

EXPTE. 24/CSERVABIE/61
ABF

ACTA MESA VALORACIÓN Y PROPUESTA

FECHA: 18/06/2024 y 19/06/2024

N/Ref.: 24/CSERVABIE/61

ASUNTO: VALORACIÓN CRITERIOS SUBJETIVOS Y APERTURA OFERTAS Y CRITERIOS DE VALORACIÓN MEDIANTE FÓRMULAS EN PROCEDIMIENTO PARA LA ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO DEL SERVICIO DE “COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE LAS REDES SOCIALES PROMOCIONALES DEL CONSORCIO MASPALOMAS GRAN CANARIA”, A ADJUDICAR POR PROCEDIMIENTO ABIERTO SIMPLIFICADO Y TRAMITACIÓN ORDINARIA

Siendo las 11,50 horas del 18/06/2024 en las dependencias del Consorcio se reúnen, Doña Tania Naya Orgeira, interventora y secretaria, Don Javier Auré Pérez, director del Área Técnica, Doña Gemma Casteleiro de Torres, Técnica de Administración Especial, Doña Anabel Batista Bonilla, administrativa y Doña Adriana del Busto Fiol, directora del Área Jurídica.

A continuación, por la presidenta, concurriendo el quórum necesario para la celebración del acto, se da comienzo a la sesión.

Por la secretaria se informa que, en cumplimiento de lo acordado por esta mesa, el 17/06/2024, por el Jefe del Servicio de Prensa y Comunicación del Ayuntamiento de Santa Lucía de Tirajana, que colabora con este Consorcio a estos solos efectos, se ha emitido informe del siguiente tenor literal:

“INFORME DE VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE JUICIO DE VALOR DE LAS OFERTAS PRESENTADAS EEN LA CONVOCATORIA PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE “COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE LAS REDES SOCIALES PROMOCIONALES DEL CONSORCIO MASPALOMAS GRAN CANARIA”. (Expete. 24/CSERVABI/61)

1.ANTECEDENTES

Con fecha 27/05/2024, se constituyó la mesa de contratación designada para asistir al órgano de contratación en la adjudicación del contrato de servicios de “COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE LAS REDES SOCIALES PROMOCIONALES DEL CONSORCIO MASPALOMAS GRAN CANARIA”.

Tras proceder a la apertura de los archivos electrónicos nº1, se admite a la licitación candidatas y se solicita del órgano de contratación autorización para recabar informe-valoración de las memorias técnicas presentadas por persona experta o





independiente, de conformidad con lo dispuesto en la cláusula 15 del pliego de cláusulas administrativas particulares, PCAP.

La Gerencia del Consorcio Maspalomas Gran Canaria, en ejercicio de facultades delegadas por la Presidencia y la Junta Rectora, con fecha 04/06/2024, dictó resolución n.º 2024-0089, del siguiente tenor literal:

PRIMERO. Solicitar del Ayuntamiento de Santa Lucía de Tirajana asistencia y colaboración para la emisión informe-valoración de las memorias técnicas en el procedimiento de contratación de referencia, autorizando a Don Juan Ramón García Luján, Jefe de Servicio de Prensa y Comunicación, para su realización, fuera de su jornada normal de trabajo, asumiendo el Consorcio las retribuciones por los servicios extraordinarios que se presten. SEGUNDO. Designar a Don Juan Ramón García Luján, periodista, Jefe de Servicio de Prensa y Comunicación del Ayuntamiento de Santa Lucía de Tirajana, para la emisión informe-valoración de las memorias técnicas presentadas en procedimiento de referencia, de acuerdo con lo previsto en el PCAP por el que se rige.

Que tras recibir la documentación relativa al expediente de referencia (...) las empresas admitidas son las siguientes:

- Gastucom, S.L.,(Tourimedia)
- Metrópolis Comunicación, S.L.
- Autoritas Consulting, S.A.
- Joba Tenerife Servicios, S.L. (Cidecan)
- Jorge Rodríguez Álamo (Dígito Comunicación)
- Sucursal Web, S.L.U.

De acuerdo con lo dispuesto en el expediente de contratación 24/CSERVABI/61 y por resolución de la Gerencia del Consorcio Maspalomas Gran Canaria se realiza el presente informe-valoración en relación a los CRITERIOS CUALITATIVOS EVALUABLES MEDIANTE JUICIO DE VALOR.

2. ASPECTOS QUE SE VALORAN DE CONFORMIDAD CON EL PCAP

2.1. Metodología a seguir para la prestación del servicio (TOTAL 16 PUNTOS):

Se valorará cómo proponen las licitadoras ejecutar el servicio, en concreto, en lo que respecta a los siguientes aspectos:

1. Elaboración y puesta en marcha del Plan Integral de Comunicación, Publicidad y Marketing (máximo 4 puntos).





2. Estrategia de comunicación y elaboración de contenidos para redes sociales (máximo 4 puntos).
3. Actuaciones a desarrollar para potenciar el crecimiento de audiencia en todos los canales (máximo 4 puntos).
4. Seguimiento diario (máximo 4 puntos)

2.2. Control de calidad (TOTAL 9 puntos): Se

valorará:

1. Las medidas a implantar por la contratista para garantizar que el personal adscrito a la ejecución del contrato cumple con sus obligaciones y que se realizan las tareas contratadas con la periodicidad y calidad adecuadas (máximo 5 puntos).
2. La propuesta de manual de crisis, con los protocolos establecidos para garantizar una respuesta óptima y eficaz ante las diferentes situaciones que puedan originarse durante la prestación del servicio, particularmente en caso de crisis de reputación del CMGC (máximo 4 puntos).

3. VALORACIÓN DE LAS MEMORIAS PRESENTADAS

3.1.TOURIMEDIA

En el apartado 'Elaboración y puesta en marcha del Plan Integral de Comunicación, Publicidad y Marketing', la empresa TOURIMEDIA NO presenta un Plan Integral de Comunicación, Publicidad y Marketing, tal y como recoge el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP).

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN INSUFICIENTE, 0 puntos.**

En el apartado 'Estrategia de comunicación y elaboración de contenidos para redes sociales' la propuesta de TOURIMEDIA se limita a enumerar de manera genérica las acciones en redes sociales, no desarrolla todos los aspectos a valorar en virtud del criterio de adjudicación.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN INSUFICIENTE, 0 puntos.**

En el apartado 'Actuaciones a desarrollar para potenciar el crecimiento de audiencia en todos los canales'. La propuesta de TOURIMEDIA no concreta actuaciones a desarrollar para potenciar el crecimiento de audiencia en todos los canales, ni desarrolla todos los aspectos a valorar en virtud del criterio de adjudicación.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN INSUFICIENTE, 0 puntos.**





En el apartado ‘Seguimiento diario’ la propuesta de TOURIMEDIA ofrece seguimiento de lunes a viernes de los canales. No desarrolla ni cumple los aspectos a valorar en virtud del criterio de adjudicación.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN INSUFICIENTE, 1 puntos.**

En relación a ‘Las medidas a implantar por la contratista para garantizar que el personal adscrito a la ejecución del contrato cumple con sus obligaciones y que se realizan las tareas contratadas con la periodicidad y calidad adecuadas’, no presenta propuesta de “Control de calidad”.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN INSUFICIENTE, 0 puntos.**

En el apartado ‘La propuesta de manual de crisis, con los protocolos establecidos para garantizar una respuesta óptima y eficaz ante las diferentes situaciones que puedan originarse durante la prestación del servicio, particularmente en caso de crisis de reputación del CMGC’. TOURIMEDIA no presenta propuesta de “manual de crisis”.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN INSUFICIENTE, 0 puntos.**

PUNTUACIÓN TOTAL: 1 PUNTO

3.2. METRÓPOLIS COMUNICACIÓN

En ‘Elaboración y puesta en marcha del Plan Integral de Comunicación, Publicidad y Marketing’ la empresa **METRÓPOLIS COMUNICACIÓN** propone, durante el primer mes, realizar una auditoría para conocer la situación de partida del CMGC en Comunicación y Social Media, cuyas conclusiones servirán de punto de partida para el diseño y la elaboración del Plan Integral de Comunicación, Publicidad y Marketing del Consorcio. Se propone “asignar equipo multidisciplinar de profesionales residentes y ampliamente conocedores de la isla y del municipio de Maspalomas que se encargarán de desarrollar e implementar la estrategia y el Plan Integral de Comunicación, Publicidad y Marketing del CMGC”. Desarrolla los aspectos a valorar de forma detallada y se adapta a las prestaciones a ejecutar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado **CLASIFICACIÓN BUENA, 4 puntos.**

En ‘Estrategia de comunicación y elaboración de contenidos para redes sociales’ METRÓPOLIS COMUNICACIÓN propone crear un equipo de Community Manager, redactores y generadores de contenidos para llevar adelante la estrategia de





comunicación y la elaboración de contenidos para redes sociales. Además, con periodicidad mensual, se hará “un calendario con las publicaciones previstas, con indicación de los canales a utilizar y los materiales de apoyo en cada caso” previamente consensuados y validados por responsable del CMGC. En la propuesta se concreta que “El documento con esta información será proporcionado durante la reunión mensual presencial de planificación y seguimiento con el equipo responsable del Consorcio”. La estrategia se apoyará con monitorización y clipping de medios, y los contenidos se adaptarán a cada red social. Se detalla el método para elaboración de contenidos y se aportan ejemplos de diseños de banners. La propuesta desarrolla todos los aspectos a valorar con un alto nivel de especificidad y detalle, y es congruente y está adaptada a las prestaciones a realizar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN EXCELENTE, 3 puntos.**

En ‘Actuaciones a desarrollar para potenciar el crecimiento de audiencia en todos los canales’ METRÓPOLIS COMUNICACIÓN propone un sistema de escucha activa para seguir las tendencias con las herramientas Graphext y Brand 24. También un canal de servicios para stakeholder. Se concretan acciones como crear Contenido de Calidad que permita publicar con consistencia y regularidad y que sirva a los objetivos de transparencia y difusión del consorcio, variedad de formatos (imágenes, videos, infografías, blogs, reels y stories), planificación específica para cada canal social, con un análisis de cada red social, lanzamiento de nuevos perfiles, si procede, optimización de publicaciones, etc. Notas de prensa, se propone 1 cada quince días. Actualización del blog al menos dos veces al mes. La propuesta desarrolla todos los aspectos a valorar con un alto nivel de especificidad y detalle, y es congruente y está adaptada a las prestaciones a realizar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN EXCELENTE, 4 puntos.**

En ‘Seguimiento diario’ METRÓPOLIS COMUNICACIÓN propone clipping de medios (concretando medios locales, periódicos, radios, televisiones y digitales), impactos del CMGC en medios y redes sociales, con informe mensual. Seguimiento diario de redes sociales con la herramienta Metricool. Actualización de la web incluyendo la sección de Transparencia. La propuesta desarrolla todos los aspectos a valorar con un alto nivel de especificidad y detalle, y es congruente y está adaptada a las prestaciones a realizar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN EXCELENTE, 4 puntos.**





En “Control de calidad”, en ‘Las medidas a implantar por la contratista para garantizar que el personal adscrito a la ejecución del contrato cumple con sus obligaciones y que se realizan las tareas contratadas con la periodicidad y calidad adecuadas’. METRÓPOLIS COMUNICACIÓN plantea un protocolo de revisión y prevención de incidencias, con revisiones internas del material de comunicación para garantizar que el contenido sea revisado y aprobado por más de una persona antes de su publicación, pruebas de usabilidad de la web/webs por parte del equipo de informática de la agencia, auditorías de contenido publicado en diferentes canales de comunicación para identificar áreas de mejora y garantizar la coherencia en el mensaje y la imagen de la marca, uso de herramientas de análisis web y de redes sociales para monitorear el rendimiento del contenido. Plantea un servicio 24x7, plazos de entrega estables y actualización permanente.

La propuesta desarrolla todos los aspectos a valorar con un alto nivel de especificidad y detalle, y es congruente y está adaptada a las prestaciones a realizar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN EXCELENTE, 5 puntos.**

En ‘La propuesta de manual de crisis, con los protocolos establecidos para garantizar una respuesta óptima y eficaz ante las diferentes situaciones que puedan originarse durante la prestación del servicio, particularmente en caso de crisis de reputación del CMGC’, METRÓPOLIS COMUNICACIÓN plantea tener un manual de crisis, con diferentes portavoces según la dimensión, y diferentes estrategias : reactiva, proactiva, accesible y estrategia de consistencia. El manual identificará quiénes formarán el comité de crisis, y tener redactados diferentes modelos de respuestas. En la propuesta se recogen diferentes crisis: de infraestructura, de gestión, medioambientales. Se realizará monitorización y análisis permanente de menciones, con seguimiento de redes y medios de comunicación en tiempo real, con escucha activa en las redes sociales.

La propuesta desarrolla todos los aspectos a valorar con un alto nivel de especificidad y detalle, y es congruente y está adaptada a las prestaciones a realizar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN EXCELENTE, 4 puntos.**

PUNTUACIÓN TOTAL: 24 PUNTOS.





3.3. AUTORITAS CONSULTING

En 'Elaboración y puesta en marcha del Plan Integral de Comunicación, Publicidad y Marketing' la empresa **AUTORITAS CONSULTING** propone una auditoría de la web del CMGC, un mapeo de contenidos, una comparativa competitiva con otras organizaciones, se buscará el público objetivo, la segmentación del público objetivo, se desarrollará una estrategia de creación y lanzamiento de cuentas de redes sociales con calendario inicial de contenido. Se elaborará el Plan Integral de Comunicación, Publicidad y Marketing en base a unos valores, singularidades, segmentos y territorios. La propuesta no está completamente adaptada a las prestaciones a ejecutar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN SUFICIENTE, 2 puntos.**

En 'Estrategia de comunicación y elaboración de contenidos para redes sociales'. La estrategia de elaboración de contenidos, por los temas, la valoración del mercado por sectores, y el calendario para redes sociales, se nota que está pensado exclusivamente para la promoción de un destino turístico. El planteamiento es excesivamente genérico y denota un desconocimiento de los objetivos planteados por el CMGC y los recogidos en el PCAP. Un ejemplo de lo que decimos puede verse en este planteamiento recogido en la propuesta de AUTORITAS CONSULTING: "Grabar y editar videos de eventos importantes de la Mancomunidad, como entregas de premios y actividades comunitarias, con un resumen y entrevistas a los participantes. • Retransmitir digitalmente uno de los eventos (nº X Según sobre objetivo)". La propuesta no desarrolla todos los aspectos a valorar en virtud del criterio de adjudicación, ni los concreta adecuadamente.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN INSUFICIENTE, 0 puntos.**

En 'Actuaciones a desarrollar para potenciar el crecimiento de audiencia de todos los canales', la empresa AUTORITAS CONSULTING plantea "Publicar un mínimo de X publicaciones mensuales (Según sobre objetivo) en cada red social". También plantea "Realizar una actualización semanal de contenido propio y al menos una historia en Instagram". También plantea "Grabar y editar videos de eventos importantes de la Mancomunidad, como entregas de premios y actividades comunitarias, con un resumen y entrevistas a los participantes. • Retransmitir digitalmente uno de los eventos (nº X Según sobre objetivo)". Ausencia de concreción respecto a contenidos, planteamientos de "newsletter" y escaso protagonismo a redes sociales. No





especifican la actualización diaria de contenidos. No desarrolla ni cumple los aspectos a valorar en virtud del criterio de adjudicación.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN INSUFICIENTE, 1 punto.**

En el apartado 'Seguimiento diario' Autoritas Consulting se limita a dar una relación de herramientas técnicas para el seguimiento de redes sociales y de los canales, pero desarrolla los aspectos a valorar de forma genérica o poco detallada.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN SUFICIENTE, 2 puntos.**

En el apartado "Control de calidad. Las medidas a implantar por la contratista para garantizar que el personal adscrito a la ejecución del contrato cumple con sus obligaciones y que se realizan las tareas contratadas con la periodicidad y calidad adecuadas", AUTORITAS CONSULTING propone una estructura de trabajo correcta, con reuniones on line y el uso de la herramienta kanboard, también el empleo de la IA para detectar errores, además de sesiones con lookestudio.

En el apartado 'Control de calidad' en 'Las medidas a implantar por la contratista para garantizar que el personal adscrito a la ejecución del contrato cumple con sus obligaciones y que se realizan las tareas contratadas con la periodicidad y calidad adecuadas', Autoritas Consulting desarrolla los aspectos a valorar de forma detallada y se adapta a las prestaciones a ejecutar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN BUENA, 3 puntos.**

En el apartado en 'La propuesta de manual de crisis, con los protocolos establecidos para garantizar una respuesta óptima y eficaz ante las diferentes situaciones que puedan originarse durante la prestación del servicio, particularmente en caso de crisis de reputación del CMGC', AUTORITAS CONSULTING no presenta.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN INSUFICIENTE, 0 puntos.**

PUNTUACIÓN TOTAL: 8 PUNTOS.

3.4. CIDECAN

En 'Elaboración y puesta en marcha del Plan Integral de Comunicación, Publicidad y Marketing' la empresa **CIDECAN** propone un análisis previo de la web y las redes sociales del CMGC. Para mejorarlas plantean metas concretas adaptadas a los objetivos del CMGC, acercando la marca, aumentando la comunidad digital, desde un enfoque que fomente la transparencia, la sostenibilidad y la participación ciudadana.





Se desarrollan los aspectos a valorar de forma detallada y se adapta a las prestaciones a ejecutar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN BUENA, 4 puntos.**

En el apartado 'Estrategia de comunicación y elaboración de contenidos para redes sociales', propone un planning de publicaciones diarias en todos los canales, información periódica de los proyectos del CMGC, plantean 3 buyers, cuatro ejes de comunicación: emocional, educativo, informativo y de conversión. La propuesta desarrolla todos los aspectos a valorar con un alto nivel de especificidad y detalle, y es congruente y está adaptada a las prestaciones a realizar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN EXCELENTE, 3 puntos.**

En 'Actuaciones a desarrollar para potenciar el crecimiento de audiencia en todos los canales' la empresa CIDECAN realiza propuestas concretas, diversas y acordes con los objetivos del concurso, aunque no especifica si el coste de las campañas que propone está vinculado al presupuesto del contrato. La propuesta desarrolla todos los aspectos a valorar con un alto nivel de especificidad y detalle, y es congruente y está adaptada a las prestaciones a realizar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN EXCELENTE, 4 puntos.**

En 'Seguimiento diario' CIDECAN propone monitorización y escucha activa diaria de las redes sociales (24/7) y herramientas como Meta Business Suite, X.com Analytics, Google My Business, Google Ads, LinkedIn Page Analytics, YouTube Studio, TikTok Insights. También se usará Cideinfo (Plataforma propia de gestión de datos), Welovroi y Google Analytics. La propuesta desarrolla todos los aspectos a valorar con un alto nivel de especificidad y detalle, y es congruente y está adaptada a las prestaciones a realizar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN EXCELENTE, 4 puntos.**

Control de Calidad

Propone un sistema de gestión de calidad muy detallado, con acciones concretas como checklist y criterios de control y evaluación y feedback del cliente y supervisores. La propuesta desarrolla todos los aspectos a valorar con un alto nivel de especificidad y detalle, y es congruente y está adaptada a las prestaciones a realizar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN EXCELENTE, 5 puntos.**





Manual de Crisis

Plantea definir una crisis de reputación de la marca CMGC y formar un equipo de gestión de crisis, identificando a los encargados de gestionarla. Se elabora un protocolo de actuación con evaluación inicial, comunicación interna y Comunicación externa. No pone ejemplos específicos. Desarrolla aspectos a valorar de forma detallada y se adapta a las prestaciones a ejecutar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN BUENA, 3 puntos.**

PUNTUACIÓN TOTAL: 23 PUNTOS.

3.5. DÍGITO COMUNICACIÓN

En 'Elaboración y puesta en marcha del Plan Integral de Comunicación, Publicidad y Marketing' la empresa **DÍGITO COMUNICACIÓN** propone una actualización de la web. Fomentar el compromiso con el público. Promover el desarrollo económico.

La propuesta ha entendido los objetivos y se alinea con los mismos en todo el círculo de la comunicación. Tiene en cuenta a turistas, visitantes, residentes, locales, medios de comunicación y organismos públicos.

La propuesta hace referencia a mensajes claves dirigidos al mensaje global del CMGC que persigue la sostenibilidad, la modernización, el crecimiento económico, iniciativas y eventos. La propuesta desarrolla todos los aspectos a valorar con un alto nivel de especificidad y detalle, y es congruente y está adaptada a las prestaciones a realizar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN EXCELENTE, 4 puntos.**

En el apartado "Estrategia de comunicación y elaboración de contenidos para redes sociales", proponen contenidos específicos adaptados a las diferentes redes sociales, con detalle de acciones propuestas. También especifica contenidos para el blog y la web del CMGC.

La planificación de contenidos incluye acciones en medios de comunicación y un calendario con herramientas como Slack y Microsoft TEams para mantener al equipo coordinado.





También proponer acciones con stakeholders. No especifican si las campañas de publicidad están vinculadas al presupuesto del concurso . Otras acciones son la escucha activa y monitoreo con Coosto y Hootsuit. Para el diseño cuenta con el uso de herramientas como : ILLUSTRATOR y FIGMA, y para la edición con PREMIER, FINAL CUT, DA VINCI.

Explicitan tipos de contenidos y proponen **la creación de un manual de estilo**, lo que supone una mejora muy interesante con respecto a las demás propuestas. En el manual se definirán el conjunto de reglas de diseño gráfico en un manual de la marca, que especifique cómo deben ser todas las publicaciones. El manual incluirá identidad visual, diseño gráfico, estilo de comunicación y normas de uso. Con guías sobre cómo aplicar la identidad visual y el estilo de comunicación en plataformas digitales, incluyendo redes sociales y sitio web. Así mismo su aplicación a medios impresos como folletos, carteles, y papelería corporativa. La propuesta desarrolla todos los aspectos a valorar con un alto nivel de especificidad y detalle, y es congruente y está adaptada a las prestaciones a realizar en virtud del contrato. También debe destacarse que esta propuesta al incluir la creación de un manual de estilo con un conjunto de reglas para tener en cuenta como manual de la marca, ha sabido cumplir el punto recogido en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP) donde se pide “asegurará la uniformidad de marca, respetando la aplicación correcta de la imagen corporativa”.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN EXCELENTE, 4 puntos.**

En el apartado ‘Actuaciones a desarrollar para potenciar el crecimiento de audiencia en todos los canales’ proponen estrategias específicas para cada plataforma, con ejemplos y diseños. Plantean la importancia de los post para informar, conectar con la audiencia, fomentar la participación e interactuar con ella. Para el crecimiento de la audiencia además del cuidado de los contenidos, proponen campañas de captación de audiencia mediante SEO, incentivando la participación en actividades del CMGC, también proponen la colaboración con influencers y figuras relevantes del sector turístico y local para ampliar el alcance de las publicaciones.

El proyecto contiene ejemplos concretos de diseños para Facebook, X, Threads, Instagram y you tube, donde se ven propuestas tanto de textos, como de imágenes, lemas, fotos, etc del CMGC. También realizan propuestas para el blog, sitio web y notas de prensa. La propuesta desarrolla todos los aspectos a valorar con un alto nivel de especificidad y detalle, y es congruente y está adaptada a las prestaciones a realizar en virtud del contrato.





Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN EXCELENTE, 4 puntos.**

En 'Seguimiento diario' plantean monitorización continua con herramientas como Coosto para la generación de reportes detallados y planes de contingencia para abordar cualquier desviación de los objetivos. También análisis de las métricas claves: alcance, impresiones, engagement, tasa de conversión, o crecimiento de seguidores en las distintas plataformas de redes sociales. La propuesta desarrolla todos los aspectos a valorar con un alto nivel de especificidad y detalle, y es congruente y está adaptada a las prestaciones a realizar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN EXCELENTE, 4 puntos.**

En 'Las medidas a implantar por el contratista para garantizar que el personal adscrito a la ejecución del contrato cumple con su obligación y que se realizan tareas contratadas con la periodicidad adecuada' recoge definición de roles y responsabilidades. También auditorías internas semanales y mensuales. Revisión semanales y gestión de proyectos con la herramienta trello. Plantean revisiones semanales del trabajo realizado por cada miembro del equipo, revisión de las publicaciones en redes sociales del Community Manager, auditorías internas mensuales, revisión detallada de los informes de desempeño de las campañas de marketing, programas de capacitación continua para el personal, el equipo participará en talleres trimestrales sobre las nuevas tendencias en marketing digital y redes sociales, uso de herramientas y tecnologías de gestión de proyectos como Trello, cada proyecto tendrá tareas individuales con fechas límite y asignaciones claras, uso de plataformas de analítica como Coosto para ajustar las estrategias para maximizar el impacto de nuestras campañas. La propuesta desarrolla todos los aspectos a valorar con un alto nivel de especificidad y detalle, y es congruente y está adaptada a las prestaciones a realizar en virtud del contrato.

Valoración de Dígito Comunicación en 'Las medidas a implantar por el contratista para garantizar que el personal adscrito a la ejecución del contrato cumple con su obligación y que se realizan tareas contratadas con la periodicidad adecuadas'.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN EXCELENTE, 5 puntos.**

En "La propuesta de manual de crisis, con los protocolos establecidos para garantizar una respuesta óptima y eficaz ante las diferentes situaciones que puedan originarse durante la prestación del servicio, particularmente en el caso de crisis de reputación del CMGC" presenta un manual completo y detallado, identificando y añadiendo ejemplos. Establece





protocolo para los miembros del comité de crisis, con la definición de portavoz oficial y de los canales de comunicación (sitio web y redes oficiales).

Pone diferentes ejemplos de crisis de reputación del CMGC, y las respuestas que habría que dar. También sesiones periódicas de formación para actuar en casos de crisis. La propuesta desarrolla todos los aspectos a valorar con un alto nivel de especificidad y detalle, y es congruente y está adaptada a las prestaciones a realizar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado, **EXCELENTE, 4 puntos.**

PUNTUACIÓN TOTAL: 25 PUNTOS.

3.6. SUCURSAL WEB

En 'Elaboración y puesta en marcha del Plan Integral de Comunicación, Publicidad y Marketing' la empresa **SUCURSAL WEB** se plantea objetivos a corto, medio y largo plazo. La propuesta parte de un error de base, porque se plantea los objetivos centrándose en "el destino Maspalomas Costa Canarias", cuando el objeto del contrato recogido en el PCAP es "desarrollar e implementar la estrategia y el Plan Integral de Comunicación, Publicidad y Marketing del Consorcio, que permita el desarrollo de la marca Consorcio Maspalomas Gran Canaria en los diferentes canales".

Plantea la instalación de herramientas de analítica web y social media, análisis de stakeholder, benchmarking y restyling, aunque se cuenta de forma genérica, sin ejemplos concretos. La propuesta no desarrolla todos los aspectos a valorar en virtud del criterio de adjudicación porque parte de un objetivo que no está vinculado a los objetivos planteados en el PCAP que señala claramente que se plantea impulsar de forma específica los perfiles propios del Consorcio en las redes sociales, dinamizando principalmente contenidos relacionados con su conocimiento, los servicios y proyectos que desarrolla y posicionamiento conjunto de actuaciones en San Bartolomé de Tirajana, para la modernización y renovación turística.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN SUFICIENTE, 2 puntos.**

En 'Estrategia de comunicación y elaboración de contenidos para redes sociales' se reitera el error de plantearse el objetivo de "fortalecer la presencia digital del destino Maspalomas Costa Canaria", cuando en el PCAP se recoge claramente que el objetivo





central es “el desarrollo de la marca Consorcio Maspalomas Gran Canaria en los diferentes canales”.

Plantea publicación en redes sociales con diferente periodicidad, según formato (textos, vídeos, gráficos, etc). Se basa en propuestas genéricas, carece de ejemplo de contenidos y de concreción de las herramientas técnicas a utilizar. . La propuesta no desarrolla todos los aspectos a valorar en virtud del criterio de adjudicación porque parte de un objetivo que no está vinculado a los objetivos planteados en el PCAP que señala claramente que se plantea impulsar de forma específica los perfiles propios del Consorcio en las redes sociales, dinamizando principalmente contenidos relacionados con su conocimiento, los servicios y proyectos que desarrolla y posicionamiento conjunto de actuaciones en San Bartolomé de Tirajana, para la modernización y renovación turística.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN SUFICIENTE, 2 puntos.**

En ‘Actuaciones a desarrollar para potenciar el crecimiento de audiencia en todos los canales’ . Se realiza una enumeración de medidas sin ejemplos concretos. Se reitera el error de tener como objetivo “aumentar visibilidad del destino Maspalomas Costa Canaria”. No se incluye en la estrategia de comunicación la web, el blog y la red social de microblogging threads. . La propuesta no desarrolla todos los aspectos a valorar en virtud del criterio de adjudicación porque parte de un objetivo que no está vinculado a los objetivos planteados en el PCAP.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN INSUFICIENTE, 1 punto.**

En “Seguimiento diario” Se concretan herramientas de gestión Metricool, Google Analytics, y Facebook Insights. Se plantean reuniones diarias y semanales y se define el equipo de recursos humanos para redes, con revisiones diarias de las publicaciones y análisis con métricas claves. Se desarrollan los aspectos a valorar con un alto nivel de especificidad y detalle, y la propuesta está adaptada a las prestaciones a realizar en virtud del contrato.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN EXCELENTE, 4 puntos.**

En ‘las medidas a implantar por la contratista para garantizar que el personal adscrito a la ejecución del contrato cumple con sus obligaciones y que se realizan las tareas contratadas con la periodicidad y calidad adecuadas. Basa el control de calidad en la figura de “supervisores” y en la “evaluación del desempeño” con la definición de indicadores claves de desempeño (KPIs). Revisión semanal del desempeño y de forma más profunda con periodicidad mensual. Alusión a formación del personal, pero sin





concretar periodicidad ni contenidos de la formación en la línea de actualizar conocimientos en cambios de tendencias, nuevas redes, etc.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN BUENA, 3 puntos.**

En “La propuesta de manual de crisis, con los protocolos establecidos para garantizar una respuesta óptima y eficaz ante las diferentes situaciones que puedan originarse durante la prestación del servicio, particularmente en caso de crisis de reputación del CMGC”. Define los diferentes tipos de crisis. Plantea la elaboración de un manual de crisis con sus objetivos. La creación de un equipo, la definición de roles como portavoz y de canales para afrontar la crisis. El desarrollo de mensajes claves y evaluación post crisis. Muy completo.

Por tanto, en este apartado, **CLASIFICACIÓN EXCELENTE, 4 puntos.**

PUNTUACIÓN TOTAL: 25 PUNTOS.

En consecuencia con el análisis y valoración las valoraciones otorgadas a las distintas candidatas respecto de los criterios cualitativos evaluables mediante juicio de valor, es la que consta en el siguiente cuadro.

CUADRO RESUMEN VALORACIÓN PUNTUACIONES													
CRITERIOS CUALITATIVOS EVALUABLES MEDIANTE JUICIO DE VALOR													
CRITERIO/LICITADORAS	METODOLO								CONTROL DE CALIDAD				PUNTO
	ELABORACIÓN PUNTOS -		ESTRATEGIA PUNTOS -		ACTUACIONES PUNTOS -		SEGUIMIENTO PUNTOS -		MEDIDAS PUNTOS		M. ANTICRISIS PUNTOS		
GASTUCOM, S.L.(TOURMEDIA)	0	I	0	I	0	I	1	I	0	I	0	I	1
METROPOLIS COMUNICACIÓN, S.L.	4	E	3	E	4	E	4	E	5	E	4	B	24
AUTORITAS CONSULTING, S.A.	2	S	0	I	1	I	2	S	3	B	0	I	8
JOBA TENERIFE SERVICIOS, S.L. (CIDECAN)	4	B	3	E	4	E	4	E	5	E	3	E	23
JORGE RODRÍGUEZ ÁLAMPO COMUNICACIÓN (DIGITO)	4	E	4	E	4	E	4	E	5	E	4	E	25
SUCURSAL WEB, S.L.U.	2	S	2	S	1	I	4	E	3	B	4	E	16





I=
INSUFICI
ENTE
S=SUFICI
ENTE
B=BUENA
E=EXCEL
ENTE

Es cuanto me cumple informar, en Santa Lucía de Tirajana, en la fecha indicada en la firma electrónica.”

Tras analizar pormenorizadamente el informe, la mesa estima que el informe se ha emitido cumpliendo con lo determinado en los pliegos y hace suya la valoración. En consecuencia, asigna las puntuaciones a cada una de las candidatas las puntuaciones que figuran en la columna derecha del cuadro final del informe transcrito.

No obstante, advertido el error material padecido en el cuerpo del informe cuando en relación con la entidad Sucursal Web, S.L.U., se dice que la “**PUNTUACIÓN TOTAL: 25 PUNTOS**”, cuando del texto del informe se desprende que la puntuación total de esta entidad es de 16 puntos, tal como consta en el cuadro, se interesa del técnico informante la emisión de nuevo informe.

A continuación, se procede a la apertura de los archivos electrónicos 2, con el siguiente resultado:

LICITADORAS	PUNTOS criterios cualitativos evaluables cifras o fórmulas					PUNTOS	OFERTA ECONOMICA ANEXOIII
	IDIOMAS	Nº PUBLIC DIARIAS	OTRAS REDES	ACTUALIZACIÓN BLOG	DISPONIB. EVENTOS		
AUTORITAS CONSULTING SA	SI	SI	SI	SI	SI	40	55.640,00 €
GASTUCOM S.L.	SI	SI	SI	SI	SI	40	55.250,00 €
JOBA TENERIFE SERVICIOS S.L.	SI	SI	SI	SI	SI	40	55.000,00 €
JORGE RODRIGUEZ ALAMO	SI	SI	SI	SI	SI	40	54.900,00 €
METROPOLIS COMUNICACIÓN, S.L.	SI	SI	SI	SI	SI	40	55.250,00 €
SUCURSAL WEB SLU	SI	SI	SI	SI	SI	40	48.685,00 €

Se procede ahora a la valoración de las ofertas resultando las siguientes puntuaciones y clasificación por orden descendente:





Nº ORDEN	LICITADORAS	PUNTOS criterios cualitativos evaluables juicio valor	PUNTOS criterios cualitativos evaluables cifras o fórmulas					PUNTOS	OFERTA ECONOMICA ANEXOIII	PUNTOS oferta económica	PUNTOS TOTALES
			IDIOMAS	Nº PUBLIC DIARIAS	OTRAS REDES	ACTUALIZ. BLOG	DISPONIB. EVENTOS				
1º	JORGE RODRIGUEZ ALAMO	25	SI	SI	SI	SI	SI	40	54.900,00 €	31,04	96,04
2º	METROPOLIS COMUNICACIÓN, S.L.	24	SI	SI	SI	SI	SI	40	55.250,00 €	30,84	94,84
3º	JOBA TENERIFE SERVICIOS S.L.	23	SI	SI	SI	SI	SI	40	55.000,00 €	30,98	93,98
4º	SUCURSAL WEB SLU	16	SI	SI	SI	SI	SI	40	48.685,00 €	35,00	91,00
5º	AUTORITAS CONSULTING SA	8	SI	SI	SI	SI	SI	40	55.640,00 €	30,63	78,63
6º	GASTUCOM S.L.	1	SI	SI	SI	SI	SI	40	55.250,00 €	30,84	71,84

A continuación, se procede a valorar si la oferta de la candidata pudiera estar incurso en presunción de anormalidad.

Para ello, se tiene en cuenta que el pliego de cláusulas administrativas particulares, PCAP, a estos, en la cláusula 16.8, efectos dispone:

Son circunstancias que harán presumir que una oferta es anormalmente baja las siguientes:

- Si hubiera un solo licitador su proposición se considerará presuntamente anormal o desproporcionada si su oferta económica fuera inferior en más de un 10% al presupuesto base de licitación y, además, la puntuación que le corresponda en el conjunto de los criterios cualitativos fuera superior al 90% de la puntuación total establecida para éstos en el pliego.
- Si hubiera varios licitadores, se considerará que una proposición es presuntamente anormal o desproporcionada si la oferta económica del correspondiente licitador fuera inferior en más de un 15% a la media aritmética de las ofertas presentadas, y, además, la puntuación





obtenida respecto al conjunto de los criterios cualitativos fuera superior en un 15% o más a la media aritmética de las puntuaciones obtenidas por todas las empresas.

Realizados los cálculos procedentes, se concluye que su oferta no es menor en un 15% a la oferta media (importe oferta media= 54.120,83).

Por lo tanto, procede formular propuesta de proposición a favor de Don Jorge Rodríguez Álamo, con CIF 42204689B.

Dado el tiempo durante el que se ha prolongado la sesión y teniendo los miembros de la mesa otros asuntos urgentes que tratar, se suspende la sesión, siendo la 12:55 horas, por la presidenta se encomienda a la secretaria de la mesa que compruebe si la candidata está inscrita en el ROLECE, y se suspende la sesión que se continuará mañana la sesión, por medios telemáticos, quedando todos los presentes convocados.

Siendo las 14:40 horas, del día 19/06/2024, se continúa la sesión, se reúne la mesa por medio telefónico.

Por la secretaria se hace constar que el técnico que realizó la valoración presentó ayer nuevo informe rectificando el error material advertido y que se ha comprobado que el candidato mejor valorado se encuentra inscrito en el ROLECE.

A continuación, en vista de lo hasta ahora actuado, la mesa por unanimidad **ACUERDA:**

PRIMERO. Valorar y clasificar a las candidatas por el orden expresado en el cuadro inmediato anterior.

SEGUNDO. Proponer para la adjudicación del contrato del servicio de “COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE LAS REDES SOCIALES PROMOCIONALES DEL CONSORCIO MASPALOMAS GRAN CANARIA” a Don Jorge Rodríguez Álamo, con CIF 42204689B, por ser el candidato que ha formulado la oferta más ventajosa que, por aplicación de los criterios de adjudicación ha obtenido una puntuación de 96,04 puntos.

TERCERO. Requerir al candidato para que en el plazo de 7 días hábiles a contar desde el envío de la comunicación, aporte:

-Documentación acreditativa de estar al día en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y con la Seguridad Social; y resto de documentación procedente a que se refiere la cláusula 17 de PCAP, que incluye la documentación relativa a la solvencia exigida (señalada en la cláusula 4 del PCAP), así como documentación relativa a la personalidad jurídica, capacidad de obrar y de no estar incurso en prohibición parra contratar.





-Documentación acreditativa de haber constituido garantía definitiva por importe del 5% de su oferta económica, sin IGIC (2.745,00 €).

CUARTO. Encomendar al Área Jurídica la comprobación del adecuado cumplimiento del requerimiento, encargándole, además, de, en caso de cumplirse adecuadamente, dar traslado al órgano de contratación para que proceda a la adjudicación; o, en caso de incumplimiento, dar traslado a la mesa de contratación para que, en nueva reunión, acuerde lo que sea procedente.

No habiendo más asuntos que tratar, siendo las 15 horas del día 19/06/2024, por la presidenta, se da por terminada la reunión.

Firman la presente todos los asistentes en muestra de conformidad, de lo que doy fe.

Se hace costar que esta acta corresponde a sesión celebrada en las fechas indicadas en el encabezamiento, sin perjuicio de las fechas que consten en las firmas electrónicas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE

LA PRESIDENTA,

Tania Naya Orgeira

VOCAL 1,

Javier Auré Pérez

VOCAL 2,

Gemma Casteleiro de Torres

VOCAL 3,

Anabel Batista Bonilla

SECRETARIA DE LA MESA,

Adriana del Busto Fiol

