INFORME TECNICO PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO ANDALUCÍA EN LA COMUNIDAD DE MADRID DURANTE EL OTOÑO 2020

Expediente: C101-06CR-0820-0063

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 Andaluciaen Madrid.

Al citado concurso concurren en tiempo y forma:

1. Equmedia XL sl
2. Carat España SA
3. Proximia Havas, S.L.
4. Newfoco, S.L.

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:

1. **Plan de medios propuesto (20 puntos)**

En las acciones convencionales no encontramos diferencias significativas entre las propuestas presentadas a concurso habiendo planificado todas las agencias sus medios entre los que se exponen a continuación:

- TV: Tele Madrid / La Otra / 8 tv / Formato
- Prensa Papel /Digital: El País / 20 minutos / El Mundo
- Radio: Ser /Cope /Onda Cero

A nivel de Acciones Especiales en prensa impresa si se encuentra una diferencia significativa entre las diferentes planificaciones.

Todas han desarrollado esta acción contando como medio con el **Diario 20 minutos**:

- Proximia: Banner en portada durante14 días
- Equmedia: Ventana Portada color 4 días (Misma acción en El País)
- Carat: Falsa Portada en 180.000 ejemplares
- New Foco:Faldón en Portada + Cuadernillo 12 páginas con inf.Turística

La accíon planteada por New Foco es la que más información aportará a los turistas potenciales de la región de Andalucía al tener un amplio soporte en el que concentrar esa información que no será **perecedera** y podrá ser guardada por los lectores para consultas posteriores y les ayudará a conformar sus potenciales viajes turísticos.

Por este motivo se considera que la empresa NewFoco obtiene la máxima puntuación con 20 puntos, Carat obtiene 18 puntos por la notoriedad y tirada de la falsa portada y el resto de las agencias presentadas a concurso (Proximia/Equmedia) obtienen 10 puntos en este apartado por el carácter perecedero y poco informativo de las acciones planificadas.

2. **Grp s conseguidos en prensa (20 puntos)**

3. **Impresiones logradas en prensa (15 puntos)**

4. **Grp s conseguidos en Tv (20puntos)**

5. **Grp s conseguidos en radio (20 puntos)**

La empresa Equmedia no ha sido evaluada en este apartado al haber asignado los Ratings autonómicos a las emisoras locales de cada una de la cadenas planificadas, es decir, ha contabilizado el todo por las partes OBTENIENDO UN VALOR EXPONENCIAL de los Grp´s conseguidos igual al número de emisoras locales desglosadas por cadena.

Correcto:

Ser Madrid Autonómico = X Grp´s

Incorrecto (Presentado):

Ser Madrid OM = X Grp´s
Ser Madrid Aranjuez = X Grp´s
Ser Madrid Henares = X Grp´s
Ser Madrid Norte = X Grp´s
Ser Madrid Mostoles = X Grp´s
Ser Madrid Villalba = X Grp´s
Ser Madrid Sur = X Grp´s

6. **Impresiones logradas en webs digitales (5 puntos)**

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