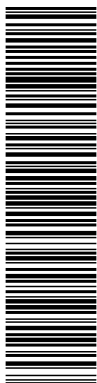


DOCUMENTO Informe: 20062024 INFORME ACERCA DE LOS CRITERIOS NO VALORABLES POR MEDIO DE FORMULA DEL CONTRATO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: <b>NL2L8-RGN2P-V9WA9</b> Página 1 de 5	FIRMAS El documento ha sido firmado o aprobado por : 1.- Luis Candil Martín, Comunicación y Protocolo - Jefe de Servicio, de AYTO. SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES. Firmado 20/06/2024 13:50	ESTADO <b>FIRMADO</b> 20/06/2024 13:50



Plaza de la Constitución, nº 1  
28.701-Madrid  
Tel: 91 659 71 00



## INFORME ACERCA DE LOS CRITERIOS NO VALORABLES POR MEDIO DE FORMULA DEL CONTRATO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA LA DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS DEL AYUNTAMIENTO DE SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES

Se han presentado tres empresas a la adjudicación de este servicio, cuyo objetivo es acompañar al Ayuntamiento en la gestión de la inversión publicitaria en los medios de comunicación y otras plataformas de difusión de la información.

En este informe se trata de valorar la oferta no valorable por medio de fórmula, basada en criterios que nos permiten conocer el conocimiento de la realidad de los medios locales de comunicación, la metodología que cada una de las empresas ofertantes pretenden aplicar para la mejor gestión de este servicio, la manera en la que van a valorar el retorno de la inversión en publicidad realizada por el Ayuntamiento, así como, por último, las herramientas de análisis para mejorar la inversión publicitaria en el futuro.

1.- Selección de medios y canales más pertinentes donde tener visibilidad (hasta 20 puntos).

### Radio Estudio

La empresa Radio Estudio desarrolla en su oferta técnica una pormenorizada descripción de los medios locales de comunicación, aunque en su planteamiento no desdeña la aportación que suponen otros soportes de comunicación de naturaleza supralocal para alcanzar los objetivos reputacionales del Ayuntamiento de San Sebastián de los Reyes.

Describe uno por uno, cabecera a cabecera, las características de los medios y plantea, así mismo, una estrategia de marketing online y offline que se apoya en un conocimiento exhaustivo de la realidad local. Esta descripción se materializa en un cuadro en el que expone los medios y los soportes a utilizar en cada ocasión, con el fin de alcanzar la mayor eficiencia con los recursos disponibles.

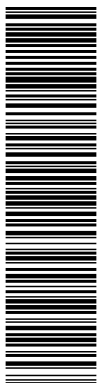
En este capítulo, también incluye Radio Estudio un mucho más somero informe acerca de otros medios locales y otros canales cuyo uso recomienda para alcanzar los fines municipales.

Paralelamente, la empresa ofrece unas útiles consideraciones acerca del tipo y el número de campañas posibles. Un Plan de medios, en definitiva, que recoge unas previsiones de inversión, prestando especial atención al rendimiento que se obtiene optimizando el emplazamiento publicitario en relación con la audiencia según target.

Concluye el informe de Radio Estudio con una oferta de porcentaje de inversión por soporte y una, también, superficial reflexión acerca de la evaluación de resultados de las campañas. Es bien cierto que, sobre este particular, ninguna empresa podrá contar con datos fiables de la mayoría de los medios locales, pues no están sometidos a ningún control de difusión por terceros.

C.I.F.: P-2813400-E

DOCUMENTO Informe: 20062024 INFORME ACERCA DE LOS CRITERIOS NO VALORABLES POR MEDIO DE FORMULA DEL CONTRATO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: <b>NL2L8-RGN2P-V9WA9</b> Página 2 de 5	FIRMAS El documento ha sido firmado o aprobado por : 1.- Luis Candil Martín, Comunicación y Protocolo - Jefe de Servicio, de AYTO. SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES. Firmado 20/06/2024 13:50	ESTADO <b>FIRMADO</b> 20/06/2024 13:50



Plaza de la Constitución, nº 1  
28.701-Madrid  
Tel: 91 659 71 00



### We are Medianuts S.L.

Esta empresa, se acredita en su oferta, ha hecho un cierto esfuerzo por conocer y familiarizarse con las características de la comunicación de carácter local. Nos referimos a los medios y los soportes más destacados que se editan publican o difunden en la zona norte de Madrid y, más específicamente, en San Sebastián de los Reyes. No obstante, también es evidente que no ha alcanzado a conocer la naturaleza de muchos de los medios y, ni siquiera, menciona a algunos de ellos que tienen cierta presencia y conocimiento público entre los vecinos y vecinas de la ciudad.

Por otro lado, fruto de ese desconocimiento de la realidad local y comarcal, nos ofrecen la posibilidad de inserciones de publicidad en el mobiliario urbano de San Sebastián de los Reyes, que valoran muy positivamente para alcanzar sus objetivos de comunicación con la ciudadanía. Sin embargo, desconocen que esos emplazamientos ya forman parte de la estrategia de marketing público de la institución municipal, por cuanto están incluidos en el contrato recientemente firmado con la empresa que explota este mobiliario: JCDecaux.

La empresa apuesta en su plan de medios en una inversión notable en medios on line y, en general, difusión a través de internet de las campañas institucionales. Acerca de este particular, ofrece una valoración muy positiva de los canales más interesantes para alcanzar los fines publicitarios, pero parece desconocer la relevancia de los canales municipales de los que ya dispone el Ayuntamiento en Instagram o Facebook (sansecomunica).

En resumen, sus planteamientos son correctos, pero adolece del conocimiento que permite un diagnóstico imprescindible para alcanzar unas conclusiones válidas.

### Agencia de Medios Independiente S.L.U.

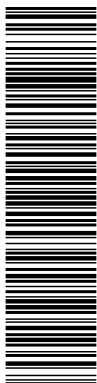
Esta agencia ha llevado a cabo un análisis de los medios locales y comarcales que se distribuyen, publican o difunden información relacionada con San Sebastián de los Reyes. Bien cierto es que alguno hay que se escapa a sus pesquisas, pero no es menos verdad que hay que valorar una estrategia de medios basada en un diagnóstico previo de la realidad que circunda a los vecinos y vecinas de la ciudad.

En sus recomendaciones estratégicas da su opinión, no sabemos en virtud de qué medición de audiencias o difusión, acerca de los beneficios que acarrea la inversión en unos u otros medios. En otro capítulo de esta misma memoria, ofrece un catálogo de los sistemas de medición que utiliza la Agencia para llegar a estas conclusiones, si bien no aplican en medios que, por sus características, no están controlados por este tipo de herramientas.

Ofrece, eso sí, una interesante recomendación estratégica acerca de la inversión on line, más allá de los medios locales, con una valoración anual de la inversión a realizar. Sin embargo, menciona una opción que describe como TV conectada, que quizás es fruto de no estar al corriente de la existencia de un canal digital municipal propio: Canal Norte Digital. En cualquier caso es encomiable su trabajo de diagnóstico y definición de los medios más relevantes para los objetivos reputacionales del Ayuntamiento de San Sebastián de los Reyes.

C.I.F.: P-2813400-E

<p>DOCUMENTO</p> <p>Informe: 20062024 INFORME ACERCA DE LOS CRITERIOS NO VALORABLES POR MEDIO DE FORMULA DEL CONTRATO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD</p>	<p>IDENTIFICADORES</p>	
<p>OTROS DATOS</p> <p>Código para validación: <b>NL2L8-RGN2P-V9WA9</b>  Página 3 de 5</p>	<p>FIRMAS</p> <p>El documento ha sido firmado o aprobado por :  1.- Luis Candil Martín, Comunicación y Protocolo - Jefe de Servicio, de AYTO. SAN SEBASTIAN DE LOS REYES.  Firmado 20/06/2024 13:50</p>	<p>ESTADO</p> <p><b>FIRMADO</b>  20/06/2024 13:50</p>



Plaza de la Constitución, nº 1  
28.701-Madrid  
Tel: 91 659 71 00



Valoración de la selección de medios y canales

**Radio Estudio: 16 puntos.**  
**We are Medianuts S.L.: 8 puntos**  
**Agencia de Medios Independiente S.L.U.: 11 puntos**

2.-Metodología propuesta para la selección de medios (hasta 10 puntos).

**Radio Estudio**

De nuevo, fruto de la experiencia de esta agencia de publicidad en la zona norte de Madrid, se comprueba que conoce las características y la idiosincrasia de cada uno de los medios locales y comarcales. Así las cosas, sabe que la gran mayoría no está sometida a ningún control oficial y que es el oficioso conocimiento de su distribución en puntos de recogida o la cobertura de las noticias locales lo que les otorga un mayor o menos arraigo y conocimiento público en nuestro entorno.

Así pues, ofrece una reflexión acertada, a mi juicio, acerca de la idoneidad de la inversión publicitaria en uno u otros medios, basada en criterios objetivables de rentabilidad que tienen más que ver con la implantación histórica del medio en su zona de influencia y el número de informaciones y la cobertura de las noticias de origen municipal.

Sin embargo, se echa de menos un análisis sobre herramientas de medición de canales de comunicación on line que sí están al alcance de esta empresa, y que bien puede aplicar para la valoración de la selección de los medios que se escogen para cada campaña.

Finalmente, pone a nuestra disposición la empresa COPLACO, perteneciente al grupo del que forma parte Radio Estudio, con el fin de, transcribo literalmente, “analizar y calificar un importante número de los canales de difusión disponibles en la zona, con análisis de retorno, de numerosas campañas tanto privadas como institucionales, constituyendo por tanto una guía singular y muy útil para la planificación publicitaria”.

**We are Medianuts S.L.**

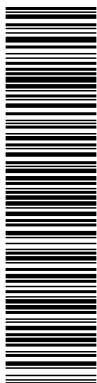
Otra vez esta empresa nos ofrece una descripción de la naturaleza de su trabajo y la sinergia existente para optimizar el trabajo de sus equipos. Fruto de esta metodología, afirma, está capacitada para la valoración de los medios y la forma de alcanzar a nuestra audiencia potencial.

Sin embargo, peca de la misma deficiencia que en el capítulo previo, no parece conocer la idiosincrasia de los medios de la zona y, por tanto, su metodología no deja de ser una fórmula de trabajo aplicable a cualquier organización de similar naturaleza a la nuestra, sin tener en cuenta nuestros objetivos concretos.

C.I.F.: P-2813400-E

Esta es una copia impresa del documento electrónico (Ref: 1840351 NL2L8-RGN2P-V9WA9 C3E9F803C987FEA31497D4BE0498B549768C9AE) 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.ssr.es/es/verificador/?idoma=1

DOCUMENTO Informe: 20062024 INFORME ACERCA DE LOS CRITERIOS NO VALORABLES POR MEDIO DE FORMULA DEL CONTRATO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD	IDENTIFICADORES	
OTROS DATOS Código para validación: <b>NL2L8-RGN2P-V9WA9</b> Página 4 de 5	FIRMAS El documento ha sido firmado o aprobado por : 1.- Luis Candil Martín, Comunicación y Protocolo - Jefe de Servicio, de AYTO. SAN SEBASTIAN DE LOS REYES. Firmado 20/06/2024 13:50	ESTADO <b>FIRMADO</b> 20/06/2024 13:50



Plaza de la Constitución, nº 1  
28.701-Madrid  
Tel: 91 659 71 00



### Agencia de Medios Independiente S.L.U.

La Agencia, como la anterior, ofrece una metodología basada en la aplicación de herramientas de dudosa efectividad en el entorno que nuestra ciudad. Reitero que las características de los medios de la zona no permiten el uso de las utilidades que se ofrecen en el mercado para valorar la rentabilidad de los medios.

Sin embargo, sí es verdad que estas mismas herramientas sí sirven para la medición de las estrategias on line que puedan implementarse en el futuro. Un hecho a valorar y que recoge la oferta que nos ocupa.

Valoración de la metodología propuesta

- Radio Estudio: 8 puntos.**
- We are Medianuts S.L.: 2 puntos**
- Agencia de Medios Independiente S.L.U.: 5 puntos**

### 3.-Elección de los instrumentos del retorno de inversión (Hasta 10 puntos).

#### Radio Estudio

Nuevamente es Radio Estudio la única Agencia que dedica un capítulo a cómo afrontar la falta de elementos objetivables a la hora de medir el retorno de inversión en los medios locales, sobre todo aquellos que publican en papel, o la radiodifusión. Oferta una opción que, caso de utilizarse, podría acercarnos a un conocimiento, si no certero, al menos aproximado a la realidad de los medios locales: una campaña de sondeo anual representativa.

En cuanto a otras herramientas de valoración del retorno, gracias a utilidades que miden los medios online, oferta un catálogo similar a lo que recogen las otras agencias para poder medir los resultados de la inversión efectuada por parte del Ayuntamiento.

#### We are Medianuts S.L.

No hay nada en el planteamiento de la memoria de esta Agencia en este capítulo que nos haga creer que se ha desarrollado pensando en el caso de San Sebastián de los Reyes. No es otra cosa que una redacción genérica que se puede extrapolar a cualquier otro municipio. Poca concreción técnica y ninguna personalización.

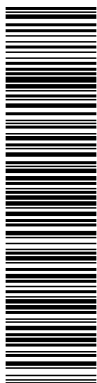
#### Agencia de Medios Independiente S.L.U.

Las herramientas de medición y control y las herramientas digitales que oferta esta Agencia permite, sin el menor género de dudas, conocer el resultado y el ROI de la inversión realizada, sin bien únicamente en los medios digitales y otros canales y soluciones online.

No es el caso de los medios locales de otras características. Nos encontramos pues ante el mismo hándicap que en la anterior valoración.

C.I.F.: P-2813400-E

<p>DOCUMENTO</p> <p>Informe: 20062024 INFORME ACERCA DE LOS CRITERIOS NO VALORABLES POR MEDIO DE FORMULA DEL CONTRATO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD</p>	<p>IDENTIFICADORES</p>
<p>OTROS DATOS</p> <p>Código para validación: <b>NL2L8-RGN2P-V9WA9</b>  Página 5 de 5</p>	<p>FIRMAS</p> <p>El documento ha sido firmado o aprobado por :  1.- Luis Candil Martín, Comunicación y Protocolo - Jefe de Servicio, de AYTO. SAN SEBASTIAN DE LOS REYES.  Firmado 20/06/2024 13:50</p> <p>ESTADO</p> <p><b>FIRMADO</b>  20/06/2024 13:50</p>



Plaza de la Constitución, nº 1  
28.701-Madrid  
Tel: 91 659 71 00



Valoración de elección de los instrumentos del retorno de inversión

**Radio Estudio: 6 puntos.**  
**We are Medianuts S.L.: 1 punto**  
**Agencia de Medios Independiente S.L.U.: 3 puntos**

4.-Optimización de presupuesto (Hasta 5 puntos).

**Radio Estudio**

No deja de ser una descripción bien intencionada de lo que se va a llevar a cabo para optimizar el presupuesto, pero al menos plantea una metodología en el seguimiento de la inversión, con un plan de armonización con los intereses del Ayuntamiento de San Sebastián de los Reyes.

No es menos cierto, que asume la utilización de ciertas herramientas que no aplican en nuestro caso particular, pero sí que lo hacen para la optimización presupuestaria en el caso de los canales on line.

**We are Medianuts S.L.**

Peca de nuevo esta Agencia de lo mismo que adolece el resto de su memoria: recurrir a descripciones genéricas que los expertos conocen, pero que no encuentran un desarrollo ad hoc para el concurso que nos ocupa.

**Agencia de Medios Independiente S.L.U.**

No hay ningún capítulo dedicado en su memoria a la optimización presupuestaria, si bien de lo que se recoge en el documento que acompaña a su oferta se deduce que las herramientas de análisis son las que usarían para este particular.

Valoración optimización de presupuesto

**Radio Estudio: 2,5 puntos.**  
**We are Medianuts S.L.: 1 punto**  
**Agencia de Medios Independiente S.L.U.: 1 punto**

VALORACIÓN TOTAL

**Radio Estudio: 32,5 puntos.**  
**We are Medianuts S.L.: 12 puntos**  
**Agencia de Medios Independiente S.L.U.: 20 puntos**

Luis Manuel Candil Martín  
Jefe de Servicio de Comunicación

C.I.F.: P-2813400-E