



En Santa Cruz de Tenerife, a 20 de julio de 2018

ASUNTO: INFORME DE VALORACIÓN DE LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE GESTIÓN DE REDES SOCIALES, MARKETING DIGITAL Y SERVICIOS COMMUNITY MANAGER PARA AUDITORIO DE TENERIFE

En relación a la contratación del servicio de GESTIÓN DE REDES SOCIALES, MARKETING DIGITAL Y SERVICIOS COMMUNITY MANAGER PARA AUDITORIO DE TENERIFE, se informa lo siguiente:

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

- **MEMORANDUM MULTIMEDIA S.L.**
- **INNOVÁTICA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO S.L.U.**
- **DAR2 MEDIA CANARIAS S.L.**
- **METRÓPOLIS COMUNICACIÓN S.L.**
- **SKYLINE FILMS S.L.**
- **VICTORIA PAOLA BONILLA MARTÍN**
- **CONTACTEL TELESERVICIOS S.A.**
- **COONIC (CONMUNICA MEDATRADER S.L.U)**
- **MOIO ESTUDIO S.L.**
- **ELIOESTUDIO COMUNICACIÓN**
- **SISTEMAS INFORMÁTICOS DE NEGOCIO S.L.**
- **EUROSTAR MEDIAGROUP S.L.**
- **JFT COMUNICACIÓN**

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:

Criterios NO evaluables mediante fórmulas o parámetros objetivos	Puntos
	25
Proyecto técnico	25

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.

Determinación y valoración de los criterios cualitativos NO evaluables mediante fórmulas o parámetros objetivos:

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. Estos criterios no guardan una mera relación con el objeto, sino que están directamente vinculados a él

PROYECTO TÉCNICO

A la hora de valorar el proyecto técnico la Unidad Técnica ha tenido en cuenta las herramientas de escucha propuestas y sus planes de trabajo. En cuanto a los planes de trabajo, la mayoría de empresas presentan una propuesta muy genérica, sin demasiado desarrollo y detalle del mismo, debido a que es necesario un análisis pormenorizado de la situación en la que se encuentran las redes sociales que administra Auditorio de Tenerife, para determinar las posibles mejoras, soluciones a posibles problemas, así como determinar un procedimiento ajustado a las necesidades concretas del Auditorio de Tenerife y sus proyectos, que deberá concretarse una vez se halla adjudicado el contrato con la empresa que finalmente se haya seleccionado.

Destacan a nivel particular en cada caso lo siguiente:

1. MEMORANDUM MULTIMEDIA S.L.

Herramientas de escucha. Proponen Google Alert
Plan de trabajo. Un plan que a nivel general cumple las expectativas, aunque falta desarrollar en detalle un procedimiento concreto ajustado a las necesidades del Auditorio.

En líneas generales se ha valorado positivamente la ejecución de una auditoría previa para analizar el estado de las RRSS.

Cabe señalar que dentro de los perfiles que seguirían han excluido el de Instagram o por lo menos no lo mencionan en la propuesta.

Añaden un premio que han recibido por desarrollo de este tipo de actividad
No aportan ejemplos de trabajos similares o su plantilla de clientes.

Sede en Barcelona

2. INNOVÁTICA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO S.L.U.

Herramientas de escucha. Proponen una gestión mixta donde se usaría como herramienta principal Metricool, complementaria con Google Alert, How sociable y Social Mention

Plan de trabajo. Sigue un planteamiento general bueno, destacamos el hecho de plantear hacer un diagnóstico inicial, pero se especifica que estarán presentes en los principales eventos, pero no en todos. Por otra parte, plantean unas 20 publicaciones semanales en las principales redes, 10 en el caso de Instagram y dos vídeos diarios para YouTube.

Respuestas 24 horas – 365 días al año

Aportan listado de clientes con los que han desarrollado trabajos similares.

Sede en Tenerife

3. DAR2 MEDIA CANARIAS S.L.

Herramientas de escucha. Hootsuite, Google Alert y Agora Plus.

Plan de trabajo. A nivel general es un plan completo. Destacamos que proponen un calendario mensual y que se hace referencia al seguimiento de tres perfiles, excluyendo en principio a Instagram de las tareas.

No aportan clientes o experiencia en este campo

Sede en Tenerife

4. METRÓPOLIS COMUNICACIÓN S.L.

Herramientas de escucha. Facebook Alert, Google Analytics, Tweetreach, Social Mention, Tweetdeck, Likealyzer, Socialbro, Tweet Binder y Twitter Counter.

Plan de trabajo. Un plan muy completo en general en el que destaca la propuesta de análisis inicial, envío de informes mensuales de evolución y estadísticas. Reuniones periódicas presenciales sin especificar temporalidad o plazos, calendario mensual y planificaciones semanales

Destaca las acciones de community frente a las de marketing digital



No presentan ejemplos de trabajos realizados relacionados con la materia o clientes para los que han trabajado
Sede en Tenerife

5. SKYLINE FILMS S.L.

Herramientas de escucha. Atribus, Social Mention, Google Analytics.
Plan de trabajo. En general es un plan muy completo en el que destacamos la realización de 2 vídeos artículos semanales, publicaciones diarias en todas las RRSS de Auditorio, creación y publicación de contenido propio 2 semanales, vídeo en directo y artículo corporativo semanal para la WEB.
Incluye estrategia de Marketing digital muy clara y completa
Aportan la mejora de difusión de todos los vídeos en la las RRSS del grupo Macaronesia que cuenta con 1.102.000 seguidores
No aportan clientes o experiencia en trabajos similares
Sede en Tenerife

6. VICTORIA PAOLA BONILLA MARTÍN

Herramientas de escucha. No determina ninguna
Plan de trabajo. Bastante completo y desarrollado, con actualizaciones semanales. Plantean reuniones semanales, producción de recursos propios
Proponen la mejora de un 15% de descuento en la publicidad que se haga a través de su canal COMUNICA 7
Destaca la inversión planteada en Marketing digital
Presentan experiencia en proyectos similares
Sede en Tenerife

7. CONTACTEL TELESERVICIOS S.A.

Herramientas de escucha. Twitter Alert, Google Alert, Boardreader, Audiense, Hootsuite
Plan de trabajo. En general un plan bastante desarrollado en el que destacamos que se plantea un seguimiento de trabajo con un horario fijo de 9 a 20.00 h, de lunes a domingo, con un tiempo estimado de respuesta de 30'.
Informe mensual y anual y gestión de las RRSS de Auditorio por proyectos, es decir, se hace un seguimiento parcial por redes según el proyecto, por lo que no se usan todos los perfiles para toda la programación
No se ajusta a las necesidades planeadas en el pliego
No aporta listado de trabajos similares o clientes
Sede en Tenerife

8. COONIC (COMUNICA MEDATRADER S.L.U)

Herramientas de escucha. Likealyzer, Twitonomy, Klout, IconoSquare/OnlyPult, Audiense Pro, Augure, Hootsuite Premium

Plan de trabajo. Se aporta un informe detallado de situación de las redes actuales del Auditorio, así como una comparativa con los competidores directos y espacios similares. En general es un plan muy completo que plantea revisiones semanales, en el destacamos el envío de informes diarios y trimestrales. Sin embargo, se apunta un horario de atención de lunes a viernes de 9.00 a 14.00 h y de 15.30 a 18.30, con servicio de guardia de 18.30 a 22.00 y fines de semana.

Respuesta a través de alertas y subida de contenidos siempre planificados con 1 semana de previsión.

Aporta clientes y relación de trabajos realizados

Sede en varias ciudades de la Península y Colombia

9. MOIO ESTUDIO S.L.

Herramientas de escucha. Social Metrix

Plan de trabajo. Sigue la línea general de un plan de trabajo genérico con desarrollo de la parte de marketing digital.

Sede Tenerife

10. ELIOESTUDIO COMUNICACIÓN

Herramientas de escucha. Todas las de Google, Social Mention, Topsy, Agora Pulse, Facebook Ads, Instagram Ads

Plan de trabajo. Desarrollado y muy completo, destacamos el envío de informes mensuales, gestión de todos los perfiles.

Mejora económica. Inversión superior en 3% a la solicitada (18%)

Sede en Sevilla

11. SISTEMAS INFORMÁTICOS DE NEGOCIO S.L.

Herramientas de escucha. Todas las disponibles incluyendo herramientas de desarrollo propio

Plan de trabajo detallado con seguimiento del estudio de manera semanal, en el que destaca la inclusión de influencers, identificación del foco, desarrollo de contenido propio sobre todo a nivel de ilustraciones y piezas de diseño, calendario editorial compartido mensual, desarrollo de un plan de publicidad para Facebook, Instagram y YouTube, envío de informes mensual, trimestral y anual.

Filosofía de “always on”- disponibilidad completa y accesibilidad permanente
Presentan varios reconocimientos que han recibido, así como una gran cartera de clientes y trabajos similares realizados.

Sede en Granada

12. EUROSTAR MEDIAGROUP S.L.

Herramientas de escucha: Google Analytics, Sproutsocial, Buzzsumo

Plan de trabajo. Propuesta muy desarrollada que plantea una auditoría previa, generación de contenidos propios, análisis e informes sin determinar temporalidad.

Destacan una mejora en el plan con mayor presión en YouTube, así como añadir post en inglés con segmentación a este tipo de público

Se valora positivamente el plan de inversión en marketing trimestral en Facebook, twitter e Instagram pero no en YouTube

No se especifica una planificación en las reuniones ni su periodicidad

Intervención telemática a distancia

No aporta ejemplos de otros trabajos o clientes

Sede en Madrid

13. JFT COMUNICACIÓN

Herramientas de escucha. Talkwalker, Hootsuite, Google Data Studio, Google Analytics.

Plan de trabajo. Se presenta un programa muy completo con reuniones previas que plantean una previsión de la actividad con tres semanas de antelación. Se plantea las consultas solo en horario laboral de la agencia, calendario quincenales y mensuales, informes mensuales. Se propone la realización de concursos digitales en la estrategia de marketing de redes. Uso de un documento FAC (preguntas frecuentes) para conseguir autonomía en las respuestas o consultas desde las redes del Auditorio.

Reuniones presenciales con la directora de cuenta

No ofrecen relación de trabajos o clientes

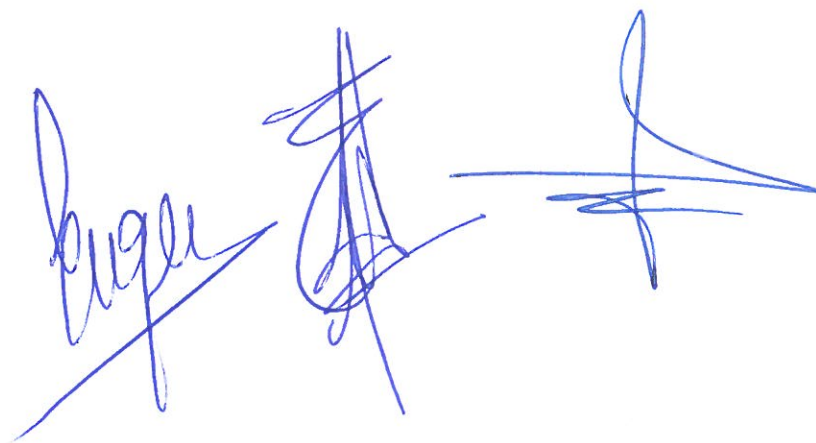
Sede en Tenerife

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

FALTA PUNTUAR A CADA UNA DE LAS EMPRESAS EN LA TABLA

EMPRESAS	PROYECTO TÉCNICO	PUNTUACIÓN
MEMORANDUM MULTIMEDIA S.L.	Herramientas- 1 Plan de trabajo- 3	4
INNOVÁTICA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO S.L.U.	Herramientas- 4 Plan de trabajo- 6	10
DAR2 MEDIA CANARIAS S.L.	Herramientas – 3 Plan de trabajo- 6	9
METRÓPOLIS COMUNICACIÓN S.L.	Herramientas – 8 Plan de trabajo- 4	12
SKYLINE FILMS S.L.	Herramientas – 4 Plan de trabajo- 8	12
VICTORIA PAOLA BONILLA MARTÍN	Herramientas – 0 Plan de trabajo- 6	6
Contactel teleservicios S.A	Herramientas – 5 Plan de trabajo- 1	6
COONIC (CONMUNICA MEDATRADER S.L.U)	Herramientas – 6 Plan de trabajo- 1	7
MOIO ESTUDIO S.L.	Herramientas – 1 Plan de trabajo- 6	7
ELIOESTUDIO COMUNICACIÓN	Herramientas – 6 Plan de trabajo- 7	13
SISTEMAS INFORMÁTICOS DE NEGOCIO S.L.	Herramientas – 8 Plan de trabajo- 5	13
EUROSTAR MEDIAGROUP S.L.	Herramientas – 3 Plan de trabajo- 6	9
JFT COMUNICACIÓN	Herramientas – 4 Plan de trabajo- 4	8

En conclusión, La Unidad Técnica designada para la valoración de las propuestas presentadas para la contratación de GESTIÓN DE REDES SOCIALES, MARKETING DIGITAL Y SERVICIOS COMMUNITY MANAGER PARA AUDITORIO DE TENERIFE, informa que, la oferta más adecuada a las necesidades de AUDITORIO en su conjunto es **la correspondiente a las entidades ELIO ESTUDIO COMUNICACIÓN Y SISTEMAS INFORMÁTICOS DE NEGOCIO** que obtienen la puntuación de 13 en la valoración realizada

Three handwritten signatures in blue ink, arranged horizontally. The first signature on the left is cursive and appears to read 'Luis'. The middle signature is more stylized and less legible. The signature on the right is also stylized and less legible.