

INFORME DE VALORACIÓN DE CRITERIOS CUYA CUANTIFICACIÓN DEPENDA DE UN JUICIO DE VALOR

EXPEDIENTE 22/143

OBJETO

El objeto del presente informe es recoger la valoración de los criterios cuya cuantificación dependa de un juicio de valor relativos al Expte. 22/143.- Servicio integral de medios para la planificación estratégica y táctica, asesoramiento permanente, compra de espacios y difusión en medios de comunicación y demás soportes publicitarios de las campañas y acciones de publicidad o comunicación del Sorteo de Navidad® y del Sorteo de El Niño® del juego de Lotería Nacional.

EVALUADORES

Isabel Cervantes Pérez, Jefa de Departamento de Gestión Económica de Publicidad (SELAE).

Federico Fernández Suárez, Jefe de Departamento de Publicidad (SELAE).

Fernando Álvarez García-Mon, Profesional independiente. ExJefe de la Unidad de Publicidad Institucional (Secretaría de Estado de Comunicación. Presidencia del Gobierno).

OFERTAS PRESENTADAS

En la siguiente tabla se muestran las entidades que han presentado oferta en el presente procedimiento de contratación:

Entidad	Estado	Causa de exclusión
HAVAS MEDIA GROUP	Admitido	No aplica
WAVEMAKER	Admitido	No aplica
YMEDIA	Admitido	No aplica
EQUUMEDIA	Admitido	No aplica
UNIVERSAL	Admitido	No aplica

CRITERIOS DE VALORACIÓN DE CRITERIOS CUYA CUANTIFICACIÓN DEPENDA DE UN JUICIO DE VALOR

La puntuación máxima a otorgar a las ofertas por los criterios cuya cuantificación dependa de un juicio de valor será de 10 puntos.

Para la valoración de los criterios cuya cuantificación dependa de un juicio de valor se utilizarán los siguientes criterios:

Criterios cuya ponderación dependa de un juicio de valor:	10 Puntos
Ejercicio estratégico de planificación para la campaña del Sorteo de Navidad	
<ul style="list-style-type: none"> Argumentación de la estrategia 	3
<ul style="list-style-type: none"> Plan de medios 	2
<ul style="list-style-type: none"> Acciones en Radio y TV e innovación 	3
<ul style="list-style-type: none"> Informe final de campaña 	2
Total criterios cuya ponderación dependa de un juicio de valor	10

Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado, S.M.E., S.A.

C/ Poeta Joan Maragall, 53. 28020 Madrid. Teléfono 900 11 23 13. Fax 91 596 25 60
Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al T. 28078, F. 202, S. 8ª, H. M-505970, NIF A-86171964

De la propuesta de plan de medios sujeto a valoración, será objeto de análisis por el equipo técnico:

- Elaboración de una estrategia centrada en el consumidor actual, razonada en cuanto a su consumo de medios y nuevas tecnologías, así como con foco en el resultado final de campaña de máxima notoriedad.
- Propuesta de un plan de medios concreto, con un mix adecuado que maximice cobertura y frecuencia, bajdo a medio y soporte, y calendarizado.
- Detalle de la propuesta de acciones en TV y Radio, incluyendo las que pueden ser innovadoras, aunque de eficacia probada.
- Presentación de un informe final de campaña claro en sus medidas, conciso, visual y crítico con lo que no se haya podido conseguir.

Baremos de valoración de los atributos:

Argumentación de la estrategia: 3 puntos	
Excelente: se adecua a la perfección a las necesidades de SELAE, es completa y resulta idónea	3 puntos
Notable: se adecua de forma satisfactoria a las necesidades de SELAE y es razonablemente completa	2,25 puntos
Moderado: se adecua razonablemente a las necesidades de SELAE, si bien tiene aspectos mejorables y podría ser complementada	1.50 puntos
Mínimo: resulta muy básica y tiene muchos aspectos a mejorar y complementar	0,75 puntos
Deficiente: la propuesta está falta o escasa de contenido relevante, defectuosa o incompleta hasta un grado que no permite alcanzar el nivel mínimo puntuable.	0 puntos

Plan de medios : 2 puntos	
Excelente: se adecua a la perfección a las necesidades de SELAE, es completa y resulta idónea	2 puntos
Notable: se adecua de forma satisfactoria a las necesidades de SELAE y es razonablemente completa	1,5puntos
Moderado: se adecua razonablemente a las necesidades de SELAE, si bien tiene aspectos mejorables y podría ser complementada	1 puntos
Mínimo: resulta muy básica y tiene muchos aspectos a mejorar y complementar	0,5 puntos
Deficiente: la propuesta está falta o escasa de contenido relevante, defectuosa o incompleta hasta un grado que no permite alcanzar el nivel mínimo puntuable.	0 puntos

Acciones en Radio y TV e innovación :3 puntos	
Excelente: se adecua a la perfección a las necesidades de SELAE, es completa y resulta idónea	3 puntos
Notable: se adecua de forma satisfactoria a las necesidades de SELAE y es razonablemente completa	2,25puntos
Moderado: se adecua razonablemente a las necesidades de SELAE, si bien tiene aspectos mejorables y podría ser complementada	1,50 puntos
Mínimo: resulta muy básica y tiene muchos aspectos a mejorar y complementar	0,75 puntos
Deficiente: la propuesta está falta o escasa de contenido relevante, defectuosa o incompleta hasta un grado que no permite alcanzar el nivel mínimo puntuable.	0 puntos

Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado, S.M.E., S.A.

C/ Poeta Joan Maragall, 53. 28020 Madrid. Teléfono 900 11 23 13. Fax 91 596 25 60
Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al T. 28078, F. 202, S. 8ª, H. M-505970, NIF A-86171964

Informe final de campaña: 2 puntos	
Excelente: se adecua a la perfección a las necesidades de SELAE, es completa y resulta idónea	2 puntos
Notable: se adecua de forma satisfactoria a las necesidades de SELAE y es razonablemente completa	1,5 puntos
Moderado: se adecua razonablemente a las necesidades de SELAE, si bien tiene aspectos mejorables y podría ser complementada	1 puntos
Mínimo: resulta muy básica y tiene muchos aspectos a mejorar y complementar	0,5 puntos
Deficiente: la propuesta está falta o escasa de contenido relevante, defectuosa o incompleta hasta un grado que no permite alcanzar el nivel mínimo puntuable.	0 puntos

VALORACIÓN PROPUESTA

Se expone a continuación la valoración de los licitadores de los criterios cuya cuantificación dependa de un juicio de valor:

Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado, S.M.E., S.A.

C/ Poeta Joan Maragall, 53. 28020 Madrid. Teléfono 900 11 23 13. Fax 91 596 25 60
Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al T. 28078, F. 202, S. 8ª, H. M-505970, NIF A-86171964

ADECUACIÓN AL OBJETIVO

HAVAS

1,75

EXCELENTE	NOTABLE	MODERADO	MÍNIMO	DEFICIENTE
-----------	---------	----------	--------	------------

Propuesta de un Plan de Medios

TOTAL

- Argumentación de la estrategia.
- Plan de medios
- Acciones de Radio y TV e innovación
- Informe final de campaña

0				0
0,5			0,5	
0,75			0,75	
0,5			0,5	

VALORACIÓN

• Argumentación de la estrategia	La propuesta se adecúa de forma deficiente , ya que no presenta estrategia ni pilares básicos en los que basa su planificación de medios. Únicamente se limita a mencionar un objetivo, el cual sería, maximizar cobertura y frecuencia utilizando medios masivos, con el formato audiovisual como eje principal, de una forma genérica y sin profundizar.
• Plan de medios	El plan de medios propuesto no está soportado con un desarrollo de estrategia, por lo que resulta muy general. No se justifica el porcentaje del presupuesto asignado a cada medios, resultando muy alto el destinado a la acción especial presentada. No desciende a soportes en los medios de Televisión, Digital, Prensa y Exterior, ni presenta calendario en este último. Por todo lo comentado, la propuesta se adecúa de forma mínima a las necesidades de SELAE.
• Acciones de Radio y TV e innovación	La propuesta se centra en una acción especial en televisión que generaría otra campaña de especiales en este mismo medio, así como en radio, exterior y redes sociales. Sin embargo, esta acción es poco viable y de difícil ejecución por lo que se adecúa de forma mínima .
• Informe final de campaña	El informe final presentado se adecúa de forma mínima a las necesidades de SELAE. La agencia muestra un ejemplo limitado a la actividad en radio y digital donde se calcula la desviación entre el presupuesto aprobado y el finalmente ejecutado. También refleja la evaluación final de KPI's, sin embargo no se realiza un cálculo de desviaciones de los mismos, por medios, respecto a lo previsto. No recoge aprendizajes ni recomendaciones. No se refleja la información que se aportaría en los medios de televisión, exterior y radio.

Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado, S.M.E., S.A.

C/ Poeta Joan Maragall, 53. 28020 Madrid. Teléfono 900 11 23 13. Fax 91 596 25 60

Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al T. 28078, F. 202, S. 8ª, H. M-505970, NIF A-86171964

EXCELENTE	NOTABLE	MODERADO	MÍNIMO	DEFICIENTE
-----------	---------	----------	--------	------------

- Argumentación de la estrategia.
- Plan de medios
- Acciones de Radio y TV e innovación
- Informe final de campaña

3	3				
0					0
3	3				
2	2				

VALORACIÓN

• Argumentación de la estrategia	<p>La propuesta presenta una elaborada argumentación de la estrategia a implementar, partiendo de un estudio pormenorizado del consumo de los medios, diferenciando por segmentos de edad. Profundiza su análisis poniendo el foco en aquellos medios que siguen siendo eficaces desde la pandemia, descendiendo a los nuevos formatos consumidos que lo hacen posible.</p> <p>La estrategia muestra como objetivo la consecución de una cobertura máxima compensando la pérdida de la misma en algunos medios por el cambio en el consumo tradicional, con nuevos formatos, así como máxima visibilidad, frecuencia y notoriedad. Por todo ello, la propuesta se adecúa de forma excelente a las necesidades de SELAE.</p>
• Plan de medios	<p>Acorde con la estrategia desarrollada, presenta una planificación con un mix de medios coherente con el análisis realizado, repartiendo el presupuesto en consecuencia. La propuesta justifica cada recomendación realizada, descendiendo a medios, soportes y formatos, presentando un calendario para cada medio.</p> <p>Los KPI's aportados por cada medio muestran que el mix propuesto optimiza la cobertura efectiva, el recuerdo y la frecuencia, objetivos para movilizar la participación.</p> <p>Aunque la propuesta es adecuada para SELAE, al incluir un formato no permitido por el RD 958/2020 de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego, el comité evaluador considera que la puntuación debe ser 0.</p>
• Acciones de Radio y TV e innovación	<p>Amplio desarrollo de la táctica en el medio televisión así como en la radio, considerados medios con penetración al alza en formatos no convencionales. Estos formatos refuerzan el consumo y la cobertura del medio tradicional, llegando a todos los segmentos de edad mencionados en el desarrollo de la estrategia.</p> <p>En el medio televisión se aportan formatos innovadores en red de cadenas premium con tecnología de televisión de anuncios dirigidos, que permiten targetizar y maximizar la cobertura sin llegar a saturar. También proponen formatos diferentes en la emisión de programas. Por todo lo comentado, la propuesta se adecúa de forma excelente.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Informe final de campaña 	<p>La propuesta plantea una estructura de documento de informe final con los resultados de cada medio así como KPI's previstos con desviaciones respecto a los finalmente conseguidos. Comparativa del plan de medios aprobado y el finalmente ejecutado, explicando las diferencias y justificando por qué se han producido. El informe es conciso, visual y crítico.</p> <p>Estos informes que se facilitaran al final de la campaña, estarán disponibles para SELAE en una herramienta interactivo que se alimenta de la información de Kantar, Infoadex y base de datos de facturación de la agencia para ver en tiempo real como se está comportando la campaña, así como el cumplimiento de las condiciones del pliego.</p> <p>La propuesta se adecúa de forma excelente a las necesidades de SELAE.</p>
--	---

EXCELENTE	NOTABLE	MODERADO	MÍNIMO	DEFICIENTE
-----------	---------	----------	--------	------------

- Argumentación de la estrategia.
- Plan de medios
- Acciones de Radio y TV e innovación
- Informe final de campaña

1,5			1,5		
0					0
3	3				
2	2				

VALORACIÓN

• Argumentación de la estrategia	La propuesta desarrolla la argumentación de su estrategia entorno al contexto publicitario post-covid. Este análisis se realiza de una manera muy general en cada medio, llegando a la conclusión que la combinación de lo tradicional y lo digital es donde reside la clave de la maximización del alcance, en aquellos medios penalizados por el cambio en el consumo. La propuesta se adecúa de forma moderada al no profundizar en el análisis.
• Plan de medios	La distribución de la inversión se realiza adaptándose a los nuevos consumos, destacando los porcentajes en televisión, radio y exterior, acorde con el análisis realizado para la elaboración de la estrategia. Sin embargo, no justifica el resto de medios ni desciende a soportes. Para una rápida construcción de cobertura y alta visibilidad se pone el foco en piezas audiovisuales, pilar clave de la campaña con nuevos formatos. Sin embargo, no se aportan KPIs que justifiquen el mix. Aunque la propuesta es adecuada para SELAE, al incluir un formato no permitido por el RD 958/2020 de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego, el comité evaluador considera que la puntuación debe ser 0.
• Acciones de Radio y TV e innovación	Amplio desarrollo de la planificación en el medio televisión y radio para alcanzar una visibilidad y cobertura óptima en un breve espacio de tiempo así como generar volúmenes de frecuencia elevados en todo el público objetivo de interés. Además de recomendar formatos diferenciales en televisión, en radio, proponen formatos en tendencia cuya penetración y consumo se está incrementando. También proponen acciones que permiten personalizar las cuñas en real time, aportando recuerdo y engagement o implicación emocional. La propuesta se adecúa de forma excelente .
• Informe final de campaña	La propuesta plantea una estructura de documento de informe final con los resultados de cada medio así como KPI's previstos con desviaciones respecto a los finalmente conseguidos. Comparativa del plan de medios aprobado y el finalmente ejecutado, explicando las diferencias y justificando por qué se han producido. El informe es conciso, visual y crítico. Complementario a la información reportada en el informe, se pone a disposición de SELAE, un dashboard que monitoriza y analiza de manera muy

	visual los indicadores aportando más información del comportamiento de la campaña. La propuesta se adecúa de forma excelente a las necesidades de SELAE.
--	---

Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado, S.M.E., S.A.

C/ Poeta Joan Maragall, 53. 28020 Madrid. Teléfono 900 11 23 13. Fax 91 596 25 60
Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al T. 28078, F. 202, S. 8ª, H. M-505970, NIF A-86171964

EQUUMEDIA

3,5

ADECUACIÓN AL OBJETIVO

Propuesta de un Plan de Medios

TOTAL

EXCELENTE	NOTABLE	MODERADO	MÍNIMO	DEFICIENTE
-----------	---------	----------	--------	------------

- Argumentación de la estrategia.
- Plan de medios
- Acciones de Radio y TV e innovación
- Informe final de campaña

0,75				0,75	
0					0
2,25		2,25			
0,5				0,5	

VALORACIÓN

• Argumentación de la estrategia	La propuesta desarrolla la argumentación de su estrategia sin un hilo conductor que comunique la estrategia con la selección del público objetivo ni con los medios. Tampoco justifica el reparto del presupuesto entre el los medios. Tanto el eje estratégico, los objetivos de medios como la selección de los mismos, son definiciones generales de conceptos sin profundizar. La propuesta se adecúa de forma mínima .
• Plan de medios	Presenta un mix de medios donde la propuesta justifica cada recomendación realizada, descendiendo a medios, soportes y formatos. Los KPI's aportados por cada medio muestran que el mix propuesto optimiza las métricas. Sin embargo, el calendario es muy general cubriendo todos los días del periodo todos los medios, lo cual no se acerca a la realidad. Aunque la propuesta es adecuada para SELAE, al incluir un formato no permitido por el RD 958/2020 de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego, el comité evaluador considera que la puntuación debe ser 0.
• Acciones de Radio y TV e innovación	Amplio desarrollo de la planificación en el medio televisión justificando la presión en GRP's a través de la reconstrucción de las campañas de los anunciantes en el 2021 en los meses de noviembre y diciembre. El análisis recoge las media de los GRP's obtenidos por aquellos que más ruido hacen permitiendo recomendar el número óptimo a alcanzar sin saturar. Con el objeto de reforzar la cobertura, se recomienda complementar la televisión conencional con la digital, aportando nuevos soportes así como nuevos formatos de alta notoriedad en soportes que ya conocemos. Por otro lado la propuesta de radio no profundiza ni aporta novedad. La propuesta se adecúa de forma notable .
• Informe final de campaña	En la propuesta no se muestra como va a ser el informe final, no es apreciable si es claro, visual o crítico, únicamente enumera la información mínima de forma general. La propuesta se adecúa de forma mínima .

Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado, S.M.E., S.A.

C/ Poeta Joan Maragall, 53. 28020 Madrid. Teléfono 900 11 23 13. Fax 91 596 25 60
Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al T. 28078, F. 202, S. 8ª, H. M-505970, NIF A-86171964

ADECUACIÓN AL OBJETIVO

UNIVERSAL

6,5

EXCELENTE	NOTABLE	MODERADO	MÍNIMO	DEFICIENTE
-----------	---------	----------	--------	------------

Propuesta de un Plan de Medios

TOTAL

- Argumentación de la estrategia.
- Plan de medios
- Acciones de Radio y TV e innovación
- Informe final de campaña

3	3				
1			1		
1,5			1,5		
1			1		

VALORACIÓN

<ul style="list-style-type: none"> • Argumentación de la estrategia 	<p>La propuesta presenta una elaborada argumentación de la estrategia a implementar, partiendo de un análisis del consumo de medios y la relación con las marcas de las distintas generaciones mayores de 18 años. Profundiza el análisis diferenciando los medios afines a las distintas generaciones, con el objetivo de impactar y retener a los compradores actuales y conquistar a nuevos consumidores.</p> <p>Estos medios son tratados bajo el objetivo de alcanzar el máximo nivel de cobertura para el público objetivo y todo ello medido a través de las fuentes oficiales, asegurando igualmente unos altos niveles de frecuencia que garanticen el recuerdo del mensaje publicitario.</p> <p>Por todo ello, la propuesta se adecúa de forma excelente a las necesidades de SELAE.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Plan de medios 	<p>Presenta un mix de medios donde la propuesta justifica cada recomendación realizada. Los KPI's aportados por cada medio muestran que el mix propuesto optimiza las métricas. Sin embargo, no desciende a soportes en la mayoría de los medios.</p> <p>La propuesta se adecúa de forma moderada.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Acciones de Radio y TV e innovación 	<p>Amplio desarrollo de la planificación en el medio televisión justificando la presión en GRP's a través del análisis semanal de las campañas de los anunciantes en los meses de noviembre y diciembre. El análisis recoge el promedio de los GRP's obtenidos por aquellos que más ruido hacen permitiendo recomendar el número óptimo a alcanzar sin saturar. No se proponen nuevos formatos ni en televisión ni en radio. La propuesta se adecúa de forma moderado.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Informe final de campaña 	<p>La propuesta plantea una estructura de informe final con los objetivos de campaña, publico objetivo, planificación, evolutivo de la campaña y aprendizajes que se facilitará en PDF. Además SELAE tendrá a su disposición una herramienta para poder seguir las campaña en tiempo real con acceso a presión, datos de notoriedad, visualizaciones y otros objetivos de campaña con la posibilidad de obtener informes ad-hoc.</p>

Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado, S.M.E., S.A.

C/ Poeta Joan Maragall, 53. 28020 Madrid. Teléfono 900 11 23 13. Fax 91 596 25 60
Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al T. 28078, F. 202, S. 8ª, H. M-505970, NIF A-86171964

Sin embargo, no se muestra el informe final en detalle no sabiendo si recogerá desviaciones en KPIs ni aprendizajes, así como cumplimientos del pliego.

La propuesta se adecúa de forma **moderado** a las necesidades de SELAE.

Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado, S.M.E., S.A.

C/ Poeta Joan Maragall, 53. 28020 Madrid. Teléfono 900 11 23 13. Fax 91 596 25 60
Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al T. 28078, F. 202, S. 8ª, H. M-505970, NIF A-86171964

AGENCIA	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4	TOTAL PUNTOS
HAVAS	0	0,5	0,75	0,5	1,75
WAVEMAKER	3	0	3	2	8
YMEDIA	1,5	0	3	2	6,5
EQU MEDIA	0,75	0	2,25	0,5	3,5
UNIVERSAL	3	1	1,5	1	6,5

Madrid, a 14 de julio de 2022

Isabel Cervantes Pérez

Jefe de Departamento de Gestión Económica de Publicidad SELAE

Federico Fernández Suárez

Jefe de Departamento de Publicidad SELAE

Fernando Álvarez García-Mon

Profesional Independiente. ExJefe de la Unidad de Publicidad Institucional (Secretaría de Estado de Comunicación. Presidencia del Gobierno).

Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado, S.M.E., S.A.

C/ Poeta Joan Maragall, 53. 28020 Madrid. Teléfono 900 11 23 13. Fax 91 596 25 60
Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al T. 28078, F. 202, S. 8ª, H. M-505970, NIF A-86171964