INFORME TÉCNICO SOBRE LAS OFERTAS PRESENTADAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS CONSISTENTES EN LA PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO ANDALUCÍA A NIVEL REGIONAL Y NACIONAL DURANTE 2019, VENTANAS DE COMUNICACIÓN PERMANENTES.

Expediente: C101-06AO-0719-0045.

LOTE 2: VENTANAS TELEVISIVAS

Turismo y Deporte de Andalucía S.A convoca un concurso público para la contratación de una agencia de medios para la planificación y compra de espacios publicitarios para la promoción del destino Andalucía en el ámbito nacional y regional 2019.

Al citado concurso concurren en tiempo y forma:

1- LA PEQUEÑA FABRICA

2- ZOSMAMEDIA

3- IRISMEDIA

Todas las propuestas presentadas por las citadas empresas licitadoras son solventes técnicamente y cumplen los criterios establecidos en el pliego de prescripciones técnicas.

Los criterios de puntuación que se han seguido son los siguientes:

A. Plan de medios propuesto (20 puntos)

La Pequeña Fábrica

Medios Seleccionados

A nivel nacional presenta una campaña conformada por las cadenas del Grupo Media Set Telecinco, Cuatro (Energy/ Divinity), Gol TV y NSF (FDF/Be Mad Tv)

A nivel Autonómico lleva a cabo a cabo una campaña en su totalidad en Canal Sur y Andalucía TV.

En medios provinciales presenta una campaña que abarca a todas las provincias de Andalucía con un total de 21 televisiones provinciales.

Secciones

A nivel nacional convencional y al no haber una gran cantidad de programas eminentemente turísticos ha optado por utilizar las franjas horarias del Prime Time Matinal/Mediodía y nocturno como base para llevar a cabo su planificación eligiendo los informativos como núcleo principal para su posicionamiento.

Formatos

A nivel convencional utiliza el formato 30" como se solicita en el Pliego de Prescripciones Técnicas y nivel especial hace un Mix entre patrocinios pasivos y activos (Product Placement Integrado) en el grupo Mediaset.

Puntuación: *A nivel convencional para todos los ámbitos presenta una campaña que cumple sobradamente con las expectativas propuestas por Turismo Andaluz y la consecución de sus objetivos al posicionarla a lo largo de los diferentes Prime Time de las diferentes cadenas.*

Respecto a los medios seleccionados opta por una campaña al completo en el Grupo Media Set uno de los líderes a nivel nacional lo que garantiza la cobertura de la misma.

A nivel de acciones especiales la campaña no cumple con las expectativas porque aunque el número de programas patrocinados es muy amplio la afinidad con el Target de campaña no es alta lo que la desvirtúa y la hace carecer de eficacia.

En este apartado La Pequeña Fabrica obtiene 10 puntos.

Iris Media

Medios Seleccionados

A nivel nacional presenta una campaña conformada por las cadenas del Grupo Media Set Telecinco, Cuatro (Energy/ Divinity) y NSF (FDF/Be Mad Tv)

A nivel Autonómico lleva a cabo a cabo una campaña en su totalidad en Canal Sur y Andalucía TV.

En medios provinciales presenta una campaña que abarca las provincias de Cádiz, Málaga y Sevilla con un total de 3 televisiones provinciales (Canal Málaga, 7 Sevilla y Onda Cádiz).

Secciones

A nivel nacional convencional ha optado por utilizar las franjas horarias del Prime Time Mediodía y nocturno como base para llevar a cabo su planificación eligiendo los Blockbusters, programas de éxito y los informativos como núcleo principal de su campaña.

A nivel Autonómico opta por el Programa Destino Andalucía eminentemente turístico además del programa "Yo soy del Sur" del mismo perfil.

Formatos

Combina las acciones convencionales a formato 30" a nivel nacional, autonómico y provincial con los patrocinios pasivos en el Programa Destino Andalucía de Canal Sur Tv.

En las acciones especiales a nivel nacional opta por una campaña en el programa "Mas que coches" de Tele Cinco en donde Turismo Andaluz podrá elegir los diferentes emplazamientos donde se celebrarán esos programas dentro de la geografía Andaluza.

Puntuación: *A nivel convencional para todos los ámbitos presenta una campaña que cumple sobradamente con las expectativas propuestas por Turismo Andaluz y la consecución de sus objetivos al posicionarla a lo largo de los diferentes Prime Time de las diferentes cadenas planificadas.*

A nivel de la selección de medios también la elección es adecuada porque aunque los programas turísticos en parrilla son escasos o de limitada afinidad con el público de campaña a nivel de presión publicitaria es muy alta lo que suple esa carencia de afinidad con un amplio porcentaje de cobertura.

En el formato de acciones especiales las campaña es impresionante y abarca todos los ámbitos posibles utilizando un formato de gran notoriedad y eficacia como los patrocinios pasivos a lo largo de toda la parrilla de Cuatro y Tele Cinco.

En este apartado Iris Media obtiene 20 puntos.

Zosma Media

Medios Seleccionados

A nivel nacional convencional y de Acciones Especiales presenta una campaña conformada por la cadena Tele Cinco en su totalidad.

A nivel Autonómico lleva a cabo a cabo una campaña en su totalidad en Canal Sur Tv.

En medios provinciales presenta una campaña en su totalidad en la cadena 7 Sevilla

Secciones

A nivel nacional convencional ha optado por utilizar las franjas horarias Premium del Mediodía y de la franja nocturna.

También utiliza el Informativo de Deportes de Telecinco como escenario único para el desarrollo de su planificación de acciones especiales.

A nivel Autonómico opta por el Programa Destino Andalucía eminentemente turístico además del programa "Yo soy del Sur" del mismo perfil.

Formatos

Combina las acciones convencionales a formato 30" a nivel nacional, autonómico y provincial con los patrocinios pasivos con careta de entrada y salida (10") en TeleCinco.

Puntuación: *Para todos los ámbitos presenta una campaña que cumple con los objetivos al posicionarla a lo largo de los diferentes Prime Time de las diferentes cadenas planificadas.*

En acciones especiales la notoriedad y eficacia de la sección de Deportes de informativos de Tele Cinco le dará una presencia a la marca Andalucía que generará notoriedad y recuerdo en el espectador.

En este apartado Iris Media obtiene 20 puntos.

B. Grp´s conseguidos a nivel nacional en formato convencional (25 puntos)

C. Grp´s conseguidos a nivel nacional en formato AA.EE (25 puntos)

La empresa Irismedia no ha sido evaluada en este apartado por los siguientes motivos:

Tomando como base el Patrocinio Pasivo del **Tiempo en Telecinco** que conforma el 52% del total de su propuesta, este no es válido por haber incluido más de dos inserciones por día, es decir, un patrocinio pasivo está compuesto de una careta de entrada y otra de salida de 10" y la empresa ha puesto 14 inserciones por día en lugar de 2.

CADENA	PROGRAMA	FORMATO	DIAS	HORAS		Ind 24 o más GRPs 30"	V 1	S 2	D 3	L 4	M 5	X 6	J 7	V 8	S 9	D 10
TELECINCO	El Tiempo	Patrocinio Pasivo (CE-1/CE-12/CS-1)	Lunes a Domingo	14:00	14:50	3,11	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14
	EEMAD Travel	Patrocinio Pasivo (CE-1/CS/CS-1)	Miércoles	21:30	22:10	4,85										
	[illegible]	Patrocinio Pasivo	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]										

Iniciativas Especiales
Tarifas Telecinco

	PATROCINIO	
	PROGRAMA	Ins
Informativo Matinal Deportes	1.200	2
Informativo Matinal Tiempo	1.200	2
El programa del Verano	11.000	5
El programa del Verano (Premium)		
Informativo Telecinco 1 Deportes	16.600	2
Informativo Telecinco 1 Tiempo	16.600	2

Por otro lado la empresa Irismedia no ha convertido los Grp´s a formato 30" como se especifica en el Pliego de Prescripciones Particulares y debería haber dividido el total de sus Grp´s (Al presentar una oferta conformada por el 100% de patrocinios pasivos) entre 3 al tener 10" la duración de los formatos presentados:

Ejemplo:

Grp´s 30" Spot durante el Tiempo Tele Cinco = 3,11

Patrocinio Pasivo Tiempo Tele Cinco 10" = 3,11/3= 1,03

B. Se presentarán los Grp´s en formato 30" nacional puntuando la mayor oferta con la mejor valoración y al resto de manera proporcional.

La empresa Zosmamedia no ha sido evaluada en este apartado por no haber convertido los Patrocinios Pasivos de 10" de Deportes Mediodía en Tele Cinco a formato 30" cuando debería haber dividido el total de sus Grp´s presentados entre 3 como se especifica en el Pliego de prescripciones técnicas.

B. Se presentarán los Grp´s en formato 30" nacional puntuando la mayor oferta con la mejor valoración y al resto de manera proporcional.

D. Grp´s conseguidos a nivel autonómico (20 puntos)

Las empresa Irismedia y La Pequeña Fabrica no han sido evaluadas en este apartado por haber presentado patrocinios pasivos en formato 10" que no han sido convertidos a 30" como se especifica en el Pliego de prescripciones Técnicas debiendo haber presentado el resultado final en Grp´s dividido entre 3.

D. Se presentarán los Grp´s en formato 30" autonómico puntuando la mayor oferta con la mejor valoración y al resto de manera proporcional.

E. Spots planificados en televisiones provinciales (10 Puntos)

(Todas las puntuaciones pueden verse en los cuadros anexos al informe)

Málaga, a 27 de septiembre de 2019

Fdo.
Técnico Superior del departamento de comunicación

PUNTUACIONES FINALES LOTE 2 VENTANAS TELEVISIVAS

	LA PEQUEÑA FABRICA	ZOSMAMEDIA	IRIS MEDIA
A. Plan de medios propuesto (20 puntos)	10,0	**20,0**	**20,0**
B. Grp´s conseguidos a nivel nacional en formato convencional (25 puntos)	13,9	10,4	**25,0**
C. Grp´s conseguidos a nivel nacional en formato AA.EE (25 puntos)	**25**	N.E	N.E
D. Grp´s conseguidos a nivel autonómico (20 puntos)	N.E	**20,0**	N.E
E. Spots planificados en televisiones provinciales (10 Puntos)	**10,0**	2,3	2,5
PUNTUACIÓN FINAL (100 PUNTOS)	**58,9**	52,7	47,5

DATOS PARCIALES LOTE 2 VENTANAS TELEVISIVAS

	LA PEQUEÑA FABRICA	IRIS MEDIA	ZOSMAMEDIA
B. Grp´s conseguidos a nivel nacional en formato convencional	246	440	184
C. Grp´s conseguidos a nivel nacional en formato AA.EE	2.345	3.830	396
D. Grp´s conseguidos a nivel autonómico	574	157	86
E. Spots planificados en televisiones provinciales	2.248	582	528