

**INFORME VALORACIÓN SOBRE 2 PROPUESTA TÉCNICA DE LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE DISEÑO Y EJECUCIÓN DE UNA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE LOS MERCADOS DE ABASTOS DE SEVILLA.**

**1. BRANDING BOX Tu agencia creativa**

PROPUESTA TÉCNICA.....25 PUNTOS, con el siguiente desglose:

**1.1 OBJETIVOS E INDICADORES:**

La propuesta técnica recoge los objetivos establecidos en el PPT pero además incluye los siguientes;

- Capacidad de generar ofertas diarias muy competitivas.
- Producto de alto grado frescura.
- Comprar en mercado de abasto es compra saludable.

Como indicadores presentan:

- Control de audiencias. Tanto en perfiles sociales como en páginas del site del ayuntamiento implicadas.
- Impactos en medios.
- Entrevistas en el entorno.

PUNTUACIÓN..... 1 PUNTO

**1.2 DEFINICIÓN DE LOS SERVICIOS A PRESTAR:**

**1.2.1 PLAN DIFUSIÓN OFFLINE.**

La campaña se ubicará en los soportes recogidos en el PPT como son rueda prensa, información mobiliario urbano y autobuses, encuestas, carteles, folletos etc.

Incluye un incremento en el número de folletos y cartelería.

Describe 3 fases de encuestas.

Incremento en las fotografías.

Rueda prensa 4 medios, con 50.000 impactos.

Incluye planificación durante el período de duración de la campaña.

PUNTUACIÓN.....3 PUNTOS


**1.2.2 PLAN DIFUSIÓN ONLINE.**

El contenido de este plan es el establecido en el PPT como banners, micro vídeos, fotografías, web del proyecto, landing y microsite.

Distinguen en dos fases: fase lanzamiento donde las cantidades son menores y la audiencia estimada oscila entre los 5.000 y 45.000.

Fase de mantenimiento donde las cantidades son mucho mayores y la audiencia estimada oscila entre los 45.000 y las 380.000 visitas.

PUNTUACIÓN.....5 PUNTOS

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Antonia Mancheño Rivas	Firmado	05/11/2018 14:05:18	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	1/7	
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==">https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==</a>			

### 1.2.3 CREATIVIDAD

Se presentan varios bocetos en varios formatos.

El boceto de cartel presenta el eslogan "MERCADOS DE SEVILLA, LA OPCIÓN MAS INTELIGENTE" incluyendo un interrogante ¿ya sabes dónde estamos? siendo el mismo atractivo

Los carteles se personalizan para cada mercado estableciendo en el mismo la ubicación del mercado así como se divide en recuadros con distintos productos que se pueden adquirir en el mercado.

En los bocetos mupis se cambia del color verde al azul y aparecen fotografías de gente comprando en el mercado, dando una sensación de cercanía y familiaridad.

En los trípticos se encuentra remix del cartel general junto con las fotografías de los usuarios de los mercados y situación de todos los mercados alcanzando la funcionalidad deseada de explicación de los mismos.

PUNTUACIÓN.....9 PUNTOS.

**TOTAL PUNTUACIÓN.....18 PUNTOS**

## **2. QUINTÁGONO, SERVICIOS GENERALES DE PRODUCCIONES Y DISEÑO, S.L**

PROPUESTA TÉCNICA.....25 PUNTOS, con el siguiente desglose:

### 1.3 OBJETIVOS E INDICADORES:

La propuesta técnica recoge los objetivos establecidos en el PPT pero además incluye los siguientes;


- Mayor participación y afluencia de perfiles diversos en los mercados.
- Posicionar a los mercados como espacio de compras frecuente.
- Valorar la calidad y salubridad de los productos.
- Mercado empático con conocimientos experto de los comerciantes sobre sus productos y mantener una relación estrecha y agradable entre mercado y clientes.
- Mercados de abastos innovadores, actualizados.

Para establecer los indicadores a través de los cuales se podrá medir el logro de cada uno distingue entre 3 tipos de clientes o consumidores:

- Clientes locales habituales de los mercados.
- Nuevos clientes locales que conocen los mercados por nuevos canales.
- Nuevos clientes no locales que conocen los mercados por nuevos canales.

Tomando como referencia a estos tipos de clientes establecen dos estrategias de comunicación y difusión con el fin de dar cobertura a los indicadores necesarios y permitir que los diferentes usuarios puedan acceder a otras acciones de difusión que se generen en otros canales:

1. Outbound marketing, afianzada a las acciones de comunicación y difusión Offline. Su resultado es en corto plazo, invasiva y masiva.

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Antonia Mancheño Rivas	Firmado	05/11/2018 14:05:18	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	2/7	
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==">https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==</a>			

2. Inbound marketing, Afianzada a las acciones de comunicación y difusión Online. Su resultado es a medio/largo plazo, no es invasiva, permite la segmentación de perfiles objetivos, es personalizada y la limitación de indicadores es menor.

PUNTUACIÓN..... 1.50 PUNTOS

1.4 DEFINICIÓN DE LOS SERVICIOS A PRESTAR:

1.4.1 PLAN DIFUSIÓN OFFLINE.

La campaña se ubicará en los soportes recogidos en el PPT como son rueda prensa, información mobiliario urbano y autobuses, encuestas, carteles, folletos etc. Incluye un recuso de marketing de proximidad basado en la tecnología BEACONS, consistente en pequeños dispositivos basados en tecnología Bluetooth, los potenciales usuarios qu ese acerquen o entren en el mercado de abastos, el beacons le enviará una oferta específica del mercado, imagen de la campaña para que acceda al tocar la pantalla del Smartphone a una web, etc. Supondría un incremento en mil usuarios nuevos, 2 de cada 10 usuarios que reciben información por este canal interactúa con ella. Establece una temporalidad para los mupis y los recorridos de los autobuses para destacar la especial incidencia sobre los mercados ubicados en el casco antiguo dada su cercanía a las paradas de inicio/terminales. Incremento en 500 usuarios nuevos, 1 de cada 100 usuarios que la ve la información en el autobús o MUPI accede al canal online. Impacto de 50.000 personas. Rueda de prensa con al menos 5 medios y audiencia mínima de 20.000 impactos. Incremento de carteles, folletos y encuestas. Incluye planificación durante el período de duración de la campaña.

PUNTUACIÓN.....4 PUNTOS

1.4.2 PLAN DIFUSIÓN ONLINE.

El contenido de este plan es el establecido en el PPT como banners, micro vídeos, fotografías, web del proyecto, landing y microsite y acciones mediante etiquetas #hashtag que permitan la interacción de los usuarios. #asacoconmitendero. Realiza un cuadro con el indicador, los objetivos a cumplir, el valor estimado KPIS y la ubicación.


PUNTUACIÓN.....6 PUNTOS.

1.4.3 CREATIVIDAD

Se presenta un boceto en varios formatos. El boceto de cartel presenta el eslogan “A SACO CON TU MERCADO” siendo el mismo fresco y directo. Sencillo ya que aparece en distintas tonalidades verdes en el que se muestra varios tipos de comidas y utensilios de comida así como el nombre de todos los mercados de Sevilla.

PUNTUACIÓN.....3 PUNTOS.

**TOTAL PUNTUACIÓN.....14.50 PUNTOS**

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Antonia Mancheño Rivas	Firmado	05/11/2018 14:05:18	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	3/7	
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==">https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==</a>			

### **3.HyL SEVICES**

PROPUESTA TÉCNICA.....25 PUNTOS, con el siguiente desglose:

#### **1.5 OBJETIVOS E INDICADORES:**

La propuesta técnica recoge los objetivos establecidos en el PPT pero además incluye los siguientes;

- Capacidad de generar ofertas diarias muy competitivas.
- Producto de alto grado frescura.
- Comprar en mercado de abasto es compra saludable.

Como indicadores presentan:

- Encuestas
- Valoraciones de google de los mercados individualmente
- Frecuencia de visitas por tramos horarios de los distintos mercados

PUNTUACIÓN..... 1 PUNTO

#### **1.6 DEFINICIÓN DE LOS SERVICIOS A PRESTAR:**

##### **1.6.1 PLAN DIFUSIÓN OFFLINE.**

La campaña se ubicará en los soportes recogidos en el PPT como son rueda prensa, información mobiliario urbano y autobuses, encuestas, carteles, folletos etc.

Incluye carteles para ubicar en accesos de los 19 mercados y puestos así como para ubicar en distritos.

Flyers para ubicar en las oficinas de información turística de la ciudad.

Distribución en al menos 50 centros educativos información al respecto para trasladar al alumnado y profesorado.

Efecto cuña de radio en un radio de audiencia de Sevilla duración 2 semanas.

.PUNTUACIÓN.....2,5 PUNTOS

##### **1.6.2 PLAN DIFUSIÓN ONLINE.**

El contenido de este plan es el establecido en el PPT como banners, micro vídeos, fotografías, web del proyecto, landing y microsite.

Distingue entre varios clientes potenciales (jóvenes, mediana edad, deportistas,etc)

Incluye 3 publicaciones diarias en varias redes sociales.


Un vídeo en you tube semanal en el primer tramo del proyecto por periodo de 5 meses.

PUNTUACIÓN.....4 PUNTOS.

##### **1.6.3 CREATIVIDAD**

Se presentan 3 bocetos.

El boceto de cartel presenta el eslogan “ RED DE MERCADOS DE SEVILLA,TU COMPRA NUESTRA PROFESIÓN” un poco largo pero bastante cercano y claro.

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Antonia Mancheño Rivas	Firmado	05/11/2018 14:05:18	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	4/7	
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==">https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==</a>			

En el primer boceto aparecen todos los mercados por lo que se procede a una saturación con todos los mercados localizados en un gran mapa de Sevilla con foto circularada y nombre identificativo de cada mercado.

El 2 y 3 boceto prácticamente iguales.

En el boceto 2 se observa claridad en el producto y cercanía con los comerciantes al poder ver sus fotos.

En el boceto 3 saturación del cartel con abundancia de productos y fotos.

PUNTUACIÓN.....4 PUNTOS.

**TOTAL PUNTUACIÓN.....11.50 PUNTOS**

**4. SPERTORIA**

PROPUESTA TÉCNICA.....25 PUNTOS, con el siguiente desglose:

**1.7 OBJETIVOS E INDICADORES:**

La propuesta técnica recoge los objetivos establecidos en el PPT pero además incluye los siguientes;

- Capacidad de generar ofertas diarias muy competitivas.
- Producto de alto grado frescura.
- Comprar en mercado de abasto es compra saludable.

Como indicadores presentan:

- Interacción y respuesta en redes sociales
- Resultado de las encuestas

PUNTUACIÓN..... 0.25 PUNTOS

**1.8 DEFINICIÓN DE LOS SERVICIOS A PRESTAR:**

**1.8.1 PLAN DIFUSIÓN OFFLINE.**

La campaña se ubicará en los soportes recogidos en el PPT como son rueda prensa, información mobiliario urbano y autobuses, encuestas, carteles, folletos etc.

Incluye además de la rueda de prensa prevista otra más en marzo de 2019 alcanzando más de 20.000 impactos.


Incluye carteles para ubicar en accesos de los 19 mercados y puestos así como para ubicar en distritos.

PUNTUACIÓN.....1 PUNTOS

**1.8.2 PLAN DIFUSIÓN ONLINE.**

Elaboraran métricas en redes y medios sociales de cada canal: Facebook Insights, Twitter Analytics, etc.

En cuanto a los indicadores se tendrán en cuenta:

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Antonia Mancheño Rivas	Firmado	05/11/2018 14:05:18	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	5/7	
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==">https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==</a>			

-De carácter cuantitativo:

Visitas a la web

Emails de contacto recibos

Acciones sociales

Número de participantes, Etc.

-De carácter cualitativo:

Retornos de acciones de comunicación

Alianzas establecidas, etc.

Se creará una herramienta o sistema asimilable de social media room, donde se podrán observar en tiempo real el movimiento de todas las redes sociales de la campaña.

PUNTUACIÓN.....2 PUNTOS.

### 1.8.3 CREATIVIDAD

Se presentan 3 bocetos con varios eslóganes.

El boceto 1 recoge los Mercados de Abastos de Sevilla con el mercado de tu barrio.

Con colores llamativos pero escaso de contenido.

El boceto 2 identifica los Mercados de Abastos de Sevilla como la compra en casa. De color blanco y con contenido simple y nada atractivo.

El boceto 3 recoge la Red de Mercados de Abastos de Sevilla en una especie de burbuja sobre una pintura abstracta de colores cálidos, falto de contenido.

PUNTUACIÓN.....1 PUNTOS.

**TOTAL PUNTUACIÓN.....4.25 PUNTOS**

## DECEN S.L

PROPUESTA TÉCNICA.....25 PUNTOS, con el siguiente desglose:


### 1.9 OBJETIVOS E INDICADORES:

La propuesta técnica recoge los objetivos establecidos en el PPT pero además incluye los siguientes;

- Incrementar ventas
- Contrarrestar acciones de la competencia
- Potenciar la marca
- Generar liquidez, etc

Como indicadores presentan:

- Eventos
- Concursos
- Programas de fidelización focus consumer

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>	
<b>Firmado Por</b>	Antonia Mancheño Rivas	Firmado	05/11/2018 14:05:18	
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	6/7	
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==">https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==</a>			

- Promociones económicas y del producto
- PUNTUACIÓN..... 0.25 PUNTOS

1.10 DEFINICIÓN DE LOS SERVICIOS A PRESTAR:

1.10.1 PLAN DIFUSIÓN OFFLINE.

No incluye

PUNTUACIÓN.....0 PUNTOS

1.10.2 PLAN DIFUSIÓN ONLINE.

No incluye

PUNTUACIÓN.....0 PUNTOS.

1.10.3 CREATIVIDAD

No incluye

PUNTUACIÓN.....0 PUNTOS.

**TOTAL PUNTUACIÓN.....0.25 PUNTOS**

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==	<b>Estado</b>	<b>Fecha y hora</b>
<b>Firmado Por</b>	Antonia Mancheño Rivas	Firmado	05/11/2018 14:05:18
<b>Observaciones</b>		<b>Página</b>	7/7
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==">https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/J0qNtIstWx/HeiqoPJC60g==</a>		

