

INFORME DE LA OFERTA TÉCNICA PARA EL EXPEDIENTE N°: EC/2-024/23 PARA LA CONTRATACIÓN, EN RÉGIMEN DE EXCLUSIVA, DE UNA EMPRESA QUE REALICE EL SERVICIO DE GESTIÓN Y PROMOCIÓN DE ESPACIOS PUBLICITARIOS DE CANAL SUR RADIO, CANAL FIESTA RADIO, RADIO ANDALUCÍA INFORMACIÓN Y CANAL SUR TELEVISIÓN, EN SUS DESCONEXIONES PROVINCIALES Y MEDIOS DIGITALES

El presente informe evalúa las ofertas técnicas recibidas para el Expediente n°: EC/2-024/23, relativas un Plan de Negocio a valorar, considerando su nivel de justificación y diseño para lograr los objetivos comerciales, incluyendo la planificación temporal de su oferta, teniendo en cuenta la calidad y profundidad con la que se presente el estudio, y en el que se concreten, al menos, los siguientes aspectos:

Concurren a la licitación las empresas YOUWINMEDIA en asociación con ALAYANS, en adelante UTE, por un lado y GUADALMEDIA PUBLICIDAD, SA, por otro, en adelante GUADALMEDIA

1. Análisis del mercado publicitario y de la situación actual Canal Sur Radio y Televisión, incluyendo un epígrafe detallado y separado sobre el soporte digital.

Ambas ofertas ponen de manifiesto disponer de recursos suficientes para aportar informes elaborados sobre el mercado publicitario.

En cuanto a la situación actual de Canal Sur Radio y Televisión, las dos ofertas hacen una exposición detallada de la posición que ocupan las emisoras de radio en el ámbito de Andalucía, así como de la televisión provincializada.

En la respuesta al epígrafe detallado y separado sobre el soporte digital, en la oferta de Guadamedia se aprecia una referencia a la versión web aportando que tiene una buena acogida en Andalucía con margen de mejora. Como refuerzo de su afirmación, incluye un informe mensualizado de audiencias de CanalSur.es correspondiente al año 2023.

Por su parte, la UTE, dedica a este epígrafe información relativa al medio digital en España, que se acompaña de información de medios digitales en el mismo contexto geográfico y acotado al año 2022. Seguidamente, incluye un análisis detallado de los productos digitales de Canal Sur, basado en experiencias de usuarios y valoraciones sobre rendimiento técnico y accesibilidad con recomendaciones de mejoras.

Por todo lo anterior, estimamos que ambas ofertas se encuentran en un grado de satisfacción muy similar, por lo que, tanto Guadamedia como la UTE obtienen 10 puntos cada uno, sobre un máximo de 10 puntos en este apartado.

2. Plan de negocio para Canal Sur Radio y Televisión, detallado por línea de negocio objeto del contrato, con establecimiento de objetivos y detalles de la proyección económica del negocio, plan de acciones comerciales y de marketing, incluyendo medidas de control sobre objetivos e inversión.

FIRMADO POR	JUAN ANTONIO VARGAS RUANO	01/12/2023 10:14:18	PÁGINA 1/12
VERIFICACIÓN	52Pr42X9GJ7XLZB9RG25U7BGSVQSW	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

OFERTA UTE

La oferta de la UTE, presenta un Plan de Negocio que se estructura en capítulos diferenciados para cada una de las líneas de negocio, radio, televisión y digital, con una exposición desigual entre ellos.

En el capítulo relativo a la radio, se establece una relación de objetivos para las diferentes emisoras entre los que destacan mejorar la calidad de la venta, ponderando audiencias y descuentos; propuestas específica de sacar la radio a la calle; establecer acciones transmedia que combinen los diferentes medios de RTVA, con dispositivos y plataformas para alcanzar a un mayor público y poder así construir operaciones de valor y alta rentabilidad. Indican que el producto las Fiestas del Fiesta puede ser un elemento muy importante a poner en valor con operaciones que aporten ingresos y sean atractivas para las audiencias.

En el apartado dedicado al plan de acción comercial en lo relativo a la radio, apuntan una política comercial donde definir su posicionamiento en precios, tarifas, negociación táctica y puesta en valor de las diferentes categorías y franjas de la parrilla de CSR, CFR y RAI. Señalan el establecimiento de los rangos de ticket medio para cada tipo de planificación publicitaria, así como por ámbitos local, regional y nacional. Enuncian un plan de operaciones transversales con otros medios del Canal Sur así como acciones especiales que relacionan con un posterior calendario de acciones tanto, a nivel regional como local, teniendo en cuenta además aquellos eventos de interés general que se produzcan durante el 2024 y años sucesivos.

Dentro del desarrollo del producto comercial, se citan como objetivos acciones especiales en CFR, con mención expresa a la activación de Las Fiestas del Fiesta, así como las asociadas a carnaval, semana santa, verano, nuevas acciones, Ferias de Sevilla y de Málaga.

A partir de este punto, se genera un capítulo denominado desarrollo de producto comercial que vincula directamente con el objetivo en la línea Acciones Especiales.

Proponen una batería de proyectos orientados a maximizar la inversión de los anunciantes en los medios de Canal Sur en sus diferentes plataformas. Esta categoría juega un papel fundamental, según su oferta, puesto que lo señala como una línea de ingresos adicional a la planificación publicitaria convencional. Posteriormente, se pasa a relacionar una serie de acciones para la radio que se concretan en diferentes programas y un concurso: Canal Sur recorre Andalucía; Canal Sur Radio con la cultura; Canal Sur Radio con los mayores; Concurso El Talento del Sur.

En el capítulo de televisión, se aborda el establecimiento de objetivos para televisión que, partiendo de una exposición descriptiva, apunta los siguientes recursos para el desarrollo del producto comercial: Inmediatez de las ofertas, ponderar descuentos y ocupación; política comercial provincializada y gestión de espacios invendidos.

Le sigue una relación de programas en CSTV con desconexión publicitaria, sin más

FIRMADO POR	JUAN ANTONIO VARGAS RUANO	01/12/2023 10:14:18	PÁGINA 2/12
VERIFICACIÓN	52Pr42X9GJ7XLZB9RG25U7BGSVQSW	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

aportación al detalle del plan de acción comercial donde se circunscribe.

En lo que respecta a la oferta digital, señalan objetivos que relacionamos

- Diversidad, con implantación de más formatos, más allá de los existentes
- Modernización
- Creatividad
- Efectividad

La proyección de la línea digital va ligada tanto a la tecnología como a la mejora y creación de espacios informativos que sean atractivos para la audiencia. En este sentido, proponen la creación de espacios disponibles en otras plataformas, una sección específica de ESports, crear una parrilla informativa más completa, incluyendo un espacio más singular y referencial que permite al usuario saber qué informaciones y vídeos son “las más vistas” y “las más nuevas”.

En el desarrollo del producto comercial de los soportes digitales de Canal Sur atienden a cuatro opciones concretas de ventas, especialmente para CanalSur.es.

- Venta directa: Pre-Roll, Mid-Roll, Post-Roll y display. (Actualmente, solo disponible pre-roll, ni está en el ámbito de inventario inmediato como objetivo en Canal Sur, por lo que no pueden ser valorados en la oferta)
- Programática: Display, vídeo pre-roll y contenido
- Contenidos promocionados Formato publicitario muy demandado por los anunciantes. (No se ha implantado ni comercializado hasta la fecha en CanalSur.es., como se reconoce en su oferta, por lo que no puede ser objeto de valoración)
- Redes Sociales: Creación de un Media Kit con distintos formatos para comercializar las distintas redes sociales de Canal Sur. (No se ha implantado ni comercializado hasta la fecha, ni forma parte del objeto del contrato, por lo que no se valora esta aportación)

Entre los objetivos planteados en la oferta, se relacionan posicionar a Canal Sur como referente en el mercado nacional, ampliar ingresos con nuevos formatos, mejorar constantemente el SEO y posicionamiento de los dos sites, así como fidelizar a la clientela actual y ampliar cartera.

Para completar el Plan de Negocio, en la exposición se añade un nuevo capítulo denominado estrategia global con arreglo a los siguientes contenidos:

A. Plan comercial transversal para la optimización de ingresos. Donde se citan acciones que deberán ser comunes para toda la organización, al margen de los planes concretos, tanto para cada medio, como para cada zona de influencia comercial.

FIRMADO POR	JUAN ANTONIO VARGAS RUANO	01/12/2023 10:14:18	PÁGINA 3/12
VERIFICACIÓN	52Pr42X9GJ7XLZB9RG25U7BGSVQSXW	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

- B. Operaciones de marketing comercial y soporte de ventas.
- C. Plan de relaciones institucionales en el ámbito publicitario, centrado en grandes empresas.
- D. Plan de agencias de medios, agencias de publicidad y agencias digitales.
- E. Propuesta de disposición geográfica de nuestra organización estableciendo tres direcciones comerciales con base en diferentes emplazamientos geográficos que nos permitan alcanzar nuestros objetivos dando al mercado y a nuestra red el servicio adecuado.
- F. Política comercial: tarifas oficiales / calidad de la venta y descuentos / posicionamiento en la intermediación.
- Política inflacionista estableciendo diferentes rangos de tarifas basados en audiencias para poner en valor la franjas de mayor audiencia.
 - Política de descuentos y calidad de venta, con un retroceso en los descuentos.
 - Posicionamiento en la intermediación
- G. Propuesta de organización de los equipos comerciales en términos de producto y línea de ingresos.
- H. Modelo de organización del back-office, equipos transversales y comunes para toda la organización, con un CRM específico para la gestión y control de venta.
- I. Establecimiento de los recursos necesarios en la administración de publicidad, con un departamento de administración de publicidad, pautas y coordinación
- J. Medidas para el seguimiento y buen gobierno del contrato.
- K. Plan de transición: lanzamiento al mercado y plan de comunicación al mercado para dar voz al comienzo de la temporada y presentar su incorporación más reciente como adjudicatarios en el concurso de Canal Sur.

Por todo ello, se entiende que la oferta presentada por la UTE, en lo relativo al Plan de Negocio, cumple con los requisitos del pliego de condiciones. Incluye de manera concisa en su propuesta objetivos detallados por soporte (radio, televisión y digital), si bien es verdad que se agradecería una mejor organización de los contenidos, sobre todo en lo que respecta a las acciones especiales en radio.

Dentro del desarrollo del producto comercial, se citan como objetivos acciones especiales en CFR, con mención expresa a la activación de Las Fiestas del Fiesta, así como una serie de acciones para la radio que se concretan en diferentes programas y un concurso. Siendo alguna de estas propuestas interesantes, no se aprecia en su oferta información sobre su desarrollo, viabilidad, responsable de su financiación, así como el modelo de negocio de las mismas.

FIRMADO POR	JUAN ANTONIO VARGAS RUANO	01/12/2023 10:14:18	PÁGINA 4/12
VERIFICACIÓN	52Pr42X9GJ7XLZB9RG25U7BGSVQSW	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

En el apartado digital propone la creación de una sección específica de Esports y la creación de una sección informativa más completa, proyectos ambos que no pueden ser objeto de evaluación por cuanto no son objeto del contrato. También en digital, y en lo que respecta al desarrollo de producto comercial, incluyen la creación de un Media Kit con distintos formatos para comercializar en redes sociales, soporte este no incluido en el pliego de condiciones.

En el Plan de Negocio destacan algunas de las iniciativas incluidas en el epígrafe de Estrategia Global tales como el plan comercial transversal para la optimización de los ingresos; operaciones de marketing comercial y soporte de ventas; el plan de relaciones institucionales en el ámbito publicitario; el plan de agencias de medios, agencias de publicidad y agencias digitales; la propuesta de organización de los equipos comerciales en términos de productos y líneas de ingresos; el modelo de organización del back-office y las medidas para el seguimiento y buen gobierno del contrato, si bien es verdad que en este apartado no se aprecian medidas claras de control sobre objetivos y desviaciones.

No encontramos tan destacable el plan de transición, lanzamiento y plan de comunicación, el cual además de no quedar claro a quién corresponde su financiación, no resulta de interés en el ámbito de ejecución de este contrato.

En este epígrafe, la UTE obtiene 15 puntos, sobre un máximo de puntuación en este apartado de 20 puntos

OFERTA GUADALMEDIA

Guadalmedia aporta un desarrollo estructurado en su oferta desglosado por medios, en el que el objetivo central es generar en el anunciante la necesidad de estar en Canal Sur para que su empresa y/o producto sea un referente en Andalucía.

En el ámbito de la televisión, los objetivos que plantea son la planificación de la disponibilidad de los espacios de desconexiones locales; adecuar precios en base a la demanda; generar anunciantes gancho; establecer un calendario optimizado con la previsión anual de los acontecimientos provinciales más importantes de Andalucía; presencia comercial en las 8 provincias más Jerez y Algeciras y la optimización de descuentos según la época del año.

En el caso de la radio, los objetivos se focalizan en sacar la radio a la calle; adecuar precios en base a la demanda; la planificación diaria de los espacios de las emisoras; establecer un calendario optimizado con la previsión anual de los acontecimientos provinciales más importantes en Andalucía. Incluye en el proyecto una comisión mixta entre Radio y la empresa para disponer de toda la información de proyectos y posibilidades del soporte.

En lo que respecta al ámbito digital, su propuesta se sustenta en crear audiencias definidas y segmentadas, mejorar técnicamente, tanto el desarrollo de los espacios como

FIRMADO POR	JUAN ANTONIO VARGAS RUANO	01/12/2023 10:14:18	PÁGINA 5/12
VERIFICACIÓN	52Pr42X9GJ7XLZB9RG25U7BGSVQSW	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

los datos publicitarios, planificación de eventos locales y rentabilizar el total del inventario disponible. Para todo ello, pone a disposición equipo técnico y desarrolladores que permitan adecuar las dos plataformas digitales, (canalsur.es y CanalSur+)

A continuación, hace una exposición de recursos comerciales para la consecución de objetivos. Añade, en este sentido, una serie de acciones comerciales y de marketing estructurado, con arreglo a los siguientes detalles:

- Control de delegaciones comerciales
- Desarrollo de áreas preferenciales, entre ellas, potenciar el desarrollo de Grandes Cuentas, reforzar la provincia de Málaga con una estrategia específica y con nuevas instalaciones que alberguen una ampliación de personal y de cartera
- Seguimiento por canales y por clientes, según su tipología y ámbito de actuación
- Política comercial, donde enumeran los soportes a comercializar, tanto en radio como en digital y televisión, así como acciones comerciales para cada uno de ellos. Propuestas comerciales CPM.
- Eficiencia comercial enfocada a herramientas propias que permiten el control de captación y fidelización de clientes a través de la implicación del conjunto de todas las áreas de la compañía:
 - CRM-Big Data
 - Departamento SAC (Atención a clientes)
 - Departamento digital con un desarrollador que proporcione mejoras en los sites, un Traficker/Planner, que optimizará las campañas digitales.
- Asesoramiento del Departamento de Marketing
- Desarrollo del departamento de Marketing: Investigación e Insights
- Soporte de Ventas, apostando por un nuevo modelo de presentación de propuestas especiales.
- Acciones de Comunicación, en las que Guadalmedia presenta propuestas concretas con el objetivo de divulgar y dar a conocer la oferta comercial para la construcción del plan de negocio:
 - Una presentación por delegación, a clientes locales donde se darán a conocer todas las oportunidades que conlleva la utilización de los medios de Canal Sur en su área.
 - Una presentación semestral al mercado publicitario, una en Sevilla y otra en Granada, sin coste alguno para Canal Sur.
 - Publicación en redes sociales de propuestas específicas que se lancen al mercado, conectado con el público objetivo.

Para estos cometidos, plantean una inversión anual de 50.000 €, en concepto de promoción comercial de Canal Sur en actos comerciales, en el contexto de su compromiso expreso de mejora de sus equipos comerciales con la incorporación de personal cualificado en las áreas de Patrocinio.

FIRMADO POR	JUAN ANTONIO VARGAS RUANO	01/12/2023 10:14:18	PÁGINA 6/12
VERIFICACIÓN	52Pr42X9GJ7XLZB9RG25U7BGSVQSW	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

- Departamento Guadalmedia Producciones que pone a disposición del proyecto para la gestión integral de los anuncios en todas sus fases (asesoramiento creativo y de contenido, desarrollo de imagen y creatividad, elaboración de textos y copys, grabación de piezas, dirección, realización, producción y postproducción)

Hacen constar su compromiso ambiental, social y de buen gobierno.

En lo relativo a medidas de control sobre objetivos, Guadalmedia señala, expresamente, disponer de indicadores de medición y herramientas de control con las que llevar a cabo las acciones precisas para reconducir las posibles desviaciones respecto a los objetivos y garantizar la consecución de los mismos. Para ello cuentan con las siguientes acciones estratégicas:

- Reunión semanal de equipos comerciales por áreas, donde revisar el presupuesto mensual de cada Delegación del Área, análisis de la cartera mensual, desviaciones y reporte de acciones comerciales actuales.
- Comité semanal de dirección para revisión del presupuesto mensual de la Compañía. Puesta en común de la inversión actual y previsiones de ventas por Delegación. Estudio de la cartera activa para analizar las desviaciones de los clientes inactivos. Aprovechamiento de las sinergias existentes entre todas las empresas del Grupo Green Shark Entertainment.

Con el objetivo de paliar las eventuales desviaciones, se crea el Grupo KAM, constituido por Ejecutivos Seniors, que desarrollarán planes de choque para frenar posibles desviaciones en la consecución de objetivos de determinadas plazas.

Estos ejecutivos, junto con el Back Office llevarán a cabo una serie de acciones claves para paliar desviaciones:

- Soluciones premium concentradas en el tiempo.
- Elaboración de argumentarios y ofertas ad hoc puntuales.
- Relación face to face con el mercado potencial.
- Alta concentración de contactos y visitas para garantizar la conversión.

Paralelamente, Guadalmedia se compromete a mantener reuniones periódicas con los responsables de la gestión del contrato para un análisis conjunto de la evolución mensual de inversiones, puntos de mejora y acciones clave para que la buena ejecución del mismo. Dentro de este objetivo, aportarán informes de seguimiento que están en la línea de lo exigido expresamente en la condición 8.6 del Pliego Técnico.

Por todo ello, se entiende que la oferta de Guadalmedia presenta un Plan de Negocio bien estructurado en cuanto a la exposición y cumple con los requisitos del pliego de condiciones.

Es clara y concisa en cuanto a los objetivos planteados por medio (radio, televisión y digital). Aporta un acertado plan de acción específico para cada tipología de cliente

FIRMADO POR	JUAN ANTONIO VARGAS RUANO	01/12/2023 10:14:18	PÁGINA 7/12
VERIFICACIÓN	52Pr42X9GJ7XLZB9RG25U7BGSVQXW	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

(local, regional, nacional e internacional, así como institucional)

Sería mejorable en lo que respecta a un mayor desarrollo del producto comercial

En el apartado digital, la propuesta es completa en cuanto al servicio, gestión, herramientas y equipo, aunque no lo es tanto en lo que atañe al desarrollo del negocio como tal.

Como puntos destacables de la oferta cabe señalar, desde el punto de vista global, la atención prestada a la puesta en marcha de medidas correctoras mediante planes de choque que puedan reconducir posibles desviaciones respecto a los objetivos y garantizar la consecución de los mismos.

A resaltar también, la existencia en la oferta de un departamento de servicio de atención al cliente para conseguir la excelencia en el servicio y la propuesta de desarrollo de un departamento de marketing, investigación e Insights, el cual analiza las fortalezas y debilidades de todos los medios para poder establecer una comparación con ellos y así construir argumentos que nos ayuden al éxito comercial.

La propuesta de una gestión integral de los anuncios en todas sus fases, proyecto presentado con la denominación de Guadalmedia Producciones, siendo interesante, no puede evaluarse a no ser objeto del contrato.

Igualmente interesante es la propuesta de presentaciones de producto comercial a agencias y clientes, si bien no queda expresamente claro que la inversión citada de 50.000 euros para su desarrollo es aportada por el licitador.

En este epígrafe, Guadalmedia obtiene 15 puntos, sobre un máximo en este apartado de 20 puntos.

3. Equipo humano mínimo descrito en el punto 12 del PPT con indicación de perfil y experiencia profesional certificada por las empresas empleadoras y estructura de la red de ventas que trabajará directamente en la ejecución del contrato, señalando los lugares físicos desde los que se desarrollará el trabajo, incluyendo herramientas propias de venta y gestión que pondrán a disposición del proyecto. El citado equipo deberá contar imprescindiblemente con un mínimo de 3 personas especializadas en negocio digital.

OFERTA UTE

En el aspecto relativo al equipo humano, en la oferta de la UTE se presentan dos estructuras, una de dirección, con cuatro personas, y otra denominada organigrama de dotación prevista para el contrato con un total de 42 posiciones. No se aporta titulación ni experiencia alguna de estas posiciones, salvo la del Director General y la del Director General Financiero y Digital.

FIRMADO POR	JUAN ANTONIO VARGAS RUANO	01/12/2023 10:14:18	PÁGINA 8/12
VERIFICACIÓN	52Pr42X9GJ7XLZB9RG25U7BGSVQSWX	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

En cuanto al equipo digital que se exige como mínimo en el punto 12 del PPT, se señala un total de cinco personas (Director digital, Jefe de Ventas y 3 comerciales), sin aportación del perfil profesional, ni de formación ni experiencia, salvo la que se deduce del Director en el expositivo del equipo de dirección.

En lo que respecta a las herramientas, la oferta de la UTE aporta la siguiente relación de recursos como herramientas de venta y gestión de tráfico publicitario:

- Herramienta de gestión/facturación ADVERTISING para los negocios de radio y televisión. Manifiestan que se adaptarían como continuidad al sistema que presuponen que es el mismo de Canal Sur, para interactuar con sus herramientas.
- CRM, para esta licitación La UTE pone a disposición de esta licitación un CRM de gestión comercial que permitirá saber en tiempo real la presión comercial que se hace en los mercados, los descuentos ofertados e información actualizada de los clientes. Este tipo de herramientas son esenciales para la profesionalización de las estructuras de ventas.
- INFOADEX y ARCE MEDIA
- EGM y AIMC
- KANTAR MEDIA
- TOM MICRO

No se aprecia en este sentido aportación en la oferta técnica sobre detalles del Ad Server disponible para el negocio Digital.

En lo que respecta a las oficinas, plantean un total de 13, de las cuales, solo Madrid cuenta ya con un lugar físico. El resto se sitúan en Valencia, Bilbao, Barcelona, Zaragoza y las ocho capitales de provincia de Andalucía. No queda suficientemente clara la existencia de delegaciones en Algeciras y Jerez de la Frontera, ya que, aunque se cita bajo la dependencia de la Dirección Comercial de Andalucía Occidental, no aparecen luego en el mapa como susceptibles de contar con una oficina física.

En este epígrafe, la oferta de la UTE obtiene 10 puntos, sobre un máximo de puntuación en este epígrafe de 20 puntos

OFERTA GUADALMEDIA

La oferta de Guadalmedia aporta, para la ejecución del contrato, una estructura con presencia comercial en las ocho capitales de provincia, más Jerez y Algeciras de 42 personas que pone a disposición del proyecto. De ellos, se incluye definición de experiencia y titulación hasta un total de 41.

En la oferta se señalan explícitamente los lugares físicos desde los que se desarrollará el trabajo, contando con unas oficinas centrales en Sevilla y 14 delegaciones comerciales con sede en Córdoba, Málaga, Cádiz, Algeciras, Jerez de la Frontera, Granada, Almería, Huelva, Extremadura, Jaén, Valencia, Getxo (Bizkaia), Madrid y Barcelona

FIRMADO POR	JUAN ANTONIO VARGAS RUANO	01/12/2023 10:14:18	PÁGINA 9/12
VERIFICACIÓN	52Pr42X9GJ7XLZB9RG25U7BGSVQSW	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Dentro de la estructura organizativa, en digital, presentan un total de 10 personas con mención expresa de titulación, entre las que se identifican 8 con el equipo mínimo exigible en el punto 12 del PPT y certificando experiencia.

Referido a la estructura y recursos del departamento digital, ofrecen un departamento específico con formación y experiencia que, no solo ofrece oportunidades de venta y comercialización, sino que incluye un Desarrollador Técnico y de Producto, que proporciona mejoras en los sites y un Traficker/Planner que optimiza campañas y un equipo comercial con formación específica y experiencia profesional.

Entre los servicios del departamento comercial, señalan cómo gestionar y etiquetar espacios publicitarios, asumen las tareas de definición y organización de todo el inventario publicitario por categorías, así como generar etiquetas o tags que se integren en los sites y aplicaciones móviles que permitan la entrega de anuncios en los espacios definidos. Añaden a sus capacidades la creación de campañas publicitarias de acuerdo con los objetivos, segmentación, duración y presupuesto. Se ocupan de la asignación de las creatividades publicitarias en todos los formatos, así como la frecuencia para optimización de campañas. Realizan tareas de supervisión constante del rendimiento de las campañas mediante el seguimiento de métricas, impresiones, clics, conversiones y costes. Ofrecen informes periódicos, según necesidades

En lo que respecta a las herramientas propias que se aportan, tanto para la venta como para la gestión que se pondrán a disposición del proyecto, Guadalmedia incluye en su oferta:

- Advertising Star, Software específico diseñado para resolver la gestión diaria de los medios de comunicación. Es el único producto del mercado que contempla órdenes de publicidad Multimedia y Multisoprote. Incluye todo tipo de emplazamientos de la publicidad y con multitud de ayudas, generación automática de calendarios, además de los distintos emplazamientos publicitarios. Gestiona clientes, anunciantes y todo tipo de órdenes de publicidad. Contempla cualquier tipo de producto publicitario como son cuñas, menciones, patrocinios, microespacios, spots... y tiene conexión con todos los sistemas de emisión de audio y vídeo. Programa específico para la gestión de pautas diarias con volcado directo a Canal Sur.
- Herramienta Ad Planner, Un programa informático de desarrollo propio, integrado con la herramienta de gestión ADVERTISING STAR, ajustado al modelo de parrillas de los soportes de Radio y Televisión de Canal Sur, que hará más eficientes las planificaciones de nuestros clientes, ajustando los criterios de Precio y Ocupación que se definen en las políticas de precios mensuales. Permite una correcta planificación, optimizando no sólo la planificación del cliente, sino una alineación perfecta de los cortes y segundos de las distintas desconexiones.
- Holded, Software de gestión de negocios específica para el área Digital. Es una herramienta que aúna costes con objetivos comerciales, una herramienta clave para las planificaciones y el tráfico digital, que nos hace conseguir los objetivos marcados por los anunciantes de la forma más eficiente posible, dando como resultado grandes audiencias y costes adecuados.

FIRMADO POR	JUAN ANTONIO VARGAS RUANO	01/12/2023 10:14:18	PÁGINA 10/12
VERIFICACIÓN	52Pr42X9GJ7XLZB9RG25U7BGSVQSW	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

- Ad Form, Es una plataforma de gestión de publicidad digital, es decir, es un DSP (Demand Side Platform). Se trata de una plataforma de publicidad online donde se compran, de forma automatizada y en tiempo real, espacios publicitarios en medios digitales. Nos permite llevar a cabo estrategias full-funnel, teniendo una gran capacidad de segmentación para llegar a nuestro público mas fin. La plataforma número 1 en el mercado de compra de programática digital
- Ad Server propio: Equativ, software especializado, que se encarga de servir los anuncios en los diferentes espacios publicitarios, vinculado a www.canalsur.es y CanalSur+. Ofrecen una plataforma de gestión holística de inventarios publicitarios fundada en 2001, líder en el mercado europeo. Cuenta, entre sus clientes, con algunos de los soportes digitales líderes a nivel nacional como elmundo.es, ccma.cat o abc.es, hecho que demuestra la sobrada solvencia técnica de la plataforma
- Servidores y sistemas de almacenamiento de datos, vinculados a su propio Ad Server. Equativ, cuenta con un sistema cloud ilimitado de alojamiento en la nube. Adicionalmente cuentan con servidores dedicados que permiten alojar cualquier tipo de recurso publicitario que sea necesario.
- Herramientas de análisis de datos: Comscore y Adjin
- Medidores (KPI) de rendimiento de campañas y efectividad publicitaria. Nuestros indicadores para analizar el éxito de una campaña serán: CPM efectivo, tasa de backfill, tasa de viewability, CPV efectivo, CTR de campaña, así como tasa de visualización
- Herramienta integrada en su Ad Server de elaboración de informes periódicos. Un sistema que cuenta con más de 100 métricas distintas a partir de las cuales generan informes a demanda o periódicos.
- Asimismo, su stack publicitario se complementa en el ámbito de la programática con una serie de acuerdos directos con más de 50 SSP premiums del mercado, entre los que se encuentran Google ADX, Triple Lift, App Nexus, Rubicon Project, Pubmatic, Rich Audience, Smart Adserver, Index Exchange, Ad Form, Amazon o Criteo. La gestión de dicha demanda se gestiona mediante un sistema “header bidding” basado en prebid.js. Su plataforma es, de la misma forma, capaz de gestionar acuerdos de venta directa mediante programática garantizada y PMPs. El watterfall lo completan acuerdos adicionales con Partners de backfill líderes en el mercado.

En la propuesta se indica que el Ad Server ya se encuentra instalado y disponible con la plataforma configurada.

A todos los detalles relacionados, suman su compromiso de mantenerse actualizados sobre las últimas tendencias y tecnologías para la gestión de Ad Servers, y así aprovechar el potencial al máximo y garantizar el éxito en todas las campañas de publicidad.

1. CRM - Big Data
2. INFOADEX y ARCE MEDIA
3. AUDITSA
4. ANÁLISIS DE COMPETENCIA PROPIO

FIRMADO POR	JUAN ANTONIO VARGAS RUANO	01/12/2023 10:14:18	PÁGINA 11/12
VERIFICACIÓN	52Pr42X9GJ7XLZB9RG25U7BGSVQSW	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

5. EGM y AIMC MARCAS
6. TOM MICRO
7. KANTAR MEDIA
8. OJD
9. GEOMEX 3.0.
10. TRACKING IOPE
11. FACEBOOK BUSINESS MANAGER
12. GOOGLE ALERTS
13. HOOTSUITE
14. BUFFER
15. METRICOOL
16. SOCIALMENTION
17. NUEVO MODELO DE PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS, siempre en formato audiovisual. Los formatos video toman cada día mayor importancia, y aprovechan así la rapidez que supone el formato video en la entrega de propuestas, a través de los servicios de mensajería instantánea.

En este epígrafe, la oferta de Guadalmedia obtiene 20 puntos, sobre un máximo en este apartado de 20 puntos

PUNTUACIÓN GLOBAL DE LAS OFERTAS

OFERTANTE	ANÁLISIS DE MERCADO Y SITUACION CSRTV	PLAN DE NEGOCIO	EQUIPO Y HERRAMIENTAS	PUNTUACIÓN TOTAL
UTE	10	15	10	35
GUADALMEDIA	10	15	20	45