el Pliego de Prescripciones Técnicas. Sin embargo, no refleja la distribución presupuestaria para cada medio y soporte.

DOCUMENTO Informe: <b>INFORME OFERTAS TÉCNICAS_EXP 054CM</b> .25	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: <b>FBVMR-UDAJL-EH7UW</b> Fecha de emisión: <b>9 de Julio de 2025 a las 10:10:55</b> Página 5 de 8	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- Técnica Proyectos Europeos del EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MERIDA. Firmado 09/07/2025 10:10	ESTADO <b>FIRMADO</b> 09/07/2025 10:10



**MÉRIDA**  
AYUNTAMIENTO

Contratación y Patrimonio

Como valor añadido, proponen emplazamientos Premium y el lanzamiento de una acción de alto impacto visual y emocional en un espacio emblemático: las pantallas digitales de Callao, en pleno corazón de Madrid.

Y, en cuanto a la evaluación del resultado, presentan un sistema de medición adecuado y eficaz para conseguir estrategias que garanticen éxitos medibles. Para ello, evaluarán la campaña y la analizarán antes, durante y tras finalizar la misma con el objetivo de extraer conclusiones previas al lanzamiento de las distintas variables y así conseguir una mayor optimización de la misma.

#### **MARÍN PUBLICIDAD (A4147380)**

- **Estrategia y desarrollo de la comunicación planteada así como la investigación realizada del mercado publicitario: hasta 10 puntos.**

La información es coherente, responde a los criterios fijados, es completa y con un **nivel de detalle medio**, incorporando algunos de los requisitos establecidos. En su propuesta desarrollan la estrategia de comunicación pero no se describen los canales por los que vas a comunicar la estrategia, ni se establece un plan de acción detallado con un cronograma y una calendarización con plazos coherentes.

Recomiendan una estrategia de comunicación a nivel local y regional, y, también, proponen incorporar a la campaña de publicidad a nivel nacional, siendo ésta apta para el fin de la misma.

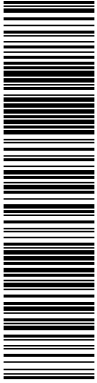
En lo que respecta a la investigación de mercados, realizan una investigación del público haciendo un análisis de los perfiles objetivos y presentando los datos sobre su consumo en medios y audiencias a través de fuentes como EGM, Kantar Media, INE etc..., considerándose adecuados para el fin de la licitación.

- **Target propuesto así como la investigación realizada para su determinación y las fuentes utilizadas en el análisis del mismo: hasta 5 puntos.**

**Alto nivel de detalle**, incorporando todos los requisitos establecidos. Realizan una investigación exhaustiva de la procedencia del turista nacional a la región, así como una detallada investigación del público haciendo un análisis de los perfiles objetivos y presentando los datos sobre la investigación de su consumo en medios.

Proponen una campaña dirigida a ciudadanos de Mérida, de otras zonas de Extremadura, Nacional e Internacional (principalmente de Portugal por cercanía); turista nacional con intereses religiosos, culturales; y población de Mérida (Individuos +16 años), considerándose adecuada para el fin de la licitación.

DOCUMENTO Informe: INFORME OFERTAS TÉCNICAS_EXP 054CM .25	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: FBVMR-UDAJL-EH7UW Fecha de emisión: 9 de Julio de 2025 a las 10:10:55 Página 6 de 8	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- Técnica Proyectos Europeos del EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MERIDA. Firmado 09/07/2025 10:10	ESTADO <b>FIRMADO</b> 09/07/2025 10:10



**MÉRIDA**  
AYUNTAMIENTO

Contratación y Patrimonio

En lo que respecta a las fuentes y herramientas del sector utilizadas, se indican las fuentes y presentan algunas herramientas para su puesta en marcha tales como EGM, Kantarmedia, GFK...

- **Selección de medios y soportes así como su idoneidad para difusión y comunicación. Se valorarán los distintos soportes utilizados en cuanto a formato y ubicación a fin de obtener máximos niveles de audiencia, notoriedad, cobertura así como la mayor eficacia del mensaje: hasta 10 puntos.**

La información es coherente, responde a los criterios fijados y es completa, donde se describe, con un nivel de detalle medio, incorporando algunos de los requisitos establecidos. Proponen una planificación de una campaña para Mérida y el entorno local, regional y nacional con el enfoque puesto en medios tradicionales y digitales locales con el objetivo de llegar a un público cercano, familiar y conectado a las tradiciones religiosas.

Además, la propuesta del Plan es adecuada y cuenta con inserciones en medios como la radio, la televisión, la prensa escrita y digital, acciones en el exterior y acciones especiales. Sin embargo, no refleja la distribución presupuestaria para cada medio y soporte.

Proponen acciones especiales como un paquete de patrocinio y Co-organizador de la Torrijada; realización y producción de la Gala Cofrade de Mérida (COPE Mérida); notas de prensa y entrevistas en medios culturales, religiosos y de viajes como La 2, Revista Semana Santa, National Geographic España, Traveler...; publicidad digital y SEO y una web oficial y APP móvil, aunque algunas de las recomendaciones especiales ya se vienen desarrollando en ediciones anteriores, por lo que no supone un valor añadido.

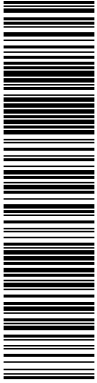
#### **NF MEDIA (B91346890)**

- **Estrategia y desarrollo de la comunicación planteada así como la investigación realizada del mercado publicitario: hasta 10 puntos.**

La información es coherente, responde a los criterios fijados con un nivel de detalle medio, con gran parte de los requisitos incompletos. En su propuesta no describen una buena estrategia y progreso de la comunicación ni establecen un proceso de trabajo detallado del plan a través de un cronograma, con una buena planificación y calendarización con plazos coherentes.

Por su parte, sí detallan herramientas de investigación de audiencias del mercado, así como herramientas propias, y realizan un estudio de mercado para determinar una mejor estrategia.

DOCUMENTO Informe: <b>INFORME OFERTAS TÉCNICAS_EXP 054CM</b> .25	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: <b>FBVMR-UDAJL-EH7UW</b> Fecha de emisión: <b>9 de Julio de 2025 a las 10:10:55</b> Página 7 de 8	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- Técnica Proyectos Europeos del EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MERIDA. Firmado 09/07/2025 10:10	ESTADO <b>FIRMADO</b> 09/07/2025 10:10



**MÉRIDA**  
AYUNTAMIENTO

Contratación y Patrimonio

- **Target propuesto así como la investigación realizada para su determinación y las fuentes utilizadas en el análisis del mismo: hasta 5 puntos.**

La información es coherente, responde a los criterios fijados, es completa y con un **nivel de detalle medio**, incorporando algunos de los requisitos establecidos. Presentan una propuesta de público objetivo genérica basado en las personas que viajan en Extremadura en abril, y observando que el público objetivo de la Semana Santa de Mérida es amplio y diverso, abarcando a personas mayores de 18 años que comparten un profundo respeto por las tradiciones y proponiendo una segmentación por grupos de edad al analizar su consumo de medios, ya que este varía significativamente entre los diferentes rangos etarios.

Realizan una investigación del público haciendo un análisis de los perfiles objetivos y presentando los datos sobre la investigación de su consumo en medios.

En lo que respecta a las fuentes, presentan varias de fuentes utilizadas para el análisis del mismo.

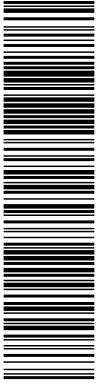
- **Selección de medios y soportes así como su idoneidad para difusión y comunicación. Se valorarán los distintos soportes utilizados en cuanto a formato y ubicación a fin de obtener máximos niveles de audiencia, notoriedad, cobertura así como la mayor eficacia del mensaje: hasta 10 puntos.**

**Nivel medio de detalle**, incorporando algunos de los requisitos establecidos. Propone una básica planificación de medios: radio, televisión, prensa escrita y online, y redes sociales, entre otros, describiendo de forma muy genérica y poco detallada la propuesta de distribución del número de inserciones realizadas por medio, soporte, periodo de tiempo..., aunque sí refleja la distribución presupuestaria para cada medio y soporte.

Como valor añadido, no proponen ninguna acción especial ni diferente.

Y, en cuanto a la evaluación del resultado, no presentan ningún sistema de medición adecuado y eficaz para conseguir estrategias que garanticen éxitos medibles.

DOCUMENTO Informe: <b>INFORME OFERTAS TÉCNICAS_EXP 054CM</b> .25	IDENTIFICADORES
OTROS DATOS Código para validación: <b>FBVMR-UDAJL-EH7UW</b> Fecha de emisión: <b>9 de Julio de 2025 a las 10:10:55</b> Página 8 de 8	FIRMAS El documento ha sido firmado por : 1.- Técnica Proyectos Europeos del EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MERIDA. Firmado 09/07/2025 10:10
ESTADO <b>FIRMADO</b> 09/07/2025 10:10	



**MÉRIDA**  
AYUNTAMIENTO

Contratación y Patrimonio

**4.- VALORACIÓN FINAL**

Siendo el resultado final el siguiente:

CRITERIOS NO MATEMÁTICOS A VALORAR				
CALIDAD TÉCNICA DE LA PROPUESTA	Máx 25 puntos			TOTAL
	ESTRATEGIA Y DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN	TARGET	SELECCIÓN DE MEDIOS Y SOPORTES	
<u>MEDIA PLUS EQUEDIA S.L.L (B81108334)</u>	7.5	5	7.5	20
<u>MARÍN PUBLICIDAD (A4147380)</u>	5	3.75	5	13.75
<u>NF MEDIA (B91346890)</u>	2.5	2.5	5	10

**5.- OTRAS OBSERVACIONES**

Una vez analizadas las ofertas técnicas no valorables matemáticamente, se observa que una de las licitadoras, concretamente la empresa **MARÍN PUBLICIDAD (A4147380)** presenta una memoria técnica con una extensión de 105 páginas.

En Mérida, a fecha de la firma digital

La Técnico Municipal  
Emilia Carqués Fuente