**INFORME TÉCNICO DE ADJUDICACIÓN DEL CONCURSO PÚBLICO PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE DESARROLLO DE CREATIVIDAD, PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO PROVINCIA DE CÁDIZ, ANDALUCÍA, EN ALEMANIA DURANTE 2021, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO. LICITACIÓN ELECTRÓNICA (SIREC).**

**Expediente: C101-06GL-0721-0095**

## 1. ÁMBITO DE ESTE INFORME.

La Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía S.A. (en adelante, Turismo y Deporte de Andalucía) convoca un concurso público para la *Contratación de servicios de desarrollo de creatividad, planificación y compra de espacios publicitarios para la promoción del destino provincia de Cádiz-Andalucía, en Alemania durante 2021* a realizar del 20 de octubre al 20 de diciembre de 2021.

## 2. EMPRESAS EVALUADAS.

A la licitación con expediente C101-06GL-0721-0095 se han presentado las siguientes empresas:

- Media Talent Global Advertising Services.
- NF Comunicación & Eventos.

## 3. ANÁLISIS DE LAS OFERTAS PRESENTADAS.

El objeto de este informe es el análisis y valoración de las propuestas de *Planificación estratégica global* presentadas por cada una de las empresas licitadoras, una vez comprobado que todas cumplen con los requisitos establecidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas y en el Pliego de Cláusulas Particulares.

Las diferencias reales entre las propuestas presentadas se observan en los criterios considerados para realizar la adjudicación y ponderación indicada en el Anexo II del Pliego de Cláusulas Particulares:

- ✓ Usuarios únicos previstos global (30 puntos).
- ✓ Impresiones/visualizaciones previstos global (50 puntos).
- ✓ Clics previstos global (20 puntos).

### 3.1. MEDIA TALENT GLOBAL ADVERTISING SERVICES.

La propuesta presentada por *Media Talent Globald Advertising Services* (en adelante, Media Talent) realiza una interpretación de las tendencias de los medios en el mercado alemán, así como una breve contextualización de la evolución del turismo internacional en la provincia de Cádiz durante 2019 y 2020, teniendo en cuenta la pandemia de COVID19 y la situación actual de la población alemana con respecto a las pautas de vacunación frente a este virus.

El planteamiento propuesto parte de las indicaciones estratégicas incluidas en el pliego (público objetivo, cobertura y estacionalidad) y está basado en tres objetivos (cobertura, afinidad y frecuencia) para conseguir una planificación lo más óptima posible.

El óptico presentado recoge la información cuantitativa socilitada en el pliego (impresiones/visualizaciones, clics, usuarios únicos) con desglose por soporte. Se incluye también resumen económico de la planificación en medios, con desglose por acción y soporte.

La selección de soportes escogida es 100% digital e incluye segmentación por público objetivo y zonas geográficas solicitadas.

Los formatos escogidos y el posicionamiento digital cumplen los requisitos del pliego de prescripciones técnicas y se ajustan a lo exigido, sin incluir extras, aunque no detalla si se trata de formatos para ordenadores o dispositivos móviles:

- Prensa generalista:
  - Medios escogidos: Die Welt, Frankffurter Allgemeine.
  - Formatos seleccionados: Video banner 30", campaña display.
- Revistas turísticas profesionales:
  - Medio escogido: Touristik Aktuell.
  - Formatos seleccionados: Advertorial 1 página, vídeo 30".
- Redes sociales:
  - Plataformas: Facebook, Instagram, Tik Tok.
  - Formatos escogidos: Campaña branding, post promocionados.

En cuanto al periodo temporal de difusión, la propuesta concentra la mayoría de las acciones entre el 1 de noviembre y el 12 de diciembre, apostando por acciones en prensa sólo durante el mes de noviembre y siendo las acciones en redes sociales las únicas cuyo calendario abarca los tres meses. La distribución es la siguiente:

- Prensa generalista: del 1 al 28 de noviembre.
- Revistas del sector turístico: del 25 de octubre al 28 de noviembre.
- Redes sociales: del 24 de octubre al 12 de diciembre.

La propuesta destina el 100% de la inversión a la planificación en medios, no observándose en el óptico mención alguna al diseño de creatividades solicitado en el pliego. Tampoco se menciona en la oferta la obligatoriedad de implementar los píxeles ADARA Impact en las creatividades.

Por lo que respecta a los criterios de adjudicación, la oferta de Media Talent es la siguiente:

- Usuarios únicos previstos global: 21.777.778
- Impresiones/visualizaciones previstos global: 28.616.320
- Clics previstos global: 43.578

### 3.2. NF COMUNICACIÓN & EVENTOS.

La propuesta presentada por *NF Comunicación & Eventos* (en adelante, New Foco) incluye un análisis del panorama de medios en Alemania basado en datos numéricos.

El planteamiento estratégico se basa en la cobertura, afinidad y frecuencia como objetivos de medios, teniendo en cuenta las directrices marcadas en el pliego en base al público objetivo/cobertura y estacionalidad.

Aunque se observa un error en la *Recomendación estratégica* (página 12), pues New Foco indica que el pliego incluye las versiones impresas de prensa generalista y revistas turísticas cuando no es así, la selección de soportes escogida por esta licitadora es finalmente 100% digital, tal como se observa en el óptico (páginas 19, 20 y 21).

El óptico recoge la información cuantitativa solicitada en el pliego (impresiones/visualizaciones, clics, usuarios únicos) con desglose por soporte. Se incluye también resumen económico con desglose por acción y soporte.

La selección de soportes escogida es 100% digital e incluye segmentación por público objetivo y zonas geográficas solicitadas.

Los formatos escogidos y el posicionamiento digital cumplen los requisitos del pliego de prescripciones técnicas y se ajustan a lo exigido, sin incluir extras, pero sí se detalla el tipo de banner (dimensiones) escogido para cada acción:

- Prensa generalista:
  - Video banner 30".
  - 300x600, 300x250 mobile.
- Revistas turísticas profesionales:
  - Advertorial 1 página.
  - Vídeo 30".
- Redes sociales:
  - Facebook e Instagram: vídeo + texto y/o imagen + texto (ordenadores y dispositivos móviles, en el caso de Facebook; sólo dispositivos móviles, en el caso de Instagram).
  - Tik Tok: campaña a CPM, formato in-feed native video ads (sólo para dispositivos móviles).

En cuanto al periodo temporal de difusión, la propuesta de New Foco realiza una amplia distribución de las acciones entre los meses de octubre a diciembre, con misma fecha de comienzo de las acciones en todos los soportes (20 de octubre); sólo en el caso de las revistas del sector turístico no se plantean acciones durante el mes de diciembre.

- Prensa generalista. Se proponen dos fases de desarrollo:
  - del 20 de octubre al 9 de noviembre y
  - del 29 de noviembre al 19 de diciembre.
- Revistas del sector turístico: del 20 de octubre al 9 de noviembre.
- Redes sociales: del 20 de octubre al 20 de diciembre.

La propuesta tiene en cuenta el desarrollo de creatividades solicitado, lo cual queda reflejado en la inversión económica presentada, que queda desglosada de la siguiente forma:

- Planificación en medios: 98.140,50 € (IVA no incluido).
- Creatividad: 5.165,29 € (IVA no incluido).

La oferta no hace mención a la obligatoriedad de implementar los píxeles ADARA Impact en las creatividades, pero sí señala que tanto para realizar la segmentación como para maximizar los resultados "es necesario el acceso o la implementación del píxel de Facebook y eventos en la web" (apartado de acciones previstas en Facebook e Instagram).

Por lo que respecta a los criterios de adjudicación, la oferta de New Foco es la siguiente:

- Usuarios únicos: 16.187.357
- Impresiones/visualizaciones: 61.567.571
- Clics: 69.132

### 3.3. CONCLUSIONES

Media Talent realiza una interpretación de las tendencias de los medios en el mercado alemán, mientras que New Foco ofrece un panorama numérico sobre la situación de los medios de comunicación en Alemania.

El nivel cualitativo del plan de medios está tan acotado por Turismo y Deporte de Andalucía que las diferencias entre planificaciones no son muy significativas, presentando ambas propuestas una combinación de medios y una recomendación estratégica similar, diferenciándose principalmente en el alcance obtenido con las distintas acciones planteadas.

A nivel de **soportes y plataformas** las dos licitadoras coinciden en su planificación, que es 100% digital:

- Prensa generalista:
  - Die Welt.
  - Frankffurter Allgemeine.
- Revistas del sector turístico profesional online:
  - Touristik Aktuell.
- Redes sociales:
  - Facebook.
  - Instagram.
  - Tik-tok.

Por lo que respecta a los **formatos** seleccionados, ambas licitadoras han presentado opciones de similar repercusión digital (Contenido + Publicidad), pero sólo en el caso de New Foco se detallan, distinguiendo si se trata de formatos móviles o para ordenadores:

Es en la campaña planteada para redes sociales donde se observa mayor disparidad entre las dos ofertas, tanto en la tipología de acciones escogidas como en el alcance de las mismas.

- ✓ *En el caso de la propuesta de New Foco, las acciones previstas en Tik Tok incluidas no requieren que el anunciante tenga perfil en esta red social para anunciarse.*
- ✓ *El tipo de contratación ofertada por New Foco (CPM) no garantiza usuarios únicos, clics y visualizaciones (datos estimados).*

En cuanto al **calendario** de acción, la oferta de New Foco recoge acciones con un ámbito temporal más amplio, con misma fecha de comienzo de las acciones en todos los soportes (20 de octubre) y

planteando la presencia de la marca durante todos los meses tanto en prensa generalista como en redes sociales e incluyendo dos fases de acción en el caso de la prensa generalista, soportes para los que la oferta de Media Talent sólo plantea acciones durante el mes de noviembre.

- ✓ *La concentración de la campaña en prensa generalista de Media Talent durante el mes de noviembre no se observa como una opción negativa, puesto que en diciembre la concentración publicitaria es mayor y es más difícil adquirir notoriedad.*

Asimismo, el óptico de New Foco desglosa la inversión presupuestaria distinguiendo entre planificación de medios y diseño de creatividad, mientras que Media Talent destina el total de la inversión a la planificación en medios.

(Las puntuaciones se recogen en los cuadros anexos al informe)

## 4. VALORACIÓN NUMÉRICA.

DESGLOSE DATOS PRESENTADOS:

| | | MEDIA TALENT | NEW FOCO |
|---|---|---|---|
| **USUARIOS ÚNICOS** | **Prensa generalista** | 533.600 | **1.534.000** |
| | **Revistas profesionales del sector** | 105.000 | **110.000** |
| | **Redes sociales** | **21.139.178** | 14.542.857 |
| **IMPRESIONES** | **Prensa generalista** | 565.000 | **1.534.000** |
| | **Revistas profesionales del sector** | 50.000 | **370.000** |
| | **Redes sociales** | 27.586.320 | **58.285.714** |
| **VISUALIZACIONES** | **Prensa generalista** | 195.000 | **525.000** |
| | **Revistas profesionales del sector** | 220.000 | **270.000** |
| | **Redes sociales** | * | **582.857** |
| **CLICS** | **Prensa generalista** | 7.562 | **13.738** |
| | **Revistas profesionales del sector** | 380 | **880** |
| | **Redes sociales** | 35.636 | **54.514** |

* No incluye acciones de vídeo, sino post promocionados.

RESUMEN PROPUESTAS:

| | USUARIOS ÚNICOS | IMPRESIONES/VISUALIZACIONES | CLICS |
|---|---|---|---|
| **MEDIA TALENT** | **21.777.778** | 28.616.320 | 43.578 |
| **NEW FOCO** | 16.187.357 | **61.567.571** | **69.132** |

PUNTUACIONES FINALES:

| | MEDIA TALENT | NEW FOCO |
|---|---|---|
| **Usuarios únicos (30 puntos)** | 30 | 22,3 |
| **Impresiones/visualizaciones (50 puntos)** | 23,2 | 50 |
| **Clics (20 puntos)** | 12,6 | 20 |
| **PUNTUACIÓN FINAL (100 PUNTOS)** | **65,8** | **92,3** |

La empresa licitadora con mayor valoración es **NF Comunicación & Eventos** con un total de **92,3 puntos**.

En Málaga, a 15 de septiembre de 2021.

Jefe de Departamento
Marketing Digital y BigData

Técnico Superior
Departamento de Comunicación