

INFORME DE VALORACIÓN TÉCNICA DE PROPUESTAS PRESENTADAS EN EL PROCEDIMIENTO PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS CONSISTENTES EN LA REALIZACIÓN DE UN PLAN DE MEDIOS PARA LA PROMOCIÓN DE LA MARCA TELÓN, FESTIVAL DE ARTES ESCÉNICAS DE TENERIFE, PARA AUDITORIO DE TENERIFE.

Doña Blanca Campos, con DNI:42094031 Y, y Vishal Sarup con DNI 78.704.382-S en calidad de vocal y asesor técnico de la unidad técnica de valoración del procedimiento de contratación de referencia, siendo concedores de la materia objeto del contrato, proceden a la emisión del informe de valoración de las propuestas de acuerdo con los siguientes apartados

1.- OBJETO DEL INFORME

El presente informe tiene como objeto la valoración de las ofertas presentadas por los licitadores para la participación en el procedimiento para la contratación **DE LOS SERVICIOS CONSISTENTES EN LA REALIZACIÓN DE UN PLAN DE MEDIOS PARA LA PROMOCIÓN DE LA MARCA TELÓN, FESTIVAL DE ARTES ESCÉNICAS DE TENERIFE**, para Auditorio de Tenerife.

2.- OFERTAS PRESENTADAS

Habiéndose procedido a la apertura de las propuestas recibidas para la participación en el procedimiento de contratación, se han recibido las propuestas siguientes:

- BC EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD, S.L.
- ARCO ESTRATEGIAS DE MARKETING, S.L.
- PROXIMIA HAVA. S.L.

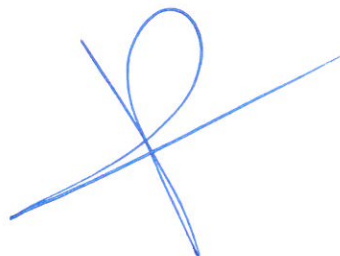
3.- CONTENIDO DE LA PROPUESTA

Habiéndose procedido al análisis de la documentación contenida en los sobre 2 de la licitación, la unidad técnica de valoración procedió a la admisión de las propuestas presentadas, conteniendo todas ellas, como documentación técnica, un dossier explicativo de los criterios de adjudicación y la oferta de criterios sujetos a juicio de valor. De acuerdo con ello, se procedió al análisis de estas, estableciéndose la valoración reflejada en el apartado siguiente.

4.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Los criterios de adjudicación de la licitación para la que se procede a realizar la valoración son los siguientes CRITERIOS

- 1- MEJOR OFERTA TÉCNICA – 20 PUNTOS
- 2- MEJORES PRECIOS NEGOCIADOS POR MEDIO – 19 PUNTOS
- 3- MEJORAS PLANTEADAS – 10 PUNTOS



Estos criterios, según lo establecido en el PCAP del procedimiento, habrían de ser valorados de acuerdo con las siguientes determinaciones:

5.- COMPARATIVA DE LAS OFERTAS Y VALORACIÓN

En el procedimiento de contratación de referencia se recibieron tres propuestas diferenciadas. Tras realizarse el análisis comparativo de las mismas, y a efectos de determinar el cumplimiento o no de los elementos establecidos en el PCAP, así como la mejor adecuación a una correcta ejecución del contrato. De acuerdo con ello, el resultado de la valoración de los distintos criterios es la siguiente:

a) Propuesta BC EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD, S.L.

Plantea un plan de medios bastante convencional, con más peso en propuestas de soportes offline en detrimento del online. Como nota destacable es reseñable la opción de incluir "*influencers*" como estrategia digital. Sin embargo, los perfiles seleccionados se han regido por un criterio cuantitativo y no cualitativo, que no se acerca a los objetivos del Festival.

Solo presenta la opción de trabajo con *influencers* como única estrategia de campaña digital. En base a los objetivos planteados en el pliego de servicios que fue presentado para este año el plan digital es muy débil y en términos generales está muy poco segmentado. No se planean propuestas de innovación de soportes en la propuesta presentada.

Es destacable la inclusión de la producción y diseño de las piezas como mejora, sin embargo, es una mejora que no está en sintonía a lo que se planteaba en el pliego, que buscaba más acciones directas con el público *target* de este festival y no tanto a una masa ciudadana más amplia.

VALORACIÓN BC- 14 PUNTOS

PROYECTO TÉCNICO- 10 PUNTOS

MEJORAS – 4 PUNTOS

b) Propuesta de ARCO ESTRATEGIAS DE MARKETING, S.L

Se valora muy positivamente el análisis que se hace sobre el *target* específico para Telón. Es destacable que la propuesta presentada está enfocado a lo que se había solicitado en pliego.

Se presenta una sólida propuesta de marketing digital y es destacable las opciones de publicidad en plataformas de televisión digital.

Es reseñable que no aporta ninguna mejora como tal, aunque se apunta la inclusión de la producción en los soportes impresos, pero que no está en la línea que se apuntaba en el pliego.

VALORACIÓN ARCO- 14 PUNTOS
PROYECTO TÉCNICO- 14 PUNTOS
MEJORAS – 0 PUNTOS

c) Propuesta PROXIMIA HAVA. S.L.

Se valora positivamente el análisis del *target* específico del Festival, en el que se hace un análisis muy detallado por tipos de públicos.

La oferta presenta una propuesta consolidada y muy exhaustiva en medios digitales, que está en sintonía a las líneas estratégicas que se solicitaban en el pliego.

La propuesta ha sido planteada desde el inicio en un enfoque al medio digital, acorde a lo solicitado, y se complementa con soportes de exterior acordes al planteamiento de *target* que sustenta y argumenta toda la propuesta.

Por último, el plan de mejoras planteado está ajustado sobre todo a la reducción de inversión por medios, lo que está muy en sintonía a la eficiencia de la inversión que busca esta entidad.

VALORACIÓN PROXIMIA- 30 PUNTOS
PROYECTO TÉCNICO- 20 PUNTOS
MEJORAS – 10 PUNTOS

En cuanto a la valoración de mejores precios negociados se hacen las siguientes consideraciones:

Al tratarse de propuestas diferentes, donde cada empresa plantea unos medios determinados, no existe la posibilidad de hacer una comparativa de los precios negociados, porque no existe coincidencia de un mismo medio entre las tres opciones analizadas.

De los precios planteados, solo las empresas **BC EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD, S.L** y **PROXIMIA HAVA. S.L.** incluyen una table que recoge los porcentajes de descuento sobre los precios, mientras que en el caso de **ARCO ESTRATEGIAS DE MARKETING, S.L** solo se recoge para el caso de la radio.

Analizando las propuestas se constata que la empresa PROXIMIA es la que registra unos mayores descuentos y un planteamiento de mejores precios y más ajustados.

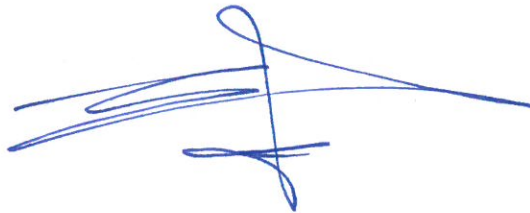
VALORACIÓN DE PRECIOS NEGOCIADOS
BC PUBLICIDAD- 14 PUNTOS
ARCO PUBLICIDAD- 14 PUNTOS
PROXIMIA – 19 PUNTOS

6.- CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta los diferentes criterios mencionados con anterioridad, así como las motivaciones que dan lugar a las puntuaciones otorgadas a cada uno de los elementos, el resultado de las valoraciones es el siguiente:

PROXIMIA HAVA. S.L. es la empresa que obtiene la mejor valoración en la propuesta planteada, obteniéndose una puntuación total de 49 puntos en lo relativo a los criterios evaluables mediante juicio de valor.

Por lo que se emite el presente informe de valoración en Santa Cruz de Tenerife a fecha 11 de JULIO de 2019.

A handwritten signature in blue ink, consisting of several horizontal strokes and a vertical line with a loop at the top.A handwritten signature in blue ink, featuring a vertical line with a loop at the top and a long horizontal stroke extending to the right.