



GUIA DE OBTENCION DE RETORNO PUBLICITARIO

CRITERIOS VALIDOS Y DEFINIDOS POR
TURISMO DE TENERIFE

TURISMO DE
tenerife



INTRODUCCIÓN

El “retorno de inversión publicitaria” dentro de las métricas del marketing se denomina con las siglas **ROI (Return Of Investment)**

El ROI que valora y justifica el patrocinio otorgado por Turismo de Tenerife, es la suma de todas las acciones, soportes, formatos, medios y promociones publicitarias que se diseñen o realicen para la difusión promoción y comunicación del evento siempre y cuando la marca Turismo de Tenerife este presente en las mismas. No es un retorno de audiencias o impactos, no es un retorno publicitario del evento. Es solo y exclusivamente un retorno publicitario de la marca “Turismo de Tenerife” en el evento o acción que patrocina.

EL ROI se calcula por aplicar el coste real (tarifas oficiales o valoradas dentro de mercado) de la publicidad realizada. Toda publicidad debe ser medible económicamente y tendrá que ser justificada con los comprobantes gráficos o audiovisuales correspondientes. Esto incluye certificados de emisión de terceros o paneles de control de redes sociales.

Matemáticamente el ROI se expresa de la siguiente forma para Turismo de Tenerife :

$$\text{ROI} = \frac{\text{INGRESOS GENERADOS POR PUBLICIDAD} - \text{IMPORTE PATROCINADO}}{\text{IMPORTE PATROCINADO}} = \text{EXPRESADO EN \%}$$

En base a la aplicación de esta fórmula se considera positivo o negativo el resultado, para la obtención final del patrocinio.

La redacción de este informe no podrá ser realizado por el propio promotor o personal de la empresa promotora interesado en el patrocinio. Siendo una persona externa y con capacitación demostrable en este tipo de informes el responsable de su realización y que deberá ser firmado electrónicamente por el autor.

INDICACIONES DE USO DE LA MARCA TURISMO DE TENERIFE

Para el uso de la marca Turismo de Tenerife se deberán de cumplir una serie de condicionantes mínimos.. Estas tienen que ver con su tamaño y ubicación principalmente en el formato o soporte a utilizar.

NAMING.- Para considerar la marca Turismo de Tenerife parte del naming del evento o acción, la presencia de su tamaño no será inferior al 20% del tamaño total del espacio que ocupe dicho naming.. Debiéndose utilizar su formato gráfico oficial o su tipografía característica. La inclusión de la palabra Tenerife únicamente no se considerará parte del naming si no cumple alguna de estas directrices. Su retorno económico estará valorado en un máximo del 35% del patrocinio solicitado

CARTELERIA (TODAS SUS VARIANTES).- Podrá ubicarse en cualquier sitio del diseño gráfico que se realice y su tamaño no podrá ser inferior a 2/30 partes del espacio total del tamaño del cartel, Flyer, díptico, etc.. Debiendo tener el doble de tamaño que el resto de patrocinadores si los hubiera. La presencia exclusiva de Turismo de Tenerife obtendrá un retorno económico originado al aplicar al importe obtenido del sumatorio del coste de producción, distribución o fijación del soporte un 200 % adicional.

Cuando la presencia de la marca Turismo de Tenerife comparta espacio con hasta 4 marcas más incluida Tenerife, al retorno se le aplicará un 40 % adicional. Cuando la presencia de la marca Turismo de Tenerife comparta espacio con hasta 7 marcas más incluida Tenerife, al retorno se le aplicará un 25 % adicional. Cuando la presencia de la marca Turismo de Tenerife comparta espacio con hasta 9 marcas más incluida Tenerife, al retorno se le aplicará un 10 % adicional. Cuando se superen las 10 marcas patrocinadoras no se considerará retorno.

PHOTOCALL.- Su presencia deberá de ser de un mínimo del 25% del tamaño del soporte, en una única ubicación o distribuida en todo el espacio diseñado. Su ubicación no deberá ser tapada cuando las personas o situaciones de uso así lo generen. El retorno económico será el mismo que el indicado para la cartelería.

LONAS, VALLAS, MUPIS, ROLL UP, .- Podrá ubicarse en cualquier sitio del diseño gráfico que se realice y su tamaño no podrá ser inferior a 2/30 partes del espacio total del tamaño del soporte o formato usado. Debiendo tener el doble de tamaño que el resto de patrocinadores si los hubiera. El retorno económico será el mismo que el indicado para la cartelería.

AUTOBUSES, TRANVIA, VEHICULOS.- Podrá ubicarse en cualquier sitio del diseño gráfico que se realice y su tamaño no podrá ser inferior a 4/30 partes del espacio de cada paño del soporte o formato usado. El retorno económico será el originado al aplicar al importe obtenido del sumatorio del coste de producción y alquiler del soporte un 50 % adicional si es marca exclusiva. Cuando la presencia de la marca Turismo de Tenerife comparta espacio con hasta 4 marcas más incluida Tenerife, al retorno se le aplicará un 20 % adicional. Cuando la presencia de la marca Turismo de Tenerife comparta espacio con hasta 7 marcas más incluida Tenerife, al retorno se le aplicará un 10 % adicional. Cuando la presencia de la marca Turismo de Tenerife comparta espacio con hasta 9 marcas más incluida Tenerife, al retorno se le aplicará un 5 % adicional. Cuando se superen las 10 marcas patrocinadoras no se considerará retorno.

PANTALLAS LED.- Podrá ubicarse en cualquier sitio del diseño gráfico que se realice. Su tamaño no podrá ser inferior al 10 % del espacio de pantalla. El retorno económico será el originado al aplicar al importe obtenido del sumatorio del alquiler del soporte y un 200 % adicional si es marca exclusiva y con una duración de presencia mínima de 3 segundos. Cuando la presencia de la marca Turismo de Tenerife comparta espacio con hasta 4 marcas más incluida Tenerife y una duración mínima de 3 segundos, al retorno se le aplicará un 50 % adicional. Cuando la presencia de la marca Turismo de Tenerife comparta espacio con hasta 7 marcas más incluida Tenerife con una duración mínima de 3 segundos, al retorno se le

INDICACIONES DE USO DE LA MARCA TURISMO DE TENERIFE

aplicara un 30 % adicional. Cuando la presencia de la marca Turismo de Tenerife comparta espacio con hasta 9 marcas mas incluida Tenerife y una duración mínima de 3 segundos, al retorno se le aplicara un 10 % adicional. Cuando se superen las 10 marcas patrocinadoras no se considerara retorno.

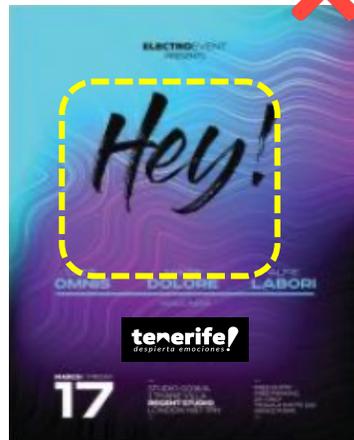
MERCHANDISING (TODAS SUS VARIANTES).- Podrá ubicarse en cualquier sitio del diseño grafico que se realice y su tamaño no podrá ser inferior al 20% del espacio total publicitario. Debiendo tener el doble de tamaño que el resto de patrocinadores si los hubiera. La presencia exclusiva de Turismo de Tenerife obtendrá un retorno economico originado al aplicar al importe obtenido del sumatorio del coste de producción , distribución o fijación del soporte un 200 % adicional.

Quando la presencia de la marca Turismo de Tenerife comparta espacio con hasta 4 marcas mas incluida Tenerife, al retorno se le aplicara un 40 % adicional .Quando la presencia de la marca Turismo de Tenerife comparta espacio con hasta 7 marcas mas incluida Tenerife, al retorno se le aplicara un 25 % adicional. Cuando la presencia de la marca Turismo de Tenerife comparta espacio con hasta 9 marcas mas incluida Tenerife, al retorno se le aplicara un 10 % adicional. Cuando se superen las 10 marcas patrocinadoras no se considerara retorno.

CREDENCIALES Y LANYARD.- Su presencia no estará condicionada al tamaño. El retorno economico será originado al aplicar al importe obtenido del sumatorio del coste de producción y distribución un 30 % adicional si es de forma exclusiva y de un 15% si es compartido con otras marcas.

EJEMPLOS

NAMING



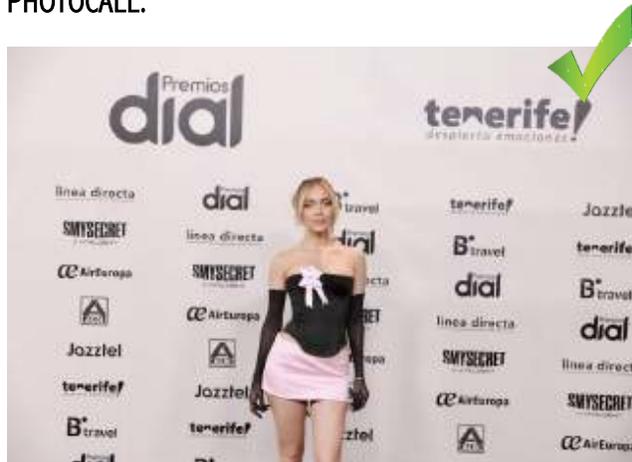
CARTELERIA



INDICACIONES DE USO DE LA MARCA TURISMO DE TENERIFE

EJEMPLOS

PHOTOCALL.



VEHICULOS



PANTALLAS LED



MEDICION Y UNIDADES DE MEDIDAS DE RETORNO

Turismo de Tenerife, establece las bases sobre las que se consideran validos los retornos económicos publicitarios generados. Recordando que solo serán validos aquellos retornos que contengan la presencia de la marca Turismo de Tenerife.

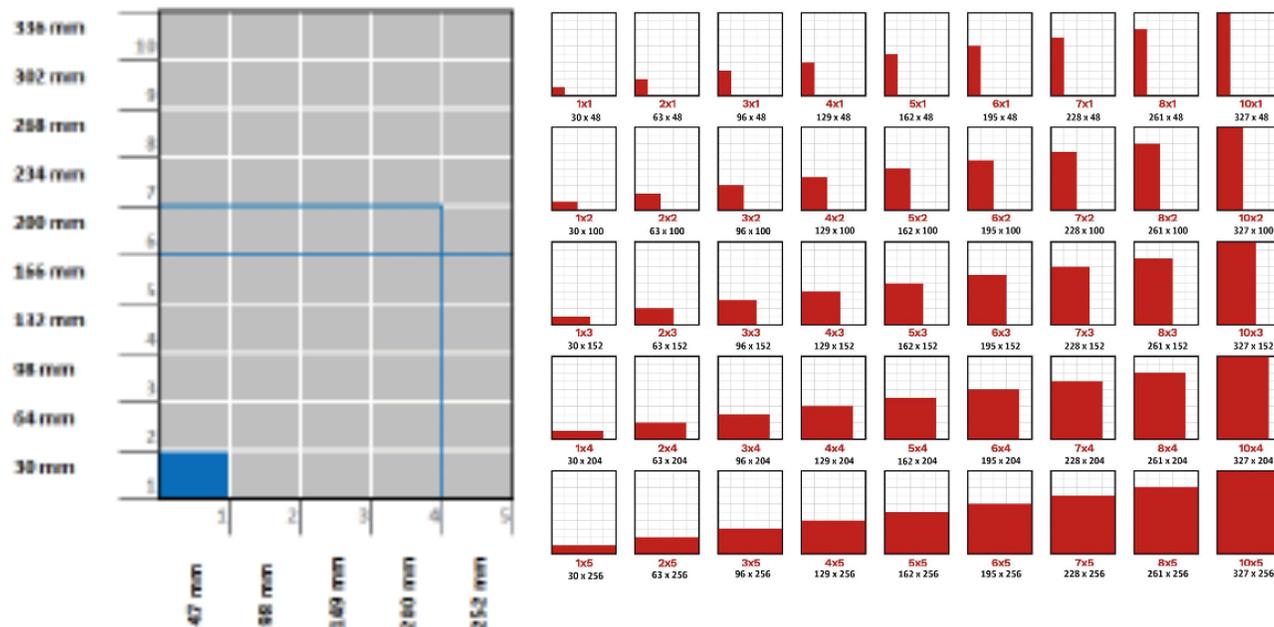
Este apartado recoge aquellos medios no pagados o pagados en campaña o plan de medios del promotor, que pueden tener repercusión económica por el desarrollo del evento o acción

MEDIOS OFF

PRENSA ESCRITA

La valoración económica de este medio se realizara en base a las tarifas oficiales del coste de insertar publicidad en este medio , no dependerá en ninguna caso de audiencias o tiradas . El informe ROI se basa en costes económicos en base a las Tarifas oficiales del medio no de la difusión o audiencia del mismo.

En todos los medios se usara como referencia la unidad mínima de compra como base de tarificación. En el caso de la Prensa se estipula el concepto de **MODULO** con sus variantes* (color, b/n, portada, par, impar, etc..) Cada soporte posee su propio kit media donde se estipula el número de módulos que conforma una pagina de prensa



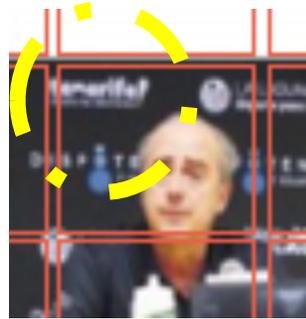
El valor económico a calcular será el precio del modulo según tarifa (incluyendo sus variantes*) por el numero de módulos que ocupe la marca Turismo de Tenerife en formato escrito o grafico.

	LABORABLE		DOMINGOS Y FESTIVOS	
	B/N	COLOR	B/N	COLOR
PÁGINA	2.200 €	3.300 €	2.860 €	4.290 €
PÁGINA IMPAR	2.600 €	3.900 €	3.380 €	5.070 €
MEDIA PÁGINA	1.181 €	1.772 €	1.656 €	2.480 €
MEDIA PÁGINA IMPAR	1.417 €	2.126 €	1.984 €	2.976 €
ROBA PÁGINA	1.889 €	2.834 €	2.645 €	3.968 €
ROBA PÁGINA IMPAR	1.820 €	2.730 €	2.366 €	3.549 €
FALDÓN 5X2	550 €	825 €	715 €	1.073 €
FALDÓN 5X2 IMPAR	650 €	975 €	845 €	1.268 €
MÓDULO	55 €	83 €	72 €	107 €
MÓDULO IMPAR	65 €	98 €	85 €	127 €
PORTADA Y CONTRAPORTADA	CONSULTAR			

MEDICION Y UNIDADES DE MEDIDAS DE RETORNO

PRENSA ESCRITA (EJEMPLO)

BALONCESTO		DEPORTES	
+LIGA ENDESA		+BASE	
		Santa Cruz acoge una nueva edición del Torneo U-18 La tradicional cita del CB Uroko y el área de Deportes se celebrará desde hoy hasta el día 8 en los pabellones Guico Cabrera y Pazo Asanaz	
Vidorreta: "Hay que estar metidos en el partido" El técnico del Lenovo regularidad durante los 40 minutos para la visita de mañana al Murcia			
Tenerife pide intensidad desde el principio y los 40 minutos para la visita de mañana al Murcia		Santa Cruz acogerá el vigésimo quinto edición del Torneo U-18 Internacional Fideo, Open Regenera de baloncesto, que se celebrará del 5 al 8 de octubre en los pabellones Guico Cabrera y Pazo Asanaz.	
"ESTAN ALTURAS, SIEMPRE HAY ALGÚN JUGADOR CON MOMENTOS, PERO..."		CALENDARIO El torneo comienza el día 5 y se prolonga hasta el día 8.	
"HOPINILLEN" momento, que profundiza cada vez más en el juego. Hay que estar metidos en partido desde el principio y hacer un partido sólido desde el inicio" para meter los minutos en los dos últimos minutos al cuadro de la		El torneo U-18 Internacional Fideo, Open Regenera de baloncesto, que se celebrará del 5 al 8 de octubre en los pabellones Guico Cabrera y Pazo Asanaz.	



1 módulo

Aunque la crónica ocupa 3/4 de pagina solo se contabiliza el espacio que ocupa la marca patrocinadora en dicho espacio y en base a la unidad básica de contratación.



2 módulos

Si hubiera contenido textual con mención de Tenerife (turismo o promoción de Tenerife) sería también retorno publicitario aplicando el mismo sistema de números de módulos x tarifa oficial

El valor económico de la crónica sería de 34módulos por el importe del coste del modulo según tarifas.

28 X 42,00€ = 1.176 €
6 x 80 = 480 €
Total :1.656 €

Tarifa b/n ,laborable, par

Tarifa color ,laborable, par

Este retorno sería el de difusión del evento, **NO CORRESPONDE** a la presencia de Turismo de Tenerife como marca patrocinadora

El valor económico que se puede incluir como retorno es únicamente de 3 módulos Por lo que será

1 X 80,00€ = 80,00 €
2 x 42,00€ = 84,00€
Total:164,00€

Tarifa color ,laborable, par

Tarifa b/n ,laborable, par

Este retorno **SI CORRESPONDE** a la presencia de Turismo de Tenerife como marca patrocinadora

MEDICION Y UNIDADES DE MEDIDAS DE RETORNO

RADIO

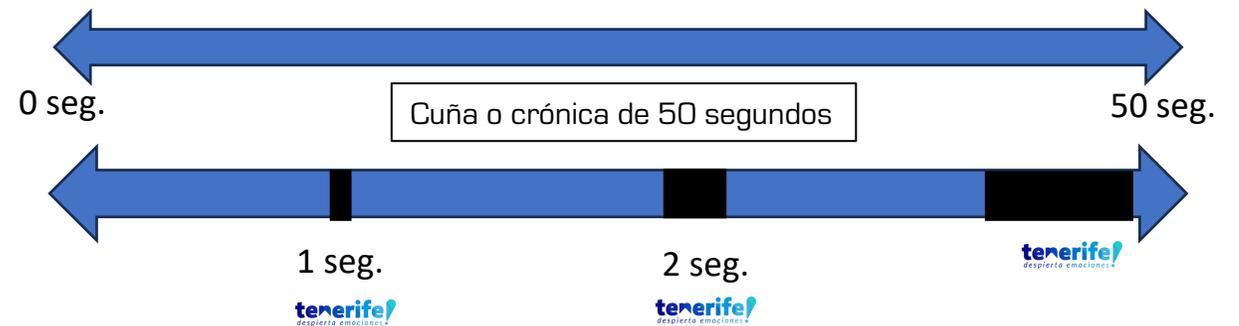
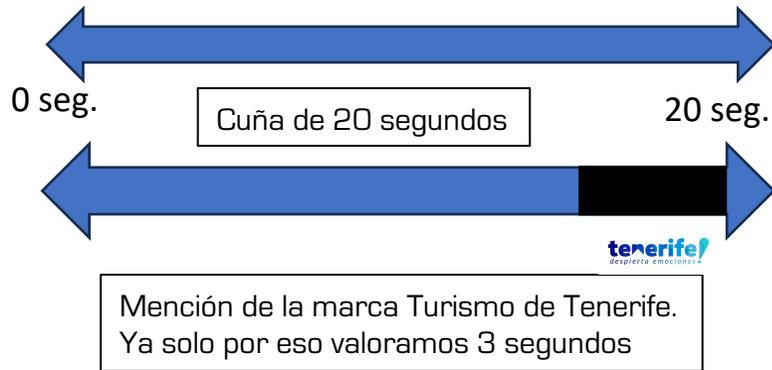
La valoración económica de este medio se realizara en base a las tarifas oficiales del coste de insertar publicidad en este medio , no dependerá en ninguna caso de audiencias del medio . El informe ROI se basa en costes económicos en base a las Tarifas oficiales del soporte según el programa de emisión, dial y duración de la crónica o mención, no de la difusión o audiencia del mismo.

En todos los medios se usara como referencia la unidad mínima de compra como base de tarificación. En el caso de la Radio se estipula el concepto de **CUÑA DE 20 SEGUNDOS**, teniendo en cuenta la parte proporcional en segundos de la duración de la presencia de la marca.

La mención de la marca Turismo de Tenerife en la crónica o cuña se estipula como base, en 3 segundos. A esta se le adicionara el resto de segundos que la marca tenga presencia de mas en la crónica.

RADIO (EJEMPLO)

Supongamos una cuña de radio en la Cadena Ser en el dial metropolitano (101.1 FM-1.1790M) emitido en el programa Hoy por Hoy de 05:00-09:00 horas



El total de segundos de presencia de la marca Turismo de Tenerife sería la suma de 1seg. + 2seg. + 3seg. De base por mención de la marca. Total 6 segundos. Su importe 6 x 11,90 € = 71,40 €

Tenerife		
R. Club Tenerife FM y R. Club Tenerife OM	101.1 FM - 91.1 FM - 1.179 OM	
HOY POR HOY (05:00-09:00)		238
HOY POR HOY (09:00-11:20)		214
HORA 14		109
LA VENTANA		96
HORA 25		123

X El valor económico sería el importe de la emisión de esa cuña de 20 segundos según tarifas.
 $1 \times 238€ = 238,00 €$

Este retorno sería el de difusión del evento, **NO CORRESPONDE** a la presencia de Turismo de Tenerife como marca patrocinadora

✓ El valor económico sería el importe de la emisión de los 3 segundos dentro de la cuña de 20 segundos según tarifas.
 Coste por segundo $238/20 = 11,90€$
 $3 \times 11,90€ = 35,70 €$

Este retorno **SI CORRESPONDE** a la presencia de Turismo de Tenerife como marca patrocinadora

MEDICION Y UNIDADES DE MEDIDAS DE RETORNO

TELEVISION

La valoración del retorno económico de este medio se puede realizar en base a tres formas de compra o inversión publicitaria. Como en los soportes anteriormente citados se valora la presencia de la marca Turismo de Tenerife en el evento , no el evento en si.

Valoración 1

Normalmente usado en Televisiones de carácter local o autonómico. También cuando las emisión de la crónica o reportaje no es mediante campaña de publicidad pagada sino por emisión orgánica (sin pago).

El retorno de obtiene de aplicar la tarifa oficial del medio en base a un spot de 20 segundos. El proceso es igual que en el caso de la radio pero cambia la unidad a spot de 20 segundos. Las tarifas en algunas televisiones cambian trimestralmente , por lo que se deberá usar la vigente en el periodo del evento o acción. Esta opción no depende de audiencias.



X

El valor económico sería el importe de la emisión de spot de 20 segundos según tarifas.
Retorno
1 spot de 20 seg X 775,00€ = 775,00€

Este retorno sería el de difusión del evento, **NO CORRESPONDE** a la presencia de Turismo de Tenerife como marca patrocinadora

✓

El valor económico sería el importe de la emisión de los 8 segundos dentro del spot de 20 segundos según tarifas.
Coste por segundo $775,00/20 = 38,75€$
 $8 \times 38,75€ = 310 €$

Este retorno **SI CORRESPONDE** a la presencia de Turismo de Tenerife como marca patrocinadora

Tarifas de Publicidad de octubre a diciembre 2023

Periodo	Hora	Días	Medio	Tarifa	Periodo	Hora	Días	Medio	Tarifa
MAÑANA 1 75€	7:30 - 7:50		MAÑANA 1	750,00	MAÑANA 1 FIN DE SEMANA 750,00	7:30 - 7:50		MAÑANA 1 FS	750,00
	8:00 - 8:15			750,00		8:00 - 8:15			750,00
	8:30 - 8:45			750,00		8:30 - 8:45			750,00
MAÑANA 2 100€	9:15 - 9:30		MAÑANA 2	1000,00	MAÑANA 2 FIN DE SEMANA 1000,00	9:15 - 9:30		MAÑANA 2 FS	1000,00
	9:30 - 9:45			1000,00		9:30 - 9:45			1000,00
	9:45 - 10:00			1000,00		9:45 - 10:00			1000,00
MAÑANA 3 50€	10:30 - 10:45		MAÑANA 3	500,00	MAÑANA 3 FIN DE SEMANA 500,00	10:30 - 10:45		MAÑANA 3 FS	500,00
	10:45 - 11:00			500,00		10:45 - 11:00			500,00
	11:00 - 11:15			500,00		11:00 - 11:15			500,00
MEDIODÍA 30€	13:00 - 13:15		MEDIODÍA	300,00	MEDIODÍA FIN DE SEMANA 300,00	13:00 - 13:15		MEDIODÍA FS	300,00
	13:15 - 13:30			300,00		13:15 - 13:30			300,00
	13:30 - 13:45			300,00		13:30 - 13:45			300,00
TNT 75€ IVA INCL. RECARGO	16:15 - 16:30		TELENOTICIAS 1	750,00	TELENOTICIAS 1 750,00 IVA INCL. RECARGO	16:15 - 16:30		TNT	750,00
	16:30 - 16:45			750,00		16:30 - 16:45			750,00
	16:45 - 17:00			750,00		16:45 - 17:00			750,00

Importe de emisión de spot en Noticias 1 TVCANARIA 775,00€

MEDICION Y UNIDADES DE MEDIDAS DE RETORNO

TELEVISION

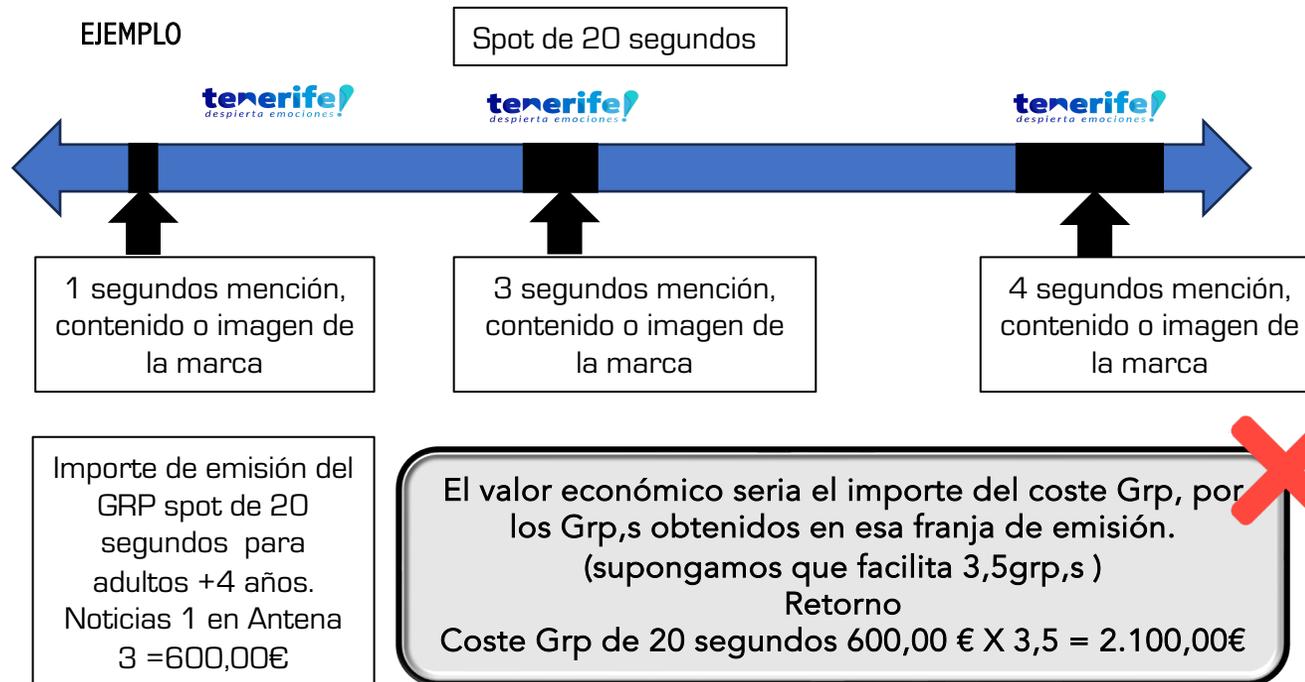
Valoración 2

Normalmente usado en Televisión Nacional. Cálculo del retorno en base a la aplicación del coste GRP determinado por la cadena. Este tipo de retorno si esta vinculado directamente a las audiencias que el programa tiene en el momento de la emisión. Para poder obtener el retorno económico con este método es indispensable que la cadena certifique la reconstrucción de la campaña, para poder obtener así el retorno. Tener claro que es la audiencia exclusivamente del momento de emisión o programa del spot con presencia de la marca, no de la audiencia general de la cadena.

GRP: es un indicador del número total de impactos conseguidos por cada 100 personas del público objetivo a lo largo de un periodo de tiempo determinado.

La cadena es quien marca el coste unitario del Grp,s y se deberá de indicar este coste al realizar el calculo.

El GRP se basa en unidades de emisión de 20 segundos, si la duración es superior se multiplica por la proporción que se exceda. Si la duración es menor a 20 segundos el calculo se divide por la duración de emisión de la pieza.



El valor económico sería el importe de la emisión de los 8 segundos dentro del spot de 20 segundos al coste GRP.
 $600,00 \text{ €} / 20 \text{ seg.} = 30,00 \text{ €}$
 Retorno

$$8 \times 30 \text{ €} = 240,00 \text{ €}$$

El valor económico sería el importe del coste Grp, por los Grp,s obtenidos en esa franja de emisión.
 (supongamos que facilita 3,5grp,s)
 Retorno
 Coste Grp de 20 segundos $600,00 \text{ €} \times 3,5 = 2.100,00 \text{ €}$

Este retorno sería el de difusión del evento, **NO CORRESPONDE** a la presencia de Turismo de Tenerife como marca patrocinadora

Este retorno **SI CORRESPONDE** a la presencia de Turismo de Tenerife como marca patrocinadora

MEDICION Y UNIDADES DE MEDIDAS DE RETORNO

TELEVISION

Valoración 3

Normalmente usado en plataformas de Television como Movistar y recientemente Antena 3. Calculo del retorno en base a la aplicación del coste CPM determinado por la cadena. Este tipo de retorno si esta vinculado directamente a las audiencias que se obtienen en el momento de la emisión, ya que se paga por 1.000 usuarios que visualicen el spot. Para poder obtener el retorno economico con este método es indispensable que la cadena certifique la audiencia, para poder obtener así el retorno. En este caso se valora toda la pieza en franjas de 20 segundos contenga la marca Turismo de Tenerife 2, 5, 8 o mas segundos dentro de los 20 segundos básicos de coste.

La cadena es quien marca el coste unitario del CPM y se deberá de indicar este coste al realizar el calculo.

EJEMPLO

Spot de 20 segundos



Se valora todo el spot de 20seg. Indistintamente de que el periodo de presencia de la marca sea menor

Importe de emisión del spot de 20 segundos en movistar
CPM =35,00€

El valor económico sería el importe del coste CPM, por la audiencia obtenida.

(supongamos que facilita 120.000 individuos de usuarios)

Retorno

Coste CPM de 20 segundos $(35,00 \text{ €} \times 120.000) / 1000 = 4.200,00\text{€}$

Supongamos que el spot o pieza dura 35 segundos y el coste CPM de 20 segundos es 35,00 €

Se calcularía el CPM de esa duración

Es decir $35 / 20 = 1,75$

El coste CPM sería 61,25 €

Supongamos que el spot o pieza dura 15 segundos

Se calcularía el CPM de esa duración

Es decir $15 / 20 = 0,75$

El coste CPM sería 26,25 €

Estos importes es lo que usaría como coste de retorno multiplicado por los usuarios y dividido por 1.000 al ser CPM

En la duración de 35 segundos

$(61,25 \times 120.000) / 1000 = 7.350,00 \text{ €}$

En la duración de 15 segundos

$(26,25 \times 120.000) / 1000 = 3.150,00 \text{ €}$

Este retorno **SI CORRESPONDE** a la presencia de Turismo de Tenerife como marca patrocinadora

JUSTIFICANTES QUE DEBEN DE ACAMPAÑAR A LOS SOPORTES

MEDIOS OFF

- Para cualquier soporte grafico de producción de material como lonas, cartelería, merchandising, papelería, pantallas LED, etc. Se deberá de acompañar de **comprobante fotográfico** con presencia de la marca
- Para Prensa escrita. Se deberá de acompañar de **comprobante fotográfico** con presencia de la marca e indicando el precio de la tarifa oficial del soporte. Se podrá solicitar si fuera necesario el documento oficial de dichas tarifas.
- Para Radio. Se deberá de acompañar de **certificado de emisión de la cadena** e indicando el precio de la tarifa oficial del soporte. Se podrá solicitar si fuera necesario el documento oficial de dichas tarifas y el audio de la cuña.
- Para Television. Se deberá de acompañar de **certificado de emisión de la cadena y alguna imagen de unos de los frame** con presencia de la marca. Se indicara el precio de la tarifa oficial del soporte. Se podrá solicitar si fuera necesario el documento oficial de dichas tarifas.
- Para exteriores como vallas, mupis, banderolas etc. Se deberá de acompañar de **comprobante fotográfico** con presencia de la marca e indicando el precio de la tarifa oficial del soporte así como indicar la dirección o la zona de enclave del soporte. Se podrá solicitar si fuera necesario el documento oficial de dichas tarifas.
- Para Autobuses, tranvía, taxis o vehículos. Se deberá de acompañar de **comprobante fotográfico** con presencia de la marca e indicando el precio de la tarifa oficial del soporte. Se podrá solicitar si fuera necesario el documento oficial de dichas tarifas.
- Para cualquier otro soporte se deberá acompañar de **justificante fotográfico** con presencia de la marca e indicando el precio de la tarifa oficial o de mercado sino lo hubiera del soporte.
- SI SE GESTIONARA ALGUN PLAN DE MEDIOS PAGADO EN PRENSA, RADIO, TELEVISION, O EXTERIOR (VALLAS, MUPIS BUSES,ETC) SE DEBERA JUSTIFICAR DE LA MISMA FORMA.

MEDICION Y UNIDADES DE MEDIDAS DE RETORNO

Turismo de Tenerife, establece las bases sobre las que se consideran validos los retornos económicos publicitarios generados. Recordando que solo serán validos aquellos retornos que contengan la presencia de la marca Turismo de Tenerife.

MEDIOS ON

PRENSA DIGITAL

La valoración económica de este medio se realizara en base a las tarifas oficiales del coste de insertar publicidad en este medio en base a CPM (coste por mil impresiones),CPA/E (coste por engagement o interacción) o CPV (coste por visualización) , el retorno dependerá del numero de impresiones , interacciones o visualizaciones que se puedan certificar. El informe ROI se basa en costes económicos en base a las Tarifas oficiales del medio diferenciando dos formas de retorno.

Por la contratación directa de una compra programática en estos periódicos digitales. Se define el formato el precio y el numero de impresiones contratadas que deberá certificarse con el propio medio (certificado de impresiones).

La presencia de la marca debe de identificarse de forma clara con un diseño en donde la marca sea visible sin tener que buscarla detenidamente.

Puede compartirse con otras marcas , pero si el total de marcas presente es igual o superior a 5 incluida la marca Tenerife se valorara solo el 50% del retorno que se obtenga.

El segundo retorno que se puede obtener de este medio es por la presencia de noticias, crónicas reportajes , fotografías dentro del periódico digital de forma orgánica, en este caso y como no se puede certificar en principio el número de impresiones por el medio, se usaran diferentes herramientas que existen en el mercado (similar web, mustan, website.com ,etc..).

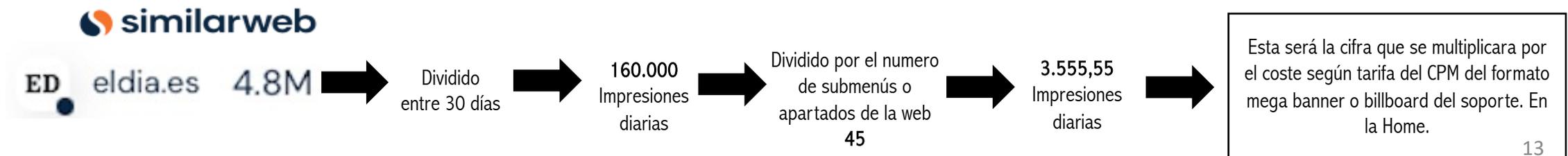
Estas herramientas dan el volumen de impresiones por mes y se deberán de hacer las operaciones matemáticas oportunas para calcular el retorno. Una forma sencilla y aceptada por Turismo de Tenerife para realizar este calculo es buscar el digital a estudio en cualquiera de las herramientas de medición anteriormente citadas. Una vez obtenida la cifra de trafico o impresiones del mes donde se realizo el evento, obtener el dato diario (dividir entre 30 días) y esa cifra dividirla por tantos submenús o apartados que contenga el digital.

Esa será la cifra que servirá de guía para multiplicar por el CPM oficial del soporte y por tantas noticias como el soporte presente del evento o acción con presencia de la marca.

Ejemplo

Tomemos el periódico digital www.eldia.es.

Según la herramienta Similar web tuvo en el mes de evento realizado 4.800.000 millones de impresiones



MEDICION Y UNIDADES DE MEDIDAS DE RETORNO

MEDIOS ON

PRENSA DIGITAL

Ejemplo



Logotipo



No hay presencia de la marca

MEGABANNER	35 €	18 €
ROBAPÁGINAS	35 €	18 €
ROBAPÁGINAS DOBLE	40 €	20 €
BILLBOARD	40 €	20 €
VIDEO EN NOTICIAS	25 €	25 €
VIDEO PREROLL	50 €	50 €

4.800.000 millones de visitas en 1 mes
 160.000 en un día. El soporte tiene 38 submenús
 La crónica tuvo una media de 3.556 impresiones
 $(3.556 \times 40,00 \text{ €}) / 1000 = 142,24\text{€}$

Este retorno **SI CORRESPONDE** a la presencia de Turismo de Tenerife como marca patrocinadora

Si la presencia de la marca Turismo de Tenerife, fuera exclusivamente la referencia escrita de. "..... patrocinado por Turismo de Tenerife" sin ninguna referencia mas a la marca.

Solo se podrá tomar como retorno el 15% del valor.

En nuestro ejemplo seria de los 142,24 € el 15% 21,33 €.

VIDEO ONLINE (YOUTUBE /PLATAFORMAS DE VIDEO)

La valoración económica del video digital en YouTube se realizara en base a las visualizaciones que se muestran en la descripción del mismo. En este soporte con que exista presencia clara de la marca Turismo de Tenerife sin determinar la duración de la misma se contabilizara para considerarlo retorno economico.

Si nos referimos a videos de YouTube sin participar como canal de streaming o suscripción, normalmente de desarrollo orgánico (sin pagar). Al no existir una tarifa exacta y especifica para cada evento o video subido, se tomara el valor general que en España que se ha consensuado como precio básico y que en este año 2023-2024 se establece entre 0,05€ – 0,10€ por visualización.

MEDICION Y UNIDADES DE MEDIDAS DE RETORNO

MEDIOS ON

VIDEO ONLINE (YOUTUBE /PLATAFORMAS DE VIDEO)

Cuando nos referimos a suscripciones o a streaming de emisión de video el proceso será el mismo pero certificado por la empresa que realiza el streaming , con el coste correspondiente a sus tarifas . Además deberá ser condición principal que aparezca de forma notable y con cierta continuidad la marca del patrocinador , sin la presencia del este no podrá incorporarse al informe económico de retorno.

Cuando exista un valor economico de puja (promoción por compra) por la visualización de videos se tomara este valor como la tarifa oficial a usarse e cualquier canal

Ejemplo



40.942 visualizaciones 25 sept 2023
 Importante victoria del CD Tenerife que consiguió su
 Hypermotion 2023/2024

<https://youtu.be/O9Nbr8CSp8w?si=2TDUC7FAblf9LL94>

Coste CPV 0,10 €
 40.942 visualizaciones
 $0,10 \times 40.942 = 4.094,20€$

Este retorno **SI CORREPONDE** a la presencia de Turismo de Tenerife como marca patrocinadora

REDES SOCIALES (FACEBOOK, INSTAGRAM, X, TIK TOK, OTROS)

La valoración económica de las redes sociales se realizaran en base a impresiones , interacciones y visualizaciones que se obtengan , siempre y cuando la marca este presente en los post publicados. Cuando las redes estén auditadas por Blinkfire , solo con el informe de auditoria de redes ,la inclusión de este informe resumido seria correcto así como un numero de 8-10 post que muestre la presencia de la marca.

Si las redes no están auditadas por esta herramienta o similar , entonces se necesita adjuntar la información que facilita el panel de Meta de la propia red

MEDICION Y UNIDADES DE MEDIDAS DE RETORNO

MEDIOS ON

REDES SOCIALES (FACEBOOK, INSTAGRAM, X, TIK TOK, OTROS)

La valoración económica se produce por la cuantía que se genera de aplicar a los diferentes post que contienen un número de impresiones, interacciones o visualizaciones y el coste correspondiente del CPM (coste por 1000 impresiones), CPE/A (coste por interacciones o engagement), o CPV (coste por visualizaciones). Cuando se hace una promoción de un post, es decir se paga por incrementar cualquiera de estos valores a parte del obtenido de forma orgánica, el valor a aplicar, será el que marque el valor de la puja.

Normalmente las redes se dejan que funcionen de forma orgánica (sin pagar), por lo que no hay un valor de puja definido y se aplicará el valor medio estándar que marca en el año las redes sociales. En este caso, para la red Facebook el CPM está en 6,5 – 7,2 €, el CPE/A está en 0,70-0,80 € y el CPV está en 0,10 – 0,25. Para Instagram el valor medio de CPM está en 6 – 6,8 €, el CPE/A está en 0,75-0,85 € y el CPV está en 0,10 -0,20. Para Twitter o X el CPM está en 3 -3,80 €, el CPE/A 0,60-0,70€. Para Tik Tok el CPM está en 0,40 -1 €, el CPE/A 0,05-0,10€.

Las pinzas de precio varían por varios factores que van desde la época del año, el tipo de evento y la saturación de eventos simultáneos en una misma área en fechas entre otros.

Los periodos de medición de todas estas métricas suelen venir indicados por el promotor. Su inicio deberá de ser cuando se realice la primera publicación con presencia de la marca del evento o acción y hasta 5 días después que este evento o acción finalice.

Si el post o video que se publique contiene más de 5 marcas incluyendo Tenerife se aplicará como retorno el 50 % del valor total que se obtenga, si contiene entre 5-8 se aplicará el 25%, si supera las 8 marcas no se incluirá en el retorno

Ejemplo



Meta Business Suite



A través del panel de la herramienta Meta Business Suite incluida en todos los perfiles de Facebook se puede acceder a toda la métrica de las redes sociales. Métrica que deberá adjuntarse para justificar el retorno económico que se origine.

MEDICION Y UNIDADES DE MEDIDAS DE RETORNO

MEDIOS ON

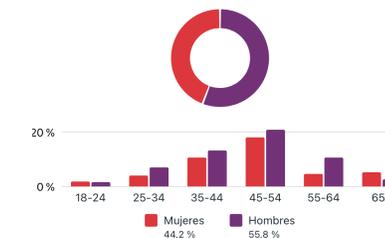
REDES SOCIALES (FACEBOOK, INSTAGRAM, X, TIK TOK, OTROS)

Este panel junto con otros del que indicamos pantallazo ejemplo, deberá de incluirse conjuntamente con el post publicado para poder justificar el retorno originado.

Ejemplo	Tipo	Fecha de publicación	Impresiones del anuncio	Alcance	Me gusta y reacciones
¡Tenemos una ganadora @juliagr... itftennisgrancanaria	Promocionar publicación	Publicac domingo, 13 de ag...	713 Cuentas del Centro d...	69 Me gusta	
¡Tenemos una ganadora @juliagr... itftennisgrancanaria	Promocionar publicación	Publicac domingo, 13 de ag...	455 Cuentas del Centro d...	40 Me gusta	
@juliagraber_ MATCH POINT 🏆🎾 P... canariastennis	Promocionar reel	Publicac sábado, 12 de ago...	548 Cuentas del Centro d...	26 Me gusta	
@juliagraber_ MATCH POINT 🏆🎾 P... canariastennis	Promocionar reel	Publicac sábado, 12 de ago...	547 Cuentas del Centro d...	34 Me gusta	
Mañana nos vemos para una fin... itftennisgrancanaria	Promocionar publicación	Publicac sábado, 12 de ago...	948 Cuentas del Centro d...	48 Me gusta	
DOUBLES CHAMPIONS 🏆🎾 ... Canarias Tennis	Promocionar publicación	Publicac sábado, 12 de ago...	196 Cuentas del Centro d...	3 Reacciones	
DOUBLES CHAMPIONS 🏆🎾 ... canariastennis	Promocionar publicación	Publicac sábado, 12 de ago...	202 Cuentas del Centro d...	9 Me gusta	
¡Felicidades @annabondar97 y ... itftennisgrancanaria	Promocionar publicación	Publicac sábado, 12 de ago...	889 Cuentas del Centro d...	74 Me gusta	
¡Guaaaau! ¡La final que nos espera! 🏆 ... itftennisgrancanaria	Promocionar reel	Publicac sábado, 12 de ago...	373 Cuentas del Centro d...	17 Me gusta	

Seguidores en Facebook 523

Edad y sexo

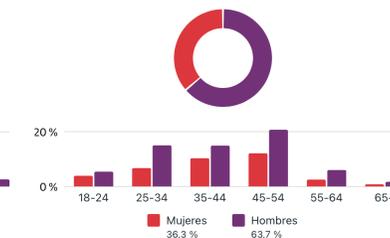


Países principales



Seguidores de Instagram 869

Edad y sexo



Países principales



MEDICION Y UNIDADES DE MEDIDAS DE RETORNO

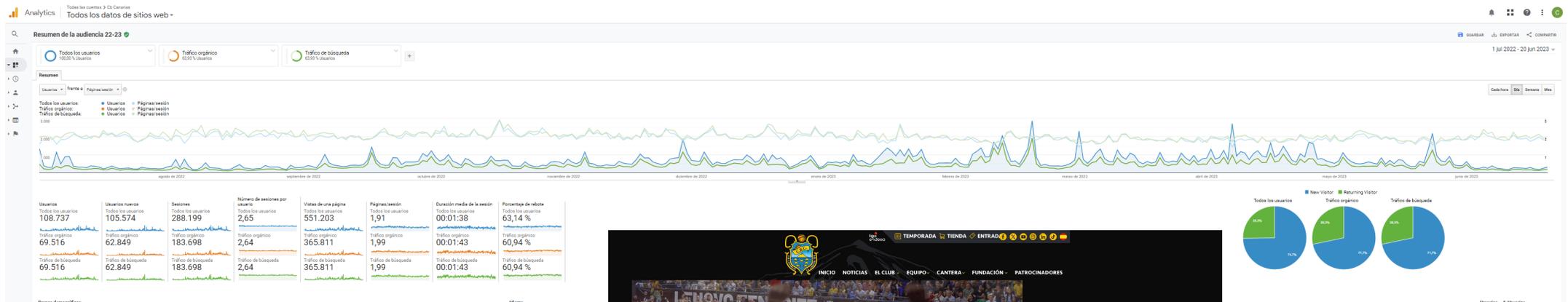
MEDIOS ON

PAGINA WEB

La valoración económica se produce por la cuantía que se genera de aplicar el coste CPM que estime la pagina del promotor dentro del mercado y las impresiones originadas desde la publicación del evento en la misma y la presencia de la marca de Tenerife en ella.

Para su aceptación deberá ir acompañada de las métricas de Google Analytics de dicha pagina y un comprobante fotográfico de la misma.

Ejemplo



MEDICION Y UNIDADES DE MEDIDAS DE RETORNO

MEDIOS ON

INFLUENCER

La valoración económica se produce siempre y cuando exista una presencia clara de la marca Turismo de Tenerife con el Influencers, o bien por presencia grafica de la marca o bien por contenido de audio o video que identifique o hable de Tenerife. Se cuantificara las interacciones o impresiones si las facilita que el post en las redes del Influencers generen.

Ejemplo



En este post se nombra Tenerife una única vez sin mas referencia Por lo que se podría considerar solo un 5% del retorno que originara.

En este post aparece tapado el logo de la Marca Tenerife , sin poder identificarse . Si este se pudiera identificar o visionar de forma adecuada contaría el retorno economico al 100%

JUSTIFICANTES QUE DEBEN DE ACAMPAÑAR A LOS SOPORTES

MEDIOS ON

- Para cualquier soporte ON. Se deberá de acompañar de **comprobante fotográfico** con presencia de la marca
- Para Prensa Digital. Se deberá de acompañar **de listado de los link de prensa**, deberá de estar **presente la marca Turismo de Tenerife**. Deberá de indicarse el **valor de trafico o impresiones de la cabecera o portal de prensa mensual** (similar web , Mustang, u otra herramienta de medición digital), **así como la cifra diaria** tras dividirla entre los submenús y pestañas del soporte y el CPM oficial de la tarifa del medio.
Para campañas compradas se adjuntara el certificado de emisión del medio de la campaña.
- Para RRSS. Se deberá de acompañar de **la métrica del panel de meta** (desglosado tal como se indica en la guía) deberá de estar **presente la marca Turismo de Tenerife**. . Se aplicara los costes indicados en este documento si el retorno se origina de forma orgánica. Si es pagada se indicara el coste de puja alcanzado.
Cuando las RRSS se auditen con Blinkfire , se adjuntara el informe de auditoria que genera esta herramienta con sus datos mas relevantes y muestra de un mínimo de 10 post de cada red social..
- Para Videos Online. Se deberá de acompañar **de listado de los link de videos**, deberá de estar **presente la marca Turismo de Tenerife**. Se aplicara los costes indicados en este documento si el retorno se origina de forma orgánica. Si es pagada se indicara el coste de puja alcanzado. Para streaming se adjuntara algún tipo de certificados del canal o productora encargada de la realización del mismo que confirme las visualizaciones y su coste.
- Para Pagina web. Se acompañara de los datos de **métrica de Google Analytics y justificante fotográfico** de la presencia de la marca Turismo de Tenerife en la pagina web.
- Influencers: Se deberá de acompañar de **comprobante fotográfico y el número de interacciones o impresiones** generadas. Solo era valido si contine alguna presencia de la marca Turismo de Tenerife ya sea de forma , grafica , textual o audiovisual.
- Cualquier otro formato publicitario. Soporte o medio o acción que no este recogido en esta guía deberá de justificarse como mínimo de forma **fotográficamente** y siempre con la presencia de la marca Turismo de Tenerife.

