

## **INFORME TÉCNICO**

SOBRE LAS PROPUESTAS TÉCNICAS PRESENTADAS PARA LOS SERVICIOS DE CREATIVIDAD, PLANIFICACIÓN, COMPRA Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑA DE PUBLICIDAD EN GDS DE ALMERÍA, CÓRDOBA, GRANADA, HUELVA Y COSTA DEL SOL / ANDALUCÍA EN ITALIA, ALEMANIA, FRANCIA, REINO UNIDO, HOLANDA 2024, EN EL MARCO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA Y DEPORTIVA DE ANDALUCÍA. MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO DE VALOR ESTIMADO INFERIOR O IGUAL A 100.000 EUROS NO SUJETO A REGULACIÓN ARMONIZADA. LICITACIÓN ELECTRÓNICA (SIREC).

Expediente: C101-06AO-1124-0099

Se procede a realizar el informe técnico según el punto 2.4.3. *Informe técnico de valoración de los criterios de adjudicación cuya ponderación dependa de un juicio de valor (para los supuestos en los que esté previsto sobre B)* del pliego de cláusulas particulares que regula la convocatoria:

Relación por empresa licitadora de la documentación presentada, siendo causa de exclusión la proposición que no incluya la totalidad de los documentos requeridos en el sobre B conforme el ANEXO II, del PCP:

Se incluirá de forma diferenciada, la documentación que se relaciona a continuación, conforme a la siguiente agrupación:

### A. Planteamiento estratégico y metodología (45 puntos)

Planteamiento estratégico y metodológico ajustado a lo especificado en el presente pliego y en el pliego de Prescripciones Técnicas, como máximo 16 páginas, que incluya:

- Planificación de GDS (Global Distribution system) en los países mencionados
- Procesos de trabajo que se desarrollarán durante la ejecución del contrato con especial referencia a la interrelación e interlocución con el cliente.

### B. Equipo de trabajo (20 puntos).

Documento con descripción del equipo de trabajo, con un máximo de 10 páginas. Deberá detallarse al menos: CV de los integrantes con experiencia de los mismos en cada una de las áreas necesarias de la licitación.

### C. Herramientas de control (19 puntos):

Documento con las herramientas control, como máximo 3 páginas. Se valorarán las siguientes herramientas:

Todas aquellas herramientas oficiales (no propias) de medición de las campañas / acciones efectivas para todos los medios solicitados.



A. Documento con el planteamiento estratégico y metodológico ajustado a lo especificado en el presente pliego y en el pliego de Prescripciones Técnicas, como máximo 16 páginas, que incluya:

Planificación de GDS (Global Distribution system) en los países mencionados.

Procesos de trabajo que se desarrollarán durante la ejecución del contrato con especial referencia a la interrelación e interlocución con el cliente.

SUITES MEDIA SPAIN: presenta un documento con 16 páginas con la planificación de los GDS y los procesos de trabajo.

SUITES MEDIA SPAIN: presenta propuesta de comunicación en Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y Holanda en los GDS Amadeus, Sabre y Travel Port. De las provincias de Almería, Córdoba, Granada, Huelva y Costa del Sol.

- Almería en Italia.
- Costa del sol en Reino Unido, Alemania, Holanda y Francia.
- Córdoba en Reino Unido, Alemania, Italia y Francia.
- Granada en Alemania y Holanda.
- Huelva en Reino Unido.

SUITES MEDIA SPAIN: presenta los datos a incluir:

Ámbito: países mencionados.

Formato/s: formatos digitales.

Fechas de actuación: a elegir por la agencia entre el 9 al 31 de diciembre con una distribución equilibrada en el tiempo.

Datos presentar:

- Calendario/ óptico que refleje las fechas de inicio y final de la acción.
- Medidas de cada soporte y fechas previas de entrega de materiales.
- Número de formatos digitales previstas a contratar por país y en total.
- Numero de impresiones previstas
- Días de contratación de los soportes.
- Formatos/soportes seleccionados e inversión económica por acción, medio/ soporte y en total.
- Contactos brutos y contactos netos previstos con la planificación propuesta por acción y en total.

- Calendario/ óptico que refleje las fechas de inicio y final de las acciones.

SUITES MEDIA: Presenta como fecha de comienzo el 16 de diciembre, pero también se adaptaría si comenzara el 17 o 18 de diciembre. Y la fecha de finalización será el 31 de diciembre.

- Medidas de cada soporte y fechas previas de entrega de materiales.

SUITES MEDIA: Presenta un cuadro con todos los soportes, medidas y fechas de entrega previstos.

- Número de formatos digitales previstas a contratar por país y en total.



**SUITES MEDIA:** Presenta un cuadro con todos los formatos digitales que necesitaran para llevar a cabo la acción por país.

- Numero de impresiones previstas:

**SUITES MEDIA:** presenta los números de impresiones previstas por provincia, soporte y por país, llegando en total a 1.903.010 impresiones brutas.

- Formatos/soportes seleccionados e inversión económica por acción, medio/ soporte y en total.

**SUITES MEDIA:** Presenta un cuadro donde se aprecia la inversión por soporte, provincia, mercado objetivo y formato.

- Contactos brutos y contactos netos previstos con la planificación propuesta por acción y en total.

**SUITES MEDIA:** presenta los datos de contactos brutos para todos los países, en este caso la agencia presenta un total de 1.903.010 contactos brutos, siendo los contactos netos de 145.368, que son los agentes de viajes que van a ser impactados.

B) Documento con descripción del equipo de trabajo, con un máximo de 10 páginas. Deberá detallarse al menos: CV de los integrantes con experiencia de los mismos en cada una de las áreas necesarias de la licitación.

**SUITES MEDIA:** presenta un documento con 5 páginas con los datos solicitados de cada persona requerida y las tareas que realizará cada una de ellas, cumpliendo con lo solicitado en el pliego.

C) Documento con las herramientas de control, como máximo 3 páginas. Se valorarán las siguientes herramientas: Todas aquellas herramientas oficiales (no propias) de medición para todos los medios solicitados.

Presenta un documento que se explicara mas adelante.

### **SUITES MEDIA**

Incluye la totalidad de los documentos requeridos en el sobre B conforme el ANEXO II.

Ponderará conforme a los criterios de adjudicación por aplicación de un juicio de valor según ANEXO II, las proposiciones técnicas que se ajusten a las especificaciones técnicas establecidas en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

1. Planteamiento estratégico y metodología (45 puntos): Se valorará la propuesta presentada respecto a lo requerido en los pliegos conforme a su situación geográfica en el mercado, el posible número de impactos, así como atributos y características estratégicas de publicidad y branded content.



2. Equipo de trabajo (20 puntos): Se valorará la experiencia del equipo de trabajo en la gestión y planificación de campañas, en la analítica de datos, en el desarrollo creativo de campañas y en la adaptación de creatividades a los formatos y medios requeridos.

3. Herramientas de control (19 puntos): Se valorarán las herramientas oficiales (no propias) de medición de las campañas / acciones efectivas para todos los medios solicitados.

### **VALORACIÓN EMPRESAS LICITADORAS:**

Al actual concurso se presenta la agencia SUITES MEDIA SL.

#### **SUITES MEDIASL**

##### **1. Planteamiento estratégico y metodología (45 puntos máx.)**

La agencia SUITES MEDIA presenta una planificación clara y estructurada en un total de 16 páginas.

La agencia SUITES MEDIA distribuye el presupuesto de la siguiente manera:

Almería : ██████████ para el mercado Italia.

Costa del Sol: presenta una inversión estructurada para 4 países (UK, Alemania, Países Bajos y Francia) según el pliego con una inversión total de ██████████

Córdoba: presenta una inversión estructurada para 4 países (UK, Alemania, Italia y Francia) según el pliego con una inversión total de ██████████

Granada: presenta una inversión estructurada para 2 países (Alemania y Países Bajos) según el pliego con una inversión total de ██████████

Huelva: Presenta una inversión de ██████████ UK.

La planificación total abarca unas dos semanas de actuación acorde a lo solicitado para el concurso. Pero solo presenta banner de inicio, de búsqueda y de reserva, pero no de contenido.

Debemos señalar que ofrece ██████████ más para Turismo Andaluz que se llevaran a cabo en los países de ██████████ con un total de ██████████ impresiones a más de ██████████ agentes de viaje.

Por lo presente, se le otorga a la agencia SUITES MEDIA 40 puntos en este apartado.

##### **2. Equipo de Trabajo (20 puntos máx.)**

La agencia SUITES MEDIA presenta un documento sobre el equipo de trabajo con un total de 5 páginas. Presentan un equipo de cuatro personas para el actual concurso, cumpliendo con lo pedido en el pliego:



Junta de Andalucía

Consejería de Turismo y Andalucía Exterior  
Empresa Pública para la Gestión del Turismo  
y del Deporte de Andalucía S.A.

Directora de la cuenta.  
Director Creativo.  
Responsable de planificación.  
Responsable de seguimiento y analítica de datos.

Todos cuentan con [REDACTED] de experiencia en sus áreas. En general plasman, los datos de cada persona solicitada y las tareas que empeñará cada una de ellas y su interacción en el marco de la campaña, mencionan que la directora de la cuenta será la interlocutora con el cliente, aunque el resto del equipo estará a disposición para poder involucrarse en la medida en la que sea necesario.

Además, explican el flujo de trabajo entre la agencia y Turismo Andaluz. Cumpliendo con lo solicitado en el pliego.

Se le otorga a la agencia SUITES MEDIA 20 puntos en este apartado.

### **3. Herramientas de control (19 puntos máx.)**

La agencia SUITES MEDIA presenta un documento referente a las herramientas de control con tres páginas, donde especifican lo siguiente:

En este caso y no tratándose de una campaña estándar online de medios al uso, al ser una plataforma que provee a las agencias de viajes, para implementar la publicidad y monitorear la campaña, utilizamos el único medio posible:

Una herramienta [REDACTED] ya que por motivos de política de privacidad según normativa legal, [REDACTED] sus datos particulares incluyendo números de cuenta, clientes...etc y [REDACTED]

[REDACTED] ya que es exclusivamente pensado para impactar de manera directa en la fuente Data de cada agencia.

La herramienta es [REDACTED], única herramienta de control e implementación específica para esta campaña. No da lugar a otras herramientas.

En este sentido y adaptándonos a las indicaciones del pliego, ofrecemos la posibilidad a Turismo de Andalucía a [REDACTED] a petición del cliente para hacer [REDACTED] y poder vivir en primera persona como funcionaría la campaña en directo y cuáles son los avatares de navegación de cada agencia de viajes.

En este caso [REDACTED], ya que esta empresa [REDACTED], pero en su lugar nos ofrece poder [REDACTED] para ver cómo se trabaja. Por lo que no se le puede dar la máxima puntuación.

Por lo presente, se le otorga 15 puntos a la agencia SUITES MEDIA en este apartado.



Junta de Andalucía

Consejería de Turismo y Andalucía Exterior  
Empresa Pública para la Gestión del Turismo  
y del Deporte de Andalucía S.A.

	PUNTUACIONES FINAL CAMPAÑA GDS
	SUITES MEDIA
PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO Y METODOLOGÍA 40 PUNTOS	40
EQUIPO DE TRABAJO Y PROCESOS - 20 PUNTOS	20
HERRAMIENTAS DE CONTROL - 19 PUNTOS.	15
<b>PUNTUACIÓN FINAL</b>	<b>75</b>

11 de diciembre de 2024

[Redacted]

Técnico del Área de Innovación

[Redacted]

Técnico del Área de Turismo

[Redacted]

Técnico de la Dirección de  
Marca.