

**INFORME SOBRE VALORACIÓN DE LAS OFERTAS PRESENTADAS EN EL  
 PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE GABINETE  
 DE PRENSA, COBERTURA AUDIOVISUAL Y FOTOGRÁFICA Y ACCIONES DE STREET  
 MARKETING  
 PARA LA DIFUSIÓN DE LA XXIII BIENAL DE FLAMENCO**

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://www.sevilla.org/verifirmav2/>  
 Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Firmado por			
CSV (Código de Verificación Segura)	73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU	Fecha y Hora	18/06/2024 10:26:22
Servidor	<b>SERVIDOR DE FIRMAS</b>	Página	1/14



73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU

## ÍNDICE

<b>1.- Introducción</b>	<b>3</b>
<b>2.- Ofertas recibidas</b>	<b>3</b>
<b>3.- Equipo técnico de valoración</b>	<b>3</b>
<b>4.- Criterios de adjudicación</b>	<b>4</b>
<b>5.- Contenido de las propuestas presentadas</b>	<b>4</b>
<b>6.- Valoración de las propuestas</b>	<b>10</b>
<b>7.- Resumen de valoración de memorias técnicas</b>	<b>13</b>

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://www.sevilla.org/verifirmav2/>  
 Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Firmado por			
CSV (Código de Verificación Segura)	73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU	Fecha y Hora	18/06/2024 10:26:22
Servidor	<b>SERVIDOR DE FIRMAS</b>	Página	2/14
			
73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU			

## 1.- INTRODUCCIÓN

El Instituto de la Cultura y las Artes del ayuntamiento de Sevilla publicó anuncio de licitación (Expediente número 340/24) para contratar los servicios de Gabinete de Prensa, cobertura audiovisual y fotográfica y acciones de Street Marketing para la difusión de la XXIII Bienal de Flamenco que tendrá lugar en Sevilla del 11 de septiembre al 5 de octubre de 2024.

El objeto de dicha contratación, conforme a lo dispuesto en el punto 4 del pliego de prescripciones técnicas describe el servicio como: Gestión de la comunicación (online/offline y marketing estratégico a través del servicio de Gabinete de prensa contemplando un plan de desarrollo de comunicación y marketing con diseño, organización, coordinación y ejecución de acciones de Street Marketing enfocadas a diferentes localizaciones de la ciudad de Sevilla en el periodo de Bienal; así como, relación con los medios, generación de contenidos para web y redes, y de todos los servicios relacionados con la cobertura gráfica (audiovisual y fotográfica) de la edición.

## 2.- OFERTAS RECIBIDAS

Las empresas que han presentado oferta dentro del plazo establecido en los pliegos de condiciones técnicas han sido (por orden alfabético) las siguientes:

- EDERE
- LA CASETA
- LINCE COMUNICACIÓN
- SPM
- SURNAMES

## 3.- EQUIPO TÉCNICO DE VALORACIÓN

El estudio de las ofertas y su valoración técnica conforme a los criterios establecidos en el pliego de condiciones ha sido realizado por la técnica en Gestión Cultural que lo suscribe.

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://www.sevilla.org/verifirmav2/>  
 Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Firmado por			
CSV (Código de Verificación Segura)	73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU	Fecha y Hora	18/06/2024 10:26:22
Servidor	<b>SERVIDOR DE FIRMAS</b>	Página	3/14
 73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU			

#### 4.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Con respecto a la Memoria Técnica presentada por las empresas se valora en referencia a los siguientes criterios:

Descripción del criterio: Memoria Técnica (valoración con juicio de valor, puntuación máxima de **49 puntos**).

**2.1 Una propuesta de actuaciones que aporte contenidos innovadores** para mejorar la estrategia de Comunicación y las relaciones con los diferentes medios de comunicación, aportando nuevas propuestas de desarrollo de la organización general y la planificación técnica de cada grupo de servicios y del seguimiento de estos. Dichas propuestas deberán generar un valor añadido que mejore la organización del servicio de comunicación estratégica de la Bienal de Flamenco con objeto de mantener el posicionamiento de los diferentes eventos y actividades culturales en la agenda cultural de la ciudad y se convierta en un reclamo para la atracción de turismo nacional e internacional. **Hasta 20 puntos.**

**2.2 Las mejoras en las tareas de generación de los contenidos** del Gabinete de prensa en relación con el objeto específico del contrato, debiéndose aportar valor en el área de la captación de nuevos públicos y la consolidación del público actual, y, por tanto, deben suponer una mejora de los resultados de cada temporada cultural. **Hasta 20 puntos.**

**2.3 Aportación de nuevos elementos y herramientas de coordinación y documentación** que permitan una mejora en la gestión organizativa tanto interna como externa de cara a los propios agentes culturales, los usuarios y el público en general, y que por tanto supongan una mejora cuantitativa y/o cualitativa del seguimiento y coordinación, así como de los resultados finales del evento. **Hasta 9 puntos.**

#### 5.- CONTENIDO DE LAS PROPUESTAS PRESENTADAS

##### EDERE

Criterio 2.1.- La empresa presenta una memoria conteniendo una introducción y contemplando un esquema del plan de Comunicación y Marketing en el que internamente se ha realizado un DAFO del

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://www.sevilla.org/verifirmav2/>  
 Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Firmado por			
CSV (Código de Verificación Segura)	73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU	Fecha y Hora	18/06/2024 10:26:22
Servidor	SERVIDOR DE FIRMAS	Página	4/14
 73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU			

acontecimiento. Para abordarlo se propone una auditoría de reputación y desde la óptica de la transversalidad y las buenas prácticas con líneas que cubran lo divulgativo, académica, creativo, lúdico, etc. La propuesta de acciones, tres concretamente, planteadas como engagement de marketing urbano conllevan contenidos ofreciendo una descripción detallada de las mismas con descripción, objetivos, detalles y recorridos, realizando una aproximación presupuestaria del coste de actividad, sin sobrepasar los límites que para ello se especifica en el pliego para este tipo de acciones. Son: “TourOLE”, “Ronda de Oles” y “Ole Tú, Sevilla/ Sevilla y Olé”. Flamencos en velador”. Además, la propuesta general está diseñada con apartado para el Gabinete de Prensa con relación con los medios de comunicación, con la propia generación de contenidos para web y redes, con apartado sobre los servicios relacionados con la cobertura gráfica. Asimismo, se relacionan los recursos humanos y materiales y finaliza con un apartado para la evaluación. Al margen de las propuestas generales se ofrece asesoría en otro tipo de acciones dirigidas a públicos concretos.

Criterio 2.2.- Con respecto a las **mejoras de contenidos en el Gabinete de Prensa** se tiene en cuenta conceptos como la actualización, con búsquedas de nuevos medios y prescriptores de lo jondo, la renovación de formatos con encuentros artísticos y/o sociales, la aportación de asesoría en la elaboración de argumentarios, la proyección nacional e internacional con la inclusión en el equipo de una periodista desde Madrid. Asimismo, se menciona la proyección del propio acontecimiento con retransmisión online de los encuentros/ruedas de prensa; la participación general con la involucración de la afición y ciudadanía; el intercambio con invitación a otros sectores; las alianzas con visitas guiadas y/o jornadas con grupos de escolares, realización de blogtrip, influencers, etc. Asimismo, se menciona las posibles alianzas con acuerdos de colaboración, la cercanía con colaboraciones del público sevillano y colectivos y la organización de meeting con prensa nacional e internacional. En el apartado de web y redes se relaciona la importancia del enfoque multicanal, de reforzar contenidos innovadores y creativos con mensajes cercanos, divertidos, emocionantes, etc.

Y en cuanto a redes sociales se plantean formatos como stories, post, shorts, cuestionarios, viñetas, etc. Para todo ello, se relaciona por acciones la estrategia en redes y se presenta un calendario genérico de las mismas. Se aporta, mejoras tales como la creación de un canal de difusión en Instagram, la implicación de artistas y creadores, la realización de reportajes cortos en torno al backstage, sinergia

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://www.sevilla.org/verifirmav2/>  
 Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Firmado por			
CSV (Código de Verificación Segura)	73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU	Fecha y Hora	18/06/2024 10:26:22
Servidor	<b>SERVIDOR DE FIRMAS</b>	Página	5/14



73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU

con influencers, vídeos cortos con artistas y especialmente con los llamados “Momentos Ole”. Asimismo, se propone la mejora en el posicionamiento SEO y SEM.

Criterio 2.3.- Plantea **implementar herramientas** como Canva, Befunky, Dropbox, Drive, Google Calendar, Google Meet, Zoom, Skype, la creación de un canal de Whatsapp, Telegram, Ivoox y Spotify. Aportan la creación de Podcast, la realización de newsletter específica, la incorporación a cartelería de código QR y la revisión, diseño y monitorización en Google Maps. Como mejora, se aporta la idea de poder contar con dos fotógrafos para la cobertura fotográfica. En el apartado de evaluación se contempla una evaluación intermedia y una evaluación final.

### LA CASETA

La empresa presenta una memoria con introducción, radiografía y análisis previo y memoria técnica con los tres apartados diferenciados que son los que se especifican en el pliego que se valorarán. En el apartado de radiografía se hace referencia a la importancia del acontecimiento, del entorno digital, apariciones en los medios, etc. Especial atención se ofrece al diagnóstico que presenta la website actual y sus redes sociales llegando a una serie de conclusiones tras el análisis.

Criterio 2.1.- Como **propuestas y contenidos innovadores** se menciona: patrocinio de microespacios en radios y televisiones, los llamados “Cantes de ida y vuelta”, las ideas de Street Marketing con acciones concretas, la creación de una playlist en Spotify, podcast y vídeo podcast, la colaboración desde los ámbitos turísticos y la de influencers y portales de espacios culturales.

Criterio 2.2.- Se diferencia entre canales propios y externos para las **mejoras en contenido** y se plantean objetivos para el público final tales como reforzar la imagen, vincularla a ciudadanos con una implicación más activa, destacar los espacios escénicos y potenciar la relación con agentes externos y culturales del mundo flamenco. Asimismo, se mencionan mejoras internas en los objetivos, con reforzamiento de la cohesión entre áreas, profesionales, colaboraciones, y el establecimiento de métodos y sistemas de evaluación. Estas mejoras están orientadas a la relación con la prensa, contemplando boletines, manual de crisis, etc., a los prescriptores y a la propia web y redes sociales. En concreto se menciona la apertura de nuevos canales, la mejora del estilo gráfico, videos reels, encuentros en directos, newsletters, etc.

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://www.sevilla.org/verifirmav2/>  
 Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Firmado por			
CSV (Código de Verificación Segura)	73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU	Fecha y Hora	18/06/2024 10:26:22
Servidor	SERVIDOR DE FIRMAS	Página	6/14
 73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU			

Criterio 2.3.- La propuesta incluye como aportación de **nuevos elementos y herramientas** la gestión de proyecto digital a través de ASANA, con el ofrecimiento de formación adicional para el equipo que la maneje, la utilización en la nube con Dropbox Drive y la asistencia IA utilizando ChatGPT. Por último, la herramienta para Newsletter, de gestión CRM. No se especifica proceso evaluativo para la mejora de resultados finales.

## LINCE

La propuesta presentada por la empresa viene estructurada con un epígrafe para Gabinete de Prensa con estructura, metodología y propuesta de actuaciones y contenidos; con la propia generación de contenidos; nuevos elementos y herramientas con campaña de Street Marketing y con un apartado para el servicio de cobertura de grabación y fotografía.

Criterio 2.1.- Como **propuesta de contenidos innovadores** se aportan ideas concretas de realización en Marketing urbano como las ubicadas en set en Alameda o Santa Cruz y la grabación de una pieza documental de carácter histórico con ejemplos de acciones detalladas. Se propone para la difusión del acontecimiento una presentación en Madrid ubicada en el Círculo de Bellas Artes.

Las propuestas de actuaciones se basan en el cambio de diseño gráfico de programación, estructura de las notas de prensa adaptando nuevos estilos en función de destinatarios. La inclusión de enlaces informáticos, la difusión de vídeo promocional y la puesta en valor de los Giraldillos. Además, una correcta gestión y mantenimiento de la base de datos, agenda diaria en versión inglés, seguimiento de contenidos en nube, newsletter, etc.

Criterio 2.2.- Como **captación de nuevo público** se plantean contenidos y minireportajes en redes como Instagram y Tik Tok.

Criterio 2.3.- No se propone ninguna herramienta de mejora de gestión y herramientas de coordinación. No se menciona ningún sistema concreto evaluativo de la gestión integral del Gabinete que mejore los resultados finales.

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://www.sevilla.org/verifirmav2/>  
 Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Firmado por			
CSV (Código de Verificación Segura)	73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU	Fecha y Hora	18/06/2024 10:26:22
Servidor	<b>SERVIDOR DE FIRMAS</b>	Página	7/14
 73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU			

## SPM

La propuesta presentada por la empresa queda estructura con el Plan Estratégico de Comunicación con objetivo y mensajes clave; el Gabinete de Prensa, con apartado de relaciones con los medios de comunicación; la generación de contenidos para redes sociales; la cobertura gráfica; el plan de comunicación de crisis y el de coordinación.

Criterio 2.1.- Como **propuesta de mejora de la estrategia general** se menciona su posicionamiento y visibilidad y la expansión hacia otros países y lenguas para la captación de asistentes local y turistas con mejora de su reputación. Se repasan los canales en redes y se propone la creación de cuenta en Threads (nueva red social de Meta). En el apartado de Street Marketing se proponen acciones concretas como “Romper en caso de rumba”, “El Flamenco en la sangre” y “El Flamenco en la calle de Sevilla”. Aportan la figura de un traductor para casos concretos y la capacitación en cursos y talleres. Asimismo, se propone la realización de encuestas de satisfacción, organización de Networking, entrenamiento de portavoces y plan de contingencia. Se contempla la redacción de un plan de crisis con detalles de actuaciones.

Criterio 2.2.- En cuanto a la **generación de mejoras referentes al Gabinete de Prensa y captación de nuevos públicos** se resalta la coordinación con festivales y eventos relacionados, campañas de marketing cruzado e intercambio de contenidos. Para el servicio de cobertura gráfica, empleo de cámaras estáticas, móviles y drones; así como, servicio de streaming con creación de teasers y trailers promocionales.

Criterio 2.3.- La relación de las **nuevas herramientas de coordinación**, tanto del trabajo interno como externo, queda reflejada en las siguientes plataformas: Microsoft 365, Kordino, programas específicos para diseño gráfico, fotografía y vídeo. Además de One Drive, sistema de gestión de contenidos (CMS), WordPress, Google Alerts, Meltwater y Cision.

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://www.sevilla.org/verifirmav2/>  
 Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Firmado por			
CSV (Código de Verificación Segura)	73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU	Fecha y Hora	18/06/2024 10:26:22
Servidor	<b>SERVIDOR DE FIRMAS</b>	Página	8/14
 73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU			



## SURNAMES

La empresa presenta una propuesta con los siguientes epígrafes generales: Propuestas de actuaciones con aportación de contenidos innovadores para la mejora general de la estrategia, propuesta de actuaciones con medios de comunicación, mejoras en la generación de contenidos con captación u consolidación de público general y elementos, y herramientas de coordinación, documentación y análisis.

Criterio 2.1.- Para **la mejora general** plantean una auditoría del entorno y sus referentes; así como de los competidores directos e indirectos contemplando análisis y diagnóstico comenzando por la marca como intangible de valor. Proponen la creación de un grupo consultor que pueda medir la reputación tanto interna como externa. Realizan DAFO, mapa relacional de colectivos y entidades y benchmarking como base del relato expandido (storytelling) que se propone a lo largo de toda la propuesta con diálogo entre los stakeholders existentes tantos internos como externos. Realizan un análisis macroentorno y microentorno dentro y fuera del territorio español. Basan la mejora de propuestas para generar valor añadido, en la narración transmedia en todas las actuaciones que se proponen: punto de partida, diagnóstico de la situación, contraste de objetivos, posicionamiento, relato con argumentario y mensajes y elección de canales de difusión, diseño de acciones y calendarización, definición de herramientas cuantitativas y cualitativas hasta llegar a la elaboración de la hoja de ruta para la ejecución de tareas. Las acciones de Street Marketing vienen definidas en el concepto general de “Jaleadores de la Bienal” con diferentes propuestas como “Búsquedas de oles” a través roadshow; intervención de artista, influencers, etc., en videomatón y la creación de piezas sonoras con los “Jaleos de la Bienal”.

Criterio 2.2.- Para la **generación de mejoras referentes al Gabinete de Prensa** incorporan la figura del Scrum Máster con manejo de la herramienta Notion. Se propone el desarrollo de circuitos multidireccionales de generación de contenidos con atención a los públicos objetivos. Para la captación de medios nacionales basan la estrategia en segmentación, definición de ejes temáticos y exclusividad. Se proponen formatos de convocatorias como: presentaciones y ensayos abiertos, desayunos, copas flamencas, performance, y site-specific. Para la estrategia de impacto internacional se traza un plan ad-hoc con objetivos fundamentales. Se realiza una radiografía de tipología de medios nacionales e

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://www.sevilla.org/verifirmav2/>  
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Firmado por			
CSV (Código de Verificación Segura)	73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU	Fecha y Hora	18/06/2024 10:26:22
Servidor	<b>SERVIDOR DE FIRMAS</b>	Página	9/14



internacionales y se aporta listado de periodistas tanto nacionales como internacionales vinculados a la cultura, el turismo y los viajes como grupo de interés. Se propone el streaming, el envío de newsletter, boletines internos y el mapeo de influencers. Como captación de público y consolidación se proponen acciones con utilización de técnicas de Email-Marketing, CRM y el Marketing Inbound. Se incorpora la IA como aumento del engagement con los stakeholders con acción concreta. En cuanto a la cobertura gráfica se proponen retratos artísticos en fotografía (tanto artistas como público en general) y vídeo off para actividades varias.

Criterio 2.2.- En relación con las **herramientas de coordinación**, tanto internas como externas, y nuevos elementos, la propuesta enumera: el Crowdsourcing como práctica de investigación social y la utilización como espacio de trabajo colaborativo Notion, al que se dedica un epígrafe con detalles; sistemas de encuestas abiertas y cerradas, sistemas de análisis como el seguimiento de medios con empresas del sector, herramientas para la medición de la reputación como Talkwater, You Scan y BuzzSumo; así como, Google Analytics, Metricool, Google Calendar, Google Drive-Excel, Google Trends, Meta Business Suite, Dropmark, Dropbox y sistemas específicos CRM. Por último, la utilización de la Inteligencia Artificial para el monitoreo general de las acciones como la del software Arduino o la generación de videowall, programas como PatronMail, Salesforce y MailChimp. El sistema evaluativo de las acciones queda definido. Se aporta óptico de acciones calendarizado por meses con ítems como: Storytelling, acciones de proximidad, gabinete de prensa, comunicación digital y cobertura gráfica.

## 6.- VALORACIÓN DE LAS PROPUESTAS

### EDERE

La propuesta presentada es de valor, bien estructurada, con un gran conocimiento de mejora en la estrategia general de comunicación y con interesantes propuestas para la optimización del desarrollo y planificación técnica. Se destacan particularmente las propuestas de engagement que vienen definidas en las acciones de Street Marketing como captación tanto de público interno como externo, siendo originales e innovadoras. Se valora que las acciones que se proponen giren en torno al lema presente de la XXIII Bienal de Flamenco: “Ole de nuevo”.

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://www.sevilla.org/verifirmav2/>  
 Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Firmado por			
CSV (Código de Verificación Segura)	73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU	Fecha y Hora	18/06/2024 10:26:22
Servidor	SERVIDOR DE FIRMAS	Página	10/14
 73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU			

En cuanto a la generación de valor en tareas de Gabinete se proponen actuaciones que resultan fácilmente ejecutables y bien orientadas, por lo que se aprecia conocimiento del sector, de los medios de comunicación y de los públicos objetivos que giran en torno al flamenco. Las estrategias en redes están alineadas a la consecución de objetivos generales. Resulta poco profundo el análisis evaluativo que se presenta y hubiera sido conveniente un más amplio desarrollo de este para el conocimiento de las diferentes fases evaluativas que se proponen en el Plan. En cuanto a la aportación de nuevos elementos y herramientas de coordinación y documentación para la mejora organizativa se consideran totalmente válidos los aportados.

### LA CASETA

Se valora el análisis previo que se realiza en torno a la Bienal de Flamenco, así como la propuesta de actuaciones para la estrategia general. Las acciones de Street Marketing como vía de engagement son atractivas teniéndose en cuenta, especialmente, la inclusión de fotografías a manera de infografía. Asimismo, quedan establecidas las sinergias con ámbitos turísticos como reforzamiento de la imagen de marca, no solo dentro de la ciudad sino fuera de ella, lo que se considera de valor a nivel de alianzas. En cuanto a las mejoras de generación de contenidos se ha tenido en cuenta la realización de un manual de crisis como protocolo de actuación. Las herramientas y nuevos elementos de coordinación son válidos siendo especialmente atractiva la propuesta de IA a través de ChatGPT.

### LINCE

Aunque la propuesta aporta acciones novedosas en cuanto a estrategias de Marketing Urbano y bien definidas, no quedan ampliamente reflejadas las actuaciones concretas que se llevarán a cabo para generar valor más allá de las propias que ya viene generando el Departamento de Comunicación. Tampoco quedan reseñadas claramente las mejoras en cuanto a la generación de contenidos del Gabinete y no se han encontrado nuevos elementos y herramientas de coordinación y documentación que permita llegar a la conclusión que hay mejoras generales entre agentes culturales, público y usuarios. Se valora, no obstante, la puesta en marcha de canales como TIK TOK.

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://www.sevilla.org/verifirmav2/>  
 Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Firmado por			
CSV (Código de Verificación Segura)	73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU	Fecha y Hora	18/06/2024 10:26:22
Servidor	SERVIDOR DE FIRMAS	Página	11/14
 73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU			

## SPM

La propuesta está bien estructurada y presenta una interesante batería de acciones de Street Marketing para las que se utiliza la simulación en fotografía de cada acción. Todas ellas se presumen fácilmente ejecutables y válidas para los objetivos que se pretenden. La aportación adicional de la figura del traductor, los cursos talleres de capacitación, la realización de encuestas de satisfacción o la organización de Networking junto con la aportación de entrenamiento para portavoces y la realización de un plan de contingencia, son elementos que aportan un gran valor a la estrategia general. Asimismo, contemplar el streaming en acciones, utilizar drones o elaborar teasers y trailers conllevan unas mejoras significativas con especial incidencia entre los grupos objetivos. Se considera de interés la coordinación entre festivales que se propone. Las herramientas utilizadas de coordinación, documentación son válidas. El sistema de evaluación queda genéricamente expuesto.

## SURNAMES

La propuesta presentada se define como una propuesta 360º; esto es, una estrategia holística que busca crear una experiencia de comunicación unificada y coherente para todos los públicos objetivos de la organización. Desde la auditoría de marca, como valor intangible, hasta el sistema de evaluación con los públicos con los que se relaciona la misma definen profusamente la estrategia que se llevará a cabo. La utilización -como estrategia general- del storytelling, en todas sus acciones a lo largo de todo el proceso estratégico, brinda la capacidad para conectar con sus grupos de interés a nivel emocional, generar engagement y crear experiencias memorables. Basar la propuesta en tres tiempos diferentes: el pasado de la Bienal, el presente y su futuro ofreciendo una cronología detallada de los hitos conseguidos y no conseguidos, de una visión actualizada de su presente y de una proyección de su futuro define la propia metodología de trabajo, con un cronograma detallado y respondiendo a las necesidades específicas de la organización. Las propuestas de actuaciones en estrategia general (todas ellas girando en torno al lema de actual de la edición “Ole de nuevo”), en la generación de contenidos y en los nuevos elementos y herramientas de coordinación que aporta, supone un conocimiento extraordinario de la propia marca, de las últimas innovaciones y tendencias en el mundo del Marketing, de los medios de comunicación -tanto nacionales como internacionales- y de los propios stakeholders internos y externos de la marca, por lo que se considera una propuesta de alto valor estratégico.

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://www.sevilla.org/verifirmav2/>  
 Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Firmado por			
CSV (Código de Verificación Segura)	73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU	Fecha y Hora	18/06/2024 10:26:22
Servidor	<b>SERVIDOR DE FIRMAS</b>	Página	12/14
 73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU			

Por todo ello, la puntuación numérica de las diferentes propuestas a nivel general obedece, teniendo en cuenta los tres criterios evaluables: Contenidos innovadores y mejora de las relaciones, generación de contenidos del Gabinete y nuevos públicos; y nuevas herramientas de coordinación que mejoren resultados a:

- La profundidad del proceso estratégico planteado, con clara conciencia de la misión, la visión y los valores de la marca; la contemplación de la auditoría de imagen presentada y los ejes claves para seguir construyendo marca; así como, la auditoría de la comunicación interna y externa. La gestión reputacional, las relaciones con los grupos de interés y las alianzas estratégicas planteadas tanto locales, nacionales como internacionales (consumidores de la marca, medios de comunicación, patrocinadores y colaboradores, la comunidad, sector público, competencia, etc.). Los diferentes canales de comunicación presentados para su mejora interna y externa, y la apuesta por las tendencias de la comunicación corporativa hoy en día enfocadas a la innovación, a la generación de nuevos públicos, a la mejora de herramientas de coordinación y al proceso continuo evaluativo, con relación de monitores e índices de intangibles que puedan mejorar los resultados finales del acontecimiento, tanto dentro de su territorio de acción como fuera del mismo.

## 7.- RESUMEN DE VALORACIÓN DE MEMORIAS TÉCNICAS

### Aspectos técnicos hasta 49 puntos

Empresas ofertantes	Actuaciones innovadoras (hasta 20 puntos)	Mejoras generación de contenidos (hasta 20 puntos)	Nuevos elementos y herramientas (Hasta 9 puntos)
<b>EDERE</b>	16	16	6
<b>LA CASETA</b>	12	12	4
<b>LINCE</b>	8	2	0
<b>SPM</b>	13	12	5
<b>SURNAMES</b>	19	20	9

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://www.sevilla.org/verifirmav2/>  
 Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Firmado por

CSV (Código de Verificación Segura)

73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU

Fecha y Hora

18/06/2024 10:26:22

Servidor

**SERVIDOR DE FIRMAS**

Página

13/14



73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU

**VALORACIÓN TÉCNICA FINAL**

<b>EMPRESAS OFERTANTES</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
<b>EDERE</b>	38
<b>LA CASETA</b>	28
<b>LINCE COMUNICACIÓN</b>	10
<b>SPM</b>	31
<b>SURNAMES</b>	48

En Sevilla, a fecha de firma del documento

Fdo: María-Antonia Ruiz Díaz  
Responsable del Departamento de Comunicación  
Bienal de Flamenco

El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://www.sevilla.org/verifirmav2/>  
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Firmado por			
CSV (Código de Verificación Segura)	73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU	Fecha y Hora	18/06/2024 10:26:22
Servidor	<b>SERVIDOR DE FIRMAS</b>	Página	14/14
			
73TBFHEAFIT3IW2GM4ZXGI7MUU			