



En Santa Cruz de Tenerife, a 12 de julio de 2018

ASUNTO: INFORME DE VALORACIÓN DE LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE REALIZACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA PROMOCIÓN DE LA MARCA FESTIVAL DE TENERIFE 2018

En relación a la contratación del servicio de REALIZACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA PROMOCIÓN DE LA MARCA FESTIVAL DE TENERIFE 2018 se informa lo siguiente:

Las ofertas presentadas, al procedimiento de contratación de referencia, corresponden a las siguientes empresas:

- BC PUBLICIDAD EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD SL
- ARCO ESTRATEGIAS DE MARKETING SL

Siguiendo los criterios establecidos en la cláusula 16 de los pliegos de cláusulas administrativas que rigieron la contratación, **se procede a valorar el contenido del Sobre nº 2**, concretamente, los siguientes criterios:

B) CRITERIOS CUALITATIVOS

Criterios NO evaluables mediante fórmulas o parámetros objetivos	Puntos
Proyecto técnico	20
Recursos humanos	20
Mejoras	9

Recibidas las ofertas presentadas por los licitadores, se procede a la valoración de las mismas, con sujeción a los criterios de adjudicación que se estipularon en los pliegos que rigen en la contratación.

CRITERIOS CUALITATIVOS

Estos citados criterios cualitativos NO evaluables mediante fórmulas o parámetros objetivos de adjudicación se refieren necesariamente a las características del objeto del contrato, a la prestación que se contrata; esto es: a las características intrínsecas de la prestación, al procedimiento de ejecución del contrato o a los resultados del mismo.

PROYECTO TÉCNICO

A la hora de valorar el proyecto técnico la Unidad Técnica ha tenido en cuenta la adecuación de la propuesta a las necesidades planteadas en el anexo IX relativas al cumplimiento de los objetivos planteados para la II Edición de Festival de Tenerife, a las



campañas planteadas para el posicionamiento de la marca así como la difusión de la programación.

De entre las empresas presentadas a la presente convocatoria ha sido BC PUBLICIDAD EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD SL la que ha presentado un proyecto técnico más adecuado a las necesidades planteadas en el pliego técnico presentando en el mismo todos los soportes planteados en dicho pliego. Además, las temporalidades propuestas para los soportes se adecuan al calendario planteado por Auditorio de Tenerife.

La propuesta técnica presentada por ARCO ESTRATEGIAS DE MARKETING SL no presenta todos los soportes planteados en el pliego técnico (por ejemplo no hay propuesta de marquesinas a pie de calle solicitadas en el apartado de "campaña de programación". Además, la temporalidad planteada en su óptico no corresponde con las solicitadas.

En ambos casos será necesario replantear las ubicaciones planteadas para la campaña de vallas dado que dichas ubicaciones no cumplen con el procedimiento aprobado por el Consejo de Gobierno del Cabildo de Tenerife del pasado 23 de marzo de 2016 en el que la institución se comprometió a la retirada de 80 vallas publicitarias de las carreteras de la isla situadas en el entorno de las autopistas de la isla por el riesgo que suponen para la seguridad vial de las personas que transitan por estas vías y porque, además, atentan contra el medioambiente, el paisaje y la imagen turística de la isla. En este sentido, el tribunal planteará la reubicación de las vallas planteadas por la empresa seleccionada en este proceso de contratación a fin de cumplir con dicho procedimiento.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, se procede a dar la puntuación a las empresas, que se reflejan en el siguiente cuadro:

EMPRESA	PROYECTO TÉCNICO MARCA	PROYECTO TÉCNICO PROGRAMACIÓN	puntuación
BC PUBLICIDAD EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD SL	6	12	18
ARCO ESTRATEGIAS DE MARKETING SL	6	10	16

RECURSOS HUMANOS

La valoración del equipo de recursos humanos propuestos se ha realizado atendiendo a un criterio de operatividad y capacidad de respuesta.

En el caso de BC PUBLICIDAD EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD SL presentan:

- Un director de cuentas
- Un director de producción
- Un director de exteriores
- Un responsable de facturación

ARCO ESTRATEGIAS DE MARKETING SL ha presentado el siguiente equipo de trabajo:

- Dos directores de proyectos de Comunicación y Márketing
- Un director de cuentas
- Un responsable de producción
- Un responsable de medios

Teniendo en cuenta que las dos empresas ofrecen los medios humanos descritos y que, los mismos se corresponden con las exigencias de esta entidad, se otorga la máxima puntuación correspondiente al criterio.

EMPRESA	RECURSOS HUMANOS	puntuación
BC PUBLICIDAD EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD SL	20	20
ARCO ESTRATEGIAS DE MARKETING SL	20	20

MEJORAS

Se han valorado las mejoras planteadas por los licitadores basándose en el cumplimiento de los objetivos planteados para la presente edición del Festival de Tenerife.

Las mejoras propuestas por BC PUBLICIDAD EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD SL son:

Mejoras para campaña de marca

- Campaña en los perfiles de RRSS de Facebook y Twitter para incrementar seguidores en un 30%.
- Búsqueda de patrocinadores con aportación mínima de 25.000€

Mejoras para campaña de programación

- Presencia en las paradas de Tranvía a través de pantallas LED
- Campaña online en la Red Display de Google Adwords y emisión de sports formato Pre-roll en las web del grupo Mediaset.

En el caso de ARCO ESTRATEGIAS DE MÁRKETING SL la mejora propuesta es:

- Cobertura digital y escrita en determinados eventos de la programación.

EMPRESA	MEJORAS MARCA	MEJORAS PROGRAMACIÓN	puntuación
BC PUBLICIDAD EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD SL	4,5	4,5	9
ARCO ESTRATEGIAS DE MARKETING SL		2	2

De conformidad con lo anteriormente expuesto y teniendo en cuenta lo previsto en los pliegos que rigieron la contratación, la documentación aportada por los licitadores se ajusta a las exigencias previstas en los pliegos, adecuándose además, a las necesidades requeridas por Auditorio de Tenerife, valorándose la misma, con la siguiente puntuación:

EMPRESA	PROYECTO TÉCNICO	RECURSOS HUMANOS	MEJORAS	puntuación
BC PUBLICIDAD EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD SL	18	20	9	47
ARCO ESTRATEGIAS DE MARKETING SL	16	20	2	38

En conclusión, La Unidad Técnica designado para la valoración de las propuestas presentadas para la contratación de REALIZACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING PARA LA PROMOCIÓN DE LA MARCA FESTIVAL DE TENERIFE 2018, informa que, la oferta más adecuada a las necesidades de AUDITORIO en su conjunto es **la correspondiente a la entidad BC PUBLICIDAD.**

Blanca Campos Torres
Responsable de Marketing de Auditorio de Tenerife

Verónica Galán Ramos
Departamento de Comunicación de Auditorio de Tenerife.

Enrique Camacho Rodríguez
Jefe de Producción Artística de Auditorio de Tenerife.