

INFORME TÉCNICO DE VALORACIÓN DE LAS OFERTAS PRESENTADAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO PUBLICITARIO PARA LA ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DEL IX SALÓN DEL AUTOMÓVIL DE CANARIAS

En Santa Cruz de Tenerife, a 31 de julio de 2024, siendo las 9:00 horas, en la Sala de Juntas del Edificio del Recinto Ferial de Tenerife, sito en la Av. de la Constitución número 12, se reúnen D. Jonay López Soto, Director Comercial de la IFTSA, D. Iván García Lemus y Dña. Rosa Irina Padrón Armas como comité de expertos de esta licitación.

El objeto de la reunión es emitir informe sobre las propuestas presentadas por las distintas empresas para la licitación, mediante procedimiento abierto, de la contratación del **SERVICIO PUBLICITARIO PARA LA ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS DEL IX SALÓN DEL AUTOMÓVIL DE CANARIAS**

La puntuación de los criterios no valorables en cifras o porcentajes de esta licitación se realiza conforme a la ponderación publicada en el pliego de condiciones y es la siguiente:

- *Adecuación de la inversión en Televisión en cuanto a programas elegidos, valorando número de pases y calidad de los mismos (prime time) (25 puntos)*
- *Adecuación de la inversión en Radio en cuanto a programas elegidos valorando número de pases y calidad de los mismos (dando especial valor a la franja de 8 a 9 horas a.m.) (15 puntos)*
- *Adecuación de la inversión en Digital en cuanto a medios elegidos (20 puntos)*
- *Exterior. Se valorará la ubicación y la orientación de las vallas (10 puntos)*

Las empresas admitidas a licitación han sido las siguientes:

B38722898 JUAN JOSÉ FUENTES TABARES S.L.U (en adelante JFT)

JUAN JOSE LIMA (en adelante JLL)

Se procede al análisis de las propuestas en base a los criterios de valoración. Con carácter general se analiza el número de spots y cuñas, coste GRP, medios, distribución de spots y cuñas en programas especializados; acciones que acercan el mensaje al target de esta campaña especificado en el Briefing contenido en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- **Adecuación de la inversión en Televisión en cuanto a programas elegidos, valorando número de pases y calidad de los mismos (prime time) (25 puntos)**

Analizado el medio televisivo comprobamos que la agencia JFT nos ofrece un total de 213 pases en dos cadenas nacionales dentro de su cobertura provincial (Antena 3 y Telecinco) y en la cadena regional Televisión Canaria así

como spots dentro de programas especializados de motor dentro del ámbito de las emisoras locales (86 pases).

Sobre la cobertura destaca un 41.8% con un G.R.P de 244.05 alcanzando unos 4.836.991 impactos.

Dentro de la selección de programas de los medios televisivos JFT ofrece la emisión de los spots en programas establecidos dentro del target y en su prime time (46,36% en Telecinco, 49,07% en Antena 3, y en Televisión Canaria 60.42%).

En cuanto a JJL propone spot de 20 segundos en la programación de deportes de TVC (35 pases), desde el 27 de septiembre hasta el 3 de octubre, con un impacto de 63.000 espectadores en total. También ofrece spot en Antena 3 Canarias, pero no especifica cuantos pases son en total.

JUAN JOSÉ FUENTES TABARES S.L.U: 20 puntos.

JOSE LUIS LIMA: 5 puntos.

- **Adecuación de la inversión en Radio en cuanto a programas elegidos valorando número de pases y calidad de los mismos (dando especial valor a la franja de 8 a 9 horas a.m.) (15 puntos)**

En el apartado dedicado a la radio, la empresa JFT nos oferta una cobertura del 36.6% con un alcance de 1.209.384 impactos, además de un G.R.P. de 133,75. El total de cuñas propuesta es de 345 distribuidas en emisoras regionales y locales (10). Debemos tener en cuenta que las cuñas en emisoras de ámbito local (64) serán emitidas en su totalidad en programas exclusivamente de motor. Del resto, las emitidas en emisoras de ámbito regional, serán en la franja de prime time.

La propuesta de JJL propone un total de 182 cuñas distribuidas en 5 emisoras (3 regionales y 2 locales). Una de las emisoras regionales realizará un espacio monográfico de 10 minutos con intervenciones de protagonistas en el programa Carrusel Deportivo.

JUAN JOSÉ FUENTES TABARES S.L.U: 10 puntos.

JOSE LUIS LIMA : 5 puntos.

- **Adecuación de la inversión en Digital en cuanto a medios elegidos (20 puntos)**

Analizada la propuesta presentada por JFT, propone una estrategia centrada en la utilización de medios de mucha cobertura y alto poder de segmentación, soportada principalmente en campaña en Google Display, en las redes sociales Facebook e Instagram (aparte de otra específica en

Instagram basada en los Stories / Reels), Youtube, Spotify, TikTok y en portales digitales especializados en motor (Motor Chicharrero, Motor Canario, Automovilismo Canario y 50 KM). La ejecución de la campaña propuesta por JFT ofrece unas impresiones estimadas de 16.900.100

En cuanto a JLL proponen una estrategia basada en la utilización de redes sociales (Instagram, Facebook y X). Además nos ofrece dos influencers (@realpapaarturo y @franciscojaviersuarez1) por su alta relación con el sector del evento, atendiendo al número de seguidores en sus redes sociales y al impacto positivo de las publicaciones con su comunidad.

JUAN JOSÉ FUENTES TABARES S.L.: 15 puntos.

JOSE LUIS LIMA.: 5 puntos.

Exterior. Se valorará la ubicación y la orientación de las vallas (10 puntos)

La propuesta presentada por JFT ofrece un total de 7 vallas, repartidas entre Santa Cruz de Tenerife y San Cristóbal La Laguna. Las vallas que tendrán una duración de 31 días disponen de la siguiente distribución:

Valla 1: **Entrada Santa Cruz por Autopista Sur 2:** Soporte que se encuentra en la entrada Santa Cruz desde la conexión con la autopista del sur. Tramo nuevo reformado y que coge mucho más tráfico del habitual, margen derecho de la circulación.

Valla 2: **Moraditas - Taco:** Soporte en una buena zona, entrada y salida de taco donde es lugar de concesionarios, ITV y gasolineras. Tráfico lento por las mañanas en hora punta. Soporte en solitario.

Valla 3: **Rambla Esquina Juan Pablo II – Izq.** Se encuentra en la zona de la rambla, a la altura de la antigua plaza de toros. Esta rambla une toda la ciudad y la valla está en dirección hasta el centro capitalino donde pasan gran cantidad de tráfico en esa zona. Justo tiene un semáforo delante y en una zona superior.

Valla 4: **Rotonda salida playa Las Teresitas:** Con la llegada del buen tiempo, añadimos este soporte que nos ofrece un impacto bastante grande debido a que la valla se encuentra en solitario justo en la rotonda de la salida de las Teresitas. Todo el tráfico que vaya para la playa, Igueste San Andrés, Las Gaviotas será captado a la vuelta. Soporte en solitario.

Valla 5: **Curva Ángel Romero:** Tráfico que baja de la cuesta, zona de colegios, gasolineras y fábricas que tiene bastante tráfico, es una curva lenta y principal conexión fuera de autovía entre La Laguna y Santa Cruz.

Valla 6: **Crta. General la Cuesta:** Esta ubicación se encuentra en la zona de la cuesta, en la rotonda que da con la parada del tranvía. El tráfico es muy lento, y la valla impacta de una manera directa al estar tan cerca de la misma.

Valla 7: **Hospital Universitario de Canarias:** Zona de tráfico directa hacia la autopista, parada de tranvía delante y sobre todo salida del parking de

médicos que salen con sus vehículos, en la parte trasera tenemos gran zona de concesionarios donde accede gente con intereses en obtener un vehículo.

La oferta presentada por JJJL consiste en dos valles publicitarias de 8x3 situada en:

Valla 1: Santa Cruz – **Zona Hospital La Candelaria – Avenida Los Príncipes.**

Valla 2: Santa Cruz – **Pedro Suárez (bajada) – Conservatorio.**

JUAN JOSÉ FUENTES TABARES S.L.U: 8 puntos

JOSE LUIS LIMA S.L: 2 puntos.

Prensa escrita

JFT propone en total 4 inserciones, dos en el periódico El Día y dos en el Diario de Avisos. Las inserciones serán en ambos periódicos el domingo anterior al evento y en el día de la inauguración. Con esta propuesta, según los datos proporcionados logramos una cobertura del 10,77%, con una previsión de 128.714 de contactos, con un G.R.P. de 14,71.

Por su parte JJJL propone un faldón 5x2 en el periódico El Día y el periódico La Provincia. No especifican cuántas inserciones ofrecen y el día de publicación.

Por lo expuesto, la puntuación final es la siguiente:

JUAN JOSÉ FUENTES TABARES S.L.U: 53 puntos

JOSE LUIS LIMA: 17 puntos

Por lo que siendo las 11:00 horas se levanta la sesión, haciéndose constar mediante la firma de la presente ACTA en el lugar y fecha, al principio indicados.



Jonay López Soto



Iván García Lemus



Rosa Irina Padrón Armas