



## INFORME VALORACIÓN DE CRITERIOS NO MATEMÁTICOS DE LAS OFERTAS PRESENTADAS PARA EL CONTRATO ADMINISTRATIVO DE SERVICIOS DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN TURÍSTICA ONLINE DE VALLADOLID. FINANCIADO POR EL 'PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA'. FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA 'NEXT GENERATION EU'.

Nº expediente

### A. OBJETO DEL CONTRATO

El presente pliego tiene por objeto recoger las condiciones técnicas por las que se ha de regir el contrato de Comunicación online de Turismo de Valladolid, Community Manager, administrador web y gestor de marketing online para el Área de Turismo, Eventos y Marca Ciudad del Ayuntamiento de Valladolid, con el objeto de que se cumplan las siguientes funciones:

- Generación y mantenimiento del contenido de los portales institucionales de turismo de Valladolid
- Gestión y mantenimiento de las redes sociales

Con el fin de dar a conocer a turistas y ciudadanos, interactuando con ellos, la actividad municipal a través de las mismas, creando contenidos, dinamizando la comunidad de usuarios y analizando la información, por lo que la contratación abarcara desde la formulación de la estrategia digital hasta el análisis de sus resultados. El objetivo es incrementar el conocimiento, la notoriedad, la reputación y el posicionamiento de los medios on line municipales y favorecer y fomentar la presencia de Valladolid en la red.

### B. CRITERIOS NO MATEMATICOS DE VALORACIÓN TÉCNICA 40 PUNTOS

Normas para presentar la oferta con los criterios no matemáticos:

- Presentar el documento de oferta debidamente firmado electrónicamente por el representante legal de la empresa como documento del sobre B.
- La oferta completa no debe superar los 50 folios.
- En toda la propuesta técnica no debe figurar ningún valor referido a los criterios matemáticos. En caso de incluir algún valor referente a criterios matemáticos será motivo de exclusión en el proceso de valoración.
- La distribución de la puntuación en estos criterios se realizará de acuerdo con lo indicado en el PCAP que acompaña a este Cuadro de Características Particulares, apartado 17.B.

#### PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO

30 PUNTOS

En la puntuación de este criterio se tendrá en cuenta la justificación de la metodología a emplear en los distintos trabajos, su coherencia, el conocimiento que denoten de la correcta prestación de los servicios objeto de contratación, de la problemática y necesidades a resolver, los objetivos a cumplir. Se valorará la propuesta técnica que propone el licitador para realizar cada una de las actuaciones que integran el objeto del contrato con la siguiente distribución de la puntuación:

#### · 1.- Propuesta de funcionamiento general.

5 puntos

- Potenciar la presencia de la marca Valladolid y su potencial turístico online, y mejorar su posicionamiento.
- Gestionar acciones de comunicación, promoción y publicidad online del Área de Turismo, Eventos y Marca Ciudad del Ayuntamiento de Valladolid.
- Comunicar y atender a los usuarios de grupos, comunidades y perfiles sociales de los canales online oficiales de Turismo de Valladolid.
- Monitorizar comunicaciones online vinculadas con el Área de Turismo, Eventos y Marca Ciudad del Ayuntamiento de Valladolid y participar en ellas.



- Seguir y monitorizar sus propias publicaciones, analizando el resultado de las estrategias aplicadas, su aceptación por parte de los usuarios, el cumplimiento de los objetivos y, en su caso, realizar los ajustes necesarios para mejorar el posicionamiento de las redes sociales municipales.
- Identificar a líderes de opinión y establecer relaciones constructivas con ellos.
- Proponer y desarrollar encuestas destinadas a fomentar la participación de los usuarios de la página Web.
- Detectar necesidades de contenido demandadas por los usuarios de los portales institucionales de Turismo del Ayuntamiento de Valladolid para su creación o desarrollo.
- Analizar los informes de Analítica Web y sacar las conclusiones pertinentes de cara a posibles ajustes o mejoras de los objetivos de la Web.
- Gestión de las cuentas en redes sociales, así como aquellas que vayan surgiendo y sean de interés para el Ayuntamiento de Valladolid.
- Servicios de streaming de los eventos y actividades que sean de interés para el Ayuntamiento de Valladolid.
- Dinamizar las redes sociales utilizando las herramientas más adecuadas:
  - Multimedia: optimización de perfiles; creación de contenidos propios; creación de imágenes y vídeos; mensajes promocionales y motivadores; diseño de publicaciones personalizadas; publicación de noticias relacionadas. Se estima un presupuesto mínimo para la creación de contenido multimedia de 5.000€ anuales.
  - Engagement: interacción estable con las personas usuarias de las redes, respondiendo a las consultas, comentarios y mensajes planteados; colaboraciones con otros dinamizadores de las redes (influencers, bloggers...).
  - Publicidad: creación de perfiles en páginas especializadas; creación de campañas publicitarias con motivo de actividades especiales, promociones, etc.
- Identificación de las redes sociales de mayor concurrencia que puedan ser de interés para el Ayuntamiento de Valladolid.
- Presentación de un informe de situación de cómo se encuentra el Área de Turismo, Eventos y Marca Ciudad del Ayuntamiento de Valladolid a nivel de posicionamiento como punto de partida en buscadores y en redes sociales.
- Generación de contenido en varios idiomas tanto para los portales institucionales como para redes sociales. El contenido mínimo ofrecido en otro idioma será en Inglés, para lo que se requerirá los conocimientos necesarios del idioma para la correcta traducción.
- Realización de informes mensuales de evolución y estadísticas de cada red social, así como informes de las campañas de marketing digital desarrolladas.
- Elaboración de un plan estratégico de comunicación online.
- Servicios de consultoría y asesoramiento a los técnicos municipales.
- Control y seguimiento de la facturación de las acciones publicitarias realizadas en redes y/o medios online.

## · 2.- Propuesta de gestión y mantenimiento de redes sociales.

**11 puntos**

1.- A modo enunciativo, pero no limitativo, las redes sociales actuales de Turismo de Valladolid son:

- Gestión de las Redes existentes en la Actualidad dependientes del área de Turismo:
  - o **Info.Valladolid**, Twitter, Facebook, Instagram, Youtube
  - o **Saborea Valladolid**, Twitter, Facebook, Instagram,
  - o **Valladolid Ciudad de Cine**, Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn
  - o **Learn Spanish in Valladolid**: 100% Español, Twitter, Facebook, Instagram
  - o **Fiestas Valladolid**, Twitter, Facebook, Semana Santa, Twitter, Facebook,
  - o **Pingüinos**, Twitter
- Apoyo a Redes existentes vinculadas con el área de Turismo, pero no propias
  - o **Casa de la India**
  - o **Concurso Nacional de Tapas y Pinchos de Valladolid**

2.- El adjudicatario deberá prestar el servicio de 'Community Manager' en relación con los perfiles de Turismo de Valladolid con las siguientes prestaciones específicas a las generales del punto 1 anterior:

### 2.1 Gestión y dinamización de perfiles.

La empresa adjudicataria debe realizar los trabajos de "Community Manager" en relación con los perfiles de Turismo de Valladolid en las diferentes plataformas, hará un análisis previo de las RRSS y propondrá al responsable del Contrato una estrategia previa de las mismas. La gestión de cada una de las redes deberá adaptarse a la idiosincrasia de la propia red y al público al que se dirige, con especial atención a la publicación de contenidos en otros idiomas.

La empresa compartirá un **calendario con la planificación semanal** en el que recogerán todas las entradas a publicar en las distintas redes, que será validado con carácter previo por el responsable del contrato.

La empresa adjudicataria realizará la difusión y dinamización en redes sociales de eventos celebrados o en los que participe o colabore el Área de Turismo, Eventos y Marca Ciudad y su seguimiento y publicación intensiva en momentos de celebración de los mismos, así como el desarrollo de un informe sobre el resultado de dicha difusión.

El Ayuntamiento de Valladolid podrá solicitar a la adjudicataria que abra y gestione perfiles en otras redes distintas a las que ya tiene abiertas, durante la duración del contrato y siempre que se considere relevante por su novedad e interés público.

Los contenidos serán:

- Propios:
  - Notas de prensa (ilimitadas)
  - Expresamente elaborados para redes de Turismo de Valladolid.
- De terceros:
  - Compartidos de noticias y actualidad.

La empresa adjudicataria podrá proponer la realización de concursos o sorteos. Para la realización de estos sorteos la empresa adjudicataria deberá gestionar la elección de los ganadores, así como publicar y elaborar las correspondientes bases legales.

Deberá realizar una inversión de 120 euros/mes en publicidad en los diferentes perfiles de redes sociales de Turismo de Valladolid con cargo al precio del contrato. La inversión se podrá acumular en varios meses para realizar campañas más puntuales que requieran una mayor inversión. También deberá realizar la gestión de campañas de captación a través de sistemas ads de las diferentes plataformas de anuncios de las redes sociales.

La empresa adjudicataria **no podrá realizar las siguientes acciones:**

Conexión entre diferentes redes sociales de forma automática de forma que se autopubliquen post de unas redes en otras. (facebook enlazado con instagram por ejemplo).

· La compra de seguidores o cualquier acción que mejore los resultados de la marca en redes sociales de forma artificial (salvo acciones ADS).

#### *2.2 Respuestas y atención de usuarios.*

Resolución de dudas de seguidores de RRSS y viralización. La respuesta a las dudas o comentarios planteados debe hacerse en un breve plazo (24 horas en días laborables). Las respuestas serán siempre con las garantías de veracidad que resulten de contrastar las respuestas con los técnicos municipales. La respuesta se deberá realizar en el idioma en que fue planteada, siendo como mínimo la respuesta en inglés.

#### *2.3 Elaboración de infografías, videos, creativities y gifs para las redes sociales y contenido web.*

El diseño de piezas creativas debe realizarse con total adaptación a lo establecido para cada uno de los tipos de redes sociales, se seguirá en su caso el manual de identidad corporativa de marca de Valladolid.

Los contenidos se introducirán en las redes de lunes a domingo, ambos incluidos y en horario de máxima relevancia según se vaya determinando por el responsable del contrato a la vista de los informes de seguimiento.

Incluye los siguientes servicios relacionados:

- Diseño gráfico de las piezas comunicativas adaptadas a cada plataforma social.
- Creación y edición de vídeos e infografía acerca de temáticas de interés. Estos vídeos podrán ser tanto de carácter institucional como vídeos para redes de corta duración en diversos formatos.
- Publicación de vídeos en directo y edición de resúmenes de eventos
- Diseño de cartelería para la difusión de eventos o comunicados con la información proporcionada por los técnicos municipales.
- Cesión del archivo digital propio y administración del material gráfico de Turismo de Valladolid.
- Utilización y promoción del catálogo de imagen corporativa municipal

La creación de videos está incluida en el presupuesto mínimo indicado en el apartado anterior de 5.000€ anuales.

Mensualmente se deberán publicar los siguientes formatos especiales: gráficas, videos o animaciones e infografías. Se coordinará con la responsable de comunicación de Turismo los formatos y lugar de publicación.

La empresa adjudicataria es responsable de la creación de copys para las diferentes redes sociales que fomenten la atención de los seguidores en redes sociales y ayuden a la difusión en prestigio de la marca Valladolid.

#### *2.4. Recopilación de información y elaboración de informes.*

Al inicio del contrato, el adjudicatario realizará una propuesta de indicadores o KPI's que permitan medir el cumplimiento de los objetivos que se determinen por el responsable de contrato y la empresa adjudicataria.

La empresa adjudicataria realizará una monitorización mensual de las redes sociales y recopilará la información relevante de los indicadores que se determinen.



La empresa adjudicataria deberá emitir **un informe semestral** en el que se realice un análisis y una propuesta de mejora de los resultados obtenidos tras la monitorización mensual de las redes sociales de Turismo de Valladolid, siguiendo la metodología y utilizando las herramientas necesarias para llevar a cabo esta tarea.

El informe semestral deberá incluir los siguientes apartados:

- Informe sobre el impacto de la promoción en redes sociales.
- Informe de la situación de la competencia.
  
- Análisis de la audiencia
- Datos relativos a la evolución KPIs de cada mes por cada una de las redes sociales.

Deberá elaborarse un cuadro de mando al mes que muestre la evolución KPIs de cada red social, la evolución KPIs, así como un conteo de las publicaciones de cada asociado por mes y el acumulado.

- Conclusiones y demás datos fundamentales para conocer el estado de las redes sociales.
- Propuestas de mejora. Deberá informarse al equipo técnico sobre nuevos formatos, tendencias del mercado, contenido novedoso y la posibilidad de estar presentes en nuevas redes sociales

### · 3.- Propuesta de generación y mantenimiento de contenidos de los portales: **11 puntos**

#### 3.1. Generación y dinamización de los portales.

- Generación y actualización constante, según cambios, de los contenidos dinámicos de los portales, como eventos de calendario.
- Generación y actualización de microsites ligados a eventos de interés turístico.
- Generación de contenido tipo noticia para nutrir de forma constante el apartado de actualidad de los portales.
- Actualización de blog corporativo, previa propuesta de temas y calendario editorial, que será acordado con el responsable del contrato.
- Revisión periódica de contenidos estáticos para garantizar su actualización (horarios, datos de contacto, etc.)
- Actualización de los contenidos estáticos en los idiomas ofertados.
- Revisión periódica de los contenidos de los portales, de enlaces internos y externos, con el fin de mejorar la experiencia del usuario en el portal y mejorar el posicionamiento.
- Gestión de la documentación para descarga en el portal.
- Adecuación de las imágenes, videos, infografías, y en general cualquier material gráfico generado en el apartado 2.3., a las características de los portales para favorecer su visualización en dispositivos móviles y en escritorio, reducir el tiempo de carga del portal e incluir atributos que favorezcan el posicionamiento orgánico en buscadores también por imagen.
- Durante el desarrollo del nuevo portal institucional de turismo, el adjudicatario será responsable de:
  - o Realización de propuestas de nuevo contenido.
  - o Revisiones y pruebas que el equipo técnico consideren necesarias, en relación con el contenido web, para la construcción del nuevo portal.
  - o Generación de contenido para páginas de nueva creación.
  - o Apoyo y asesoramiento a través de propuestas de estructura y navegación web, propuesta de keywords y generación de textos con adecuación a SEO.
  - o Campañas de mailing. Estrategia para email marketing. Desarrollo de las campañas.
  - o Propuesta de dinámicas de promoción.

Todas estas acciones se realizarán teniendo en cuenta los criterios valorados por los buscadores para el posicionamiento orgánico del contenido.

#### 3.2. Respuestas y atención de usuarios.

Atención permanente de las direcciones de correo electrónico asociadas y relativas a los portales institucionales de Turismo de Valladolid. Resolución de dudas que se planteen tanto a través de los portales y cuentas asociadas, como de otras cuentas relacionadas, como pueden ser las cuentas de Google o YouTube por ejemplo. La respuesta a las dudas o comentarios planteados debe hacerse en un breve plazo (24 horas en días laborables). Las respuestas serán siempre con las garantías de veracidad que resulten de contrastar las respuestas con los técnicos municipales.

#### 3.3. Recopilación de información y elaboración de informes.

Al inicio del contrato, el adjudicatario realizará una propuesta de indicadores o KPI's que permitan medir el cumplimiento de los objetivos que se determinen por el responsable de contrato y la empresa adjudicataria.

La empresa adjudicataria realizará una monitorización mensual de los portales y recopilará la información relevante de los indicadores que se determinen.

La empresa adjudicataria deberá emitir **un informe semestral** en el que se realice un análisis y una propuesta de mejora de los resultados obtenidos tras la monitorización mensual de los portales de Turismo de Valladolid, siguiendo la metodología y utilizando las herramientas necesarias para llevar a cabo esta tarea.



El informe semestral deberá incluir los siguientes apartados:

- Informe sobre el impacto de los portales.
- Informe de la situación de la competencia.
- Análisis de la audiencia
- Datos relativos a la evolución KPIs de cada mes por cada una de los portales. Deberá elaborarse un cuadro de mando al mes que muestre la evolución KPIs de cada portal, la evolución KPIs, así como un conteo de las publicaciones de cada asociado por mes y el acumulado.
- Conclusiones y demás datos fundamentales para conocer el estado de los portales Web.
- Propuestas de mejora. Deberá informarse al equipo técnico sobre nuevos formatos, tendencias del mercado, contenido novedoso y la posibilidad de mejoras en los posicionamientos de los portales.

#### 3.4. Otras funciones.

**Comunicación física:** El responsable de la gestión de contenidos de los portales Web será responsable de mantener actualizada la información de los paneles informativos (expositores exteriores, pantallas informativas, tótems) instalados en Valladolid, que deberán ser actualizados como mínimo una vez a la semana o cuando la información que se genere por otros medios sea de interés general por lo que se actualizará a la mayor brevedad. Será responsable de la correcta comunicación, por las vías que cada sistema requiera, de los sistemas y la sincronización de la información automática.

**Gestión incidencias técnicas:** La empresa adjudicataria realizará la gestión y seguimiento de incidencias técnicas con la empresa adjudicataria del mantenimiento técnico de los portales, reportando a los técnicos municipales y responsable del contrato del estado de las incidencias, incumplimientos contractuales de la empresa adjudicataria del mantenimiento técnico, y en general toda la información relevante.

**Asistencia a reuniones:** Es de obligado cumplimiento para el responsable de la gestión de los contenidos la asistencia a las reuniones que le sean demandadas por el Área de Turismo, Eventos y Marca Ciudad.

- **4.- Propuesta de material gráfico a desarrollar con un presupuesto de 5.000€ anuales. 3 puntos**

## MAYOR CUALIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO HUMANO 10 PUNTOS

En la puntuación de este criterio se tendrá en cuenta valoración en conjunto del currículo laboral y académico de esos trabajadores, analizando la influencia conjunta de la experiencia concreta y formación específica de la cualificación que esos trabajadores van a aportar a los trabajos objeto del contrato.

Se deberá acreditar documentalmente mediante:

- Currículum laboral y formativo de las personas adscritas al contrato.
- Copia de los títulos académico y certificados de aprovechamiento de los cursos formativos
- Para personal asalariado: Vida laboral y contrato de trabajo o certificación de la empresa donde hayan adquirido la experiencia laboral, en la que conste específicamente la duración de los periodos de prestación del contrato, la actividad desarrollada y el intervalo de tiempo en el que se ha realizado dicha actividad. La certificación de la empresa deberá describir brevemente las actividades desarrolladas, el tiempo de dedicación (no de días y horas de dedicación) y las fechas.
- Para trabajadores autónomos: Vida laboral y descripción breve de las actividades desarrolladas, el tiempo de dedicación (no de días y horas de dedicación) y las fechas, pudiéndose exigir las facturas o contratos que acrediten dicha actividad.
- **Jefe de proyecto, Community Manager, Diseñador/a gráfico/a y técnico/a de vídeo y · Gestor de contenidos**

Se valorará la mayor experiencia a la mínima exigida en el PPT, con la siguiente distribución de la puntuación:

- **Mayor experiencia del Community Manager. 5 puntos.**

Se tendrá en cuenta el conocimiento y experiencia en redacción de contenidos para redes sociales turísticas, así como redacción de contenidos en otros idiomas. Imprescindible acreditación en vida laboral.

· **Community Manager:** El equipo deberá estar compuesto por al menos una persona que sea experta en comunicación estratégica y en redes sociales. La capacidad profesional se acreditará mediante titulación académica relacionada con comunicación audiovisual con nivel de licenciatura o grado y con experiencia profesional, de al menos 3 años, en gestión de proyectos o realización de funciones y tareas iguales o similares a las indicadas en este pliego. Un miembro del equipo deberá tener nivel de idiomas alto en inglés, para ello se acreditará mediante la presentación del



correspondiente certificado de nivel de idiomas. El ayuntamiento de Valladolid se reserva el derecho de comprobar que esta persona tenga el adecuado nivel de inglés para la gestión de redes turísticas con proyección internacional.

· **Mayor experiencia del Gestor de Contenidos.**

**5 puntos.**

Se tendrá en cuenta conocimiento y experiencia en el uso del software utilizado como gestores de contenidos de los portales web y newsletters, además de conocimiento en cualquier otro software relacionado con esta gestión. También se tendrá en cuenta el conocimiento de la actividad y actualidad turística de la ciudad.

· **Gestor de contenidos.** Para la realización de este servicio el adjudicatario asignará profesionales con la titulación de periodista, marketing y comunicación online, o grado equivalente, con la experiencia en este tipo de trabajos de al menos 3 años. Se tendrá en cuenta conocimiento y experiencia en el uso del software utilizado como gestores de contenidos de los portales web y newsletters, además de conocimiento en cualquier otro software relacionado con esta gestión. También se tendrá en cuenta el conocimiento de la actividad y actualidad turística de la ciudad. Imprescindible acreditación en vida laboral.

La distribución de la puntuación se hará de manera proporcional en todos los aspectos de valoración enunciados, atribuyéndole la calificación de:

a. Muy buena: cuando se realice un estudio detallado del aspecto en cuestión y se propongan medidas de actuación adecuadas, precisas, bien definidas e innovadoras.

b. Buena: cuando el estudio y propuesta en relación con el elemento a valorar sea detallado, y se propongan algunas medidas de actuación precisas e innovadoras.

c. Regular: cuando se limite a un somero estudio de los servicios y/o se realicen aportaciones de actuación escasas y/o poco precisas.

d. Mala: cuando se mejoren muy escasamente los aspectos a valorar por encima de los mínimos exigidos en la documentación técnica que defina el objeto del contrato.

e. Muy mala: cuando no se mejoren ninguno de los aspectos a valorar por encima de los mínimos exigidos en la documentación técnica que defina el objeto del contrato.

Corresponderá la máxima puntuación en la valoración de cada aspecto a la oferta que reciba la calificación de “muy buena”; de la máxima a 3/4 de esa puntuación, a la considerada como “buena”; de 3/4 a la mitad, a la calificada como “regular”; de la mitad a 1/4 de los puntos, a la calificada como “mala”, y cero puntos a la calificada como “muy mala”. El informe de valoración detallara los motivos que en cada oferta y en cada aspecto merecen una u otra calificación, haciendo especial mención, en su caso, a la incorporación de métodos, procesos, sistema o productos especialmente innovadores.

## C. PROPUESTAS RECIBIDAS

---

Se han presentado doce empresas:

1. ACCIONALAB
2. AMAZING UP
3. AUTORITAS CONSULTING
4. SUSANA DIEZ PEREZ - COMUNICACIÓN HONESTA
5. COMUNICA MEDIATRADER SLU - COONIC COMMUNICATION
6. DEREJO PRODUCCIONES
7. DOUBLE DOT
8. GOOD NEWS
9. PPT MARKETING & TIC SL - HIBERUS
10. IMAGINA ADVERTISING
11. TELECYL SA - MADISON
12. METROPOLIS COMUNICACIÓN



## D. ANÁLISIS DE LAS PROPUESTAS RECIBIDAS

### 1.- ACCIONALAB

#### PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO

**30 PUNTOS**

##### · Propuesta de funcionamiento general.

**5 puntos**

Se sugerirá al equipo del Área de Turismo, Eventos y Marca Ciudad la solicitud de verificación de todas las cuentas en todas las redes sociales (teniendo en cuenta que esta opción es de pago en algunas y que lo asumiría el área), para que los usuarios los perciban como oficiales, y se asumirá la ejecución de dicha solicitud en caso de aprobarse.

- Redefinición de la estrategia de hashtags, seleccionando los más utilizados para aprovechar su potencial.
  - Escucha activa e interacción con cuentas, para participar en conversaciones y dar mayor visibilidad a los perfiles.
  - Para ampliar comunidades de forma orgánica, funciona muy bien seguir a usuarios de interés para facilitar que conozcan los perfiles del Área de Turismo, Eventos y Marca Ciudad y devuelvan el follow. Utilizaremos para encontrarlos, sobre todo, la geolocalización.
  - Utilización de días mundiales, días internacionales y otras efemérides como perchas para compartir contenido; en el caso de X, además, sumarse a tendencias nacionales.
  - Los contenidos se publicarán en otros idiomas (como mínimo, inglés) cuando sea necesario.
  - La actualización de las imágenes de perfil y de portada de las diferentes redes se consensuará siempre con el equipo del área.
  - Se revisarán y actualizarán todas las pestañas de información de las páginas de Facebook, así como las biografías de X.
  - Los hilos de X, en la media de lo posible, no serán de más de tres mensajes, para evitar que los centrales se pierdan.
  - Cuando así lo establezca el equipo del Área de Turismo, Eventos y Marca Ciudad, se realizarán sorteos a través de los perfiles.
  - Aunque se trate el mismo tema, los copys serán diferentes en todas las redes sociales.
  - En los canales de YouTube, se valorará la posibilidad de incluir vídeos cortos en formato vertical en la pestaña de Shorts.
  - Se interactuará habitualmente con los perfiles de museos y teatros de la ciudad, también con los del Área de Cultura
- El licitador propone que haya una comunicación fluida entre su empresa y la concejalía a través de un grupo de wash app y de una carpeta compartida en drive. Relaciona algunos de sus medios técnicos, sencillos. Proponen elaborar un Social Media Plan. Y una estrategia con 3 líneas de actuación genéricas.

**Se considera buena 4**

##### · Propuesta de gestión y mantenimiento de redes sociales.

**11 puntos**

###### 1.- las redes sociales actuales de Turismo de Valladolid. 3

Propone una estrategia según el tipo de RRSS. Retroalimentación de contenidos.

Cita todas las rrss y la propuesta de cada una. Con su calendario.

**Se considera buena 2,5**

###### 2.1 Gestión y dinamización de perfiles. 2

Propone auditoría previa, geolocalización, uso de idiomas puntualmente, actualización de imágenes, hilos X, Cronología de perfiles.

**Se considera buena 1,5**

###### 2.2 Respuestas y atención de usuarios. 2

El mantenimiento será 24/7. En relación a la resolución de dudas planteadas por los usuarios o la respuesta a comentarios y mensajes, el tiempo de respuesta será de entre 2 y 5 horas en días laborables y de entre 4 y 7 horas en fines de semana y festivos, si bien el equipo de AcciónLab tratará de reducir al máximo esos tiempos.

**Se considera buena 1,5**

###### 2.3 Elaboración de infografías, vídeos, creatividades y gifs para las redes sociales y contenido web. 2

No se detalla

**Se considera muy mala 0**

###### 2.4. Recopilación de información y elaboración de informes. 2

Proponen un informe semanal, otro semestral y un informe de resultados de algunos eventos.

Informes de las campañas de publicidad, y reproducciones de vídeos o nº de clics.

**Se considera buena 1,5**

##### · Propuesta de generación y mantenimiento de contenidos de los portales:

**11 puntos**

###### 3.1. Generación y dinamización de los portales. 4

Dinamización, uso y optimización SEO, generación de contenido. Actualizar datos y formularios.

Idiomas, descargas y optimización archivos y gráficos. Nuevo portal aportación revisiones y

actualización contenidos e imágenes.

**Se considera buena 3**

3.2. Respuestas y atención de usuarios. 2

Respuestas en 12 horas y 24 en festivos. Sin mayor detalle.

**Se considera buena 1,5**

3.3. Recopilación de información y elaboración de informes. 2

Los informes de resultados de los diferentes portales webs se harán llegar

entre los días 1 y 7 del mes siguiente al objeto de análisis. también un informe semestral para medir el rendimiento de los diferentes portales a lo largo del tiempo, y redefinir la estrategia. Determinar cómo se puede aprovechar ese interés concreto para mejorar la estrategia general.

Se tendrán en cuenta, sobre todo, en el caso de info.valladolid.es/blog, las entradas antiguas (anteriores a 2023) que estén recibiendo más visitas, para valorar su actualización de cara a un mejor posicionamiento SEO

Para poder sacar toda la información relativa al tráfico y ofrecer un informe detallado, conectaremos las diferentes páginas a Google Analytics y Tag Manager,

**Se considera buena 1,5**

3.4. Otras funciones. 3

Comunicación física mantener actualizada la información que aparece en los paneles informativos (expositores exteriores, pantallas informativas y tótems. Los contenidos se actualizarán, cada semana, o cuando haya información especial  
Gestión de incidencias técnicas: nos ocuparemos de realizar el seguimiento del correcto funcionamiento de todos los portales web, para detectar posibles problemas y comunicaremos las incidencias a la empresa adjudicataria del contrato de su mantenimiento técnico, así como a los técnicos municipales.

**Se considera buena 2**

· **Propuesta de material gráfico a desarrollar con un presupuesto de 5.000€ anuales. 3 puntos**

Propone 12 videos Youtube para info, 4 para film y 4 reportajes fotográficos para info y 1 para film.

**Se considera buena 2,50**

**MAYOR CUALIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO HUMANO**

**10 PUNTOS**

Cumple con la estructura de personal.

· **Mayor experiencia del Community Manager.**

**5 puntos.**

La experiencia de Comunity IRIS MAGDALENA, acreditada en vida laboral es de 533 días.

Se considera regular 2,5

· **Mayor experiencia del Gestor de Contenidos.**

**5 puntos.**

La experiencia de Gestor de Contenidos, DIEGO LAFORGA, acreditada en vida laboral es de 7 años.

Se considera Buena 3,75

EMPRESA	CRITERIO	DETALLE	PUNTUACION MAXIMA	PUNTUACION
ACCIONALAB	PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO			
		Propuesta de funcionamiento	5	4,00
		Propuesta de gestión de redes sociales	11	7,00
		Propuesta de generación de contenidos	11	10,00
		Propuesta de material gráfico	3	2,50
ACCIONALAB	CUALIFICACIÓN EXPERIENCIA EQUIPO HUMANO			
		Mayor experiencia del Community Manager	5	2,50
		Mayor experiencia del Gestor de Contenidos	5	3,75
<b>TOTAL</b>			<b>40</b>	<b>29,75</b>

**2.- AMAZING UP**

**PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO**

**30 PUNTOS**

· **Propuesta de funcionamiento general.**

**5 puntos**

El licitador propone una Estrategia basada en datos y en revisión permanente, una Visión holística de la comunicación, Creatividad e innovación, nuevas rrss, Desarrollo audiovisual y Búsqueda de la participación activa. Todo ello bien detallado.





**Estrategia basada en datos y en revisión permanente.** Realización de un trabajo de investigación cuantitativa y cualitativa que combinen no solo los datos ofrecidos por las diferentes plataformas sociales, sino la posibilidad también de integrar encuestas, entrevistas y grupos de discusión virtuales con seguidores de las distintas plataformas sociales. Con ello aspiramos a conseguir un conocimiento rico y profundo que nos permita establecer una estrategia de éxito.

**Visión holística de la comunicación.** Si viene el presente proyecto, se centra en la comunicación digital turística de la ciudad de Valladolid, entendemos que la comunicación se ha de concebir desde una perspectiva holística, que integre de manera global todas las comunicaciones que lleva a cabo la ciudad, y más cuando estamos tratando de asociar a la misma determinados atributos como el de la creatividad y el de la sostenibilidad.

**Creatividad e innovación.** El tercer gran criterio que guiará nuestra comunicación digital está relacionado con la creatividad y la innovación en la medida en que estos dos son atributos que se quieren asociar con la nueva marca turística de la ciudad.

**Desarrollo audiovisual.** De acuerdo con el pliego, uno de los elementos que se quiere potenciar en la comunicación digital turística de la ciudad de Valladolid es el componente audiovisual, que creemos fundamental tanto para tener una presencia destacada en redes sociales y en la web,

**Búsqueda de la participación activa.** El último criterio que va a determinar el funcionamiento general de nuestro plan de comunicación turística digital es el de la búsqueda de la participación activa de las audiencias

**Se considera buena 4,0**

· **Propuesta de gestión y mantenimiento de redes sociales.**

**11 puntos**

*1.- las redes sociales actuales de Turismo de Valladolid. 3*

No las cita. Hace una propuesta de nuevas cuentas o perfiles profesionales. Propone una estrategia según el tipo de RRSS. Retroalimentación de contenidos.

**Se considera regular 2**

*2.1 Gestión y dinamización de perfiles. 2*

Se desarrollará un mapa de perfiles sociales vinculados con la marca Valladolid Ciudad Creativa que permita identificar y asociar a los perfiles sociales de turismo de la ciudad todos aquellos de carácter turístico.

En este sentido, proponemos la elaboración de manera conjunta de argumentarios que puedan ser compartidos en las plataformas sociales por diferentes perfiles y que se complementen a través de la citación mutua.

Propone monitorización de datos compartir con facebook Instagram.

**Se considera regular 1**

*2.2 Respuestas y atención de usuarios. 2*

Interacción con la audiencia. El hecho de contestar a la comunidad, bien por comentarios o por mensaje directo, da confianza al público, ya que reforzamos la idea de que hay alguien detrás de la pantalla. Esta respuesta deberá ser en un tono profesional pero cercano, respetuoso y dando respuesta a posibles consultas o críticas. No indica el mantenimiento ni plazos de solución de dudas planteadas.

**Se considera mala 0'5**

*2.3 Elaboración de infografías, videos, creatividades y gifs para las redes sociales y contenido web. 2*

Catálogo de material gráfico y multimedia. Por último, y como complemento de los catálogos de fotografía y vídeo, se planteará el desarrollo de gráficos personalizados, infografías, GIFs animados y diseño para ser usados en publicaciones y campañas específicas, solo en la propuesta de 5.000 €. No se detalla en su apartado .

**Se considera regular 1**

*2.4. Recopilación de información y elaboración de informes. 2*

Al finalizar cada campaña o promoción específica se realizará un pequeño análisis de los resultados y, de manera mensual, se realizará un informe con todos los análisis de ROI de las campañas de marketing digital desarrolladas.

Estos datos se utilizarán para realizar los ajustes pertinentes en cada caso.

Asimismo, se realizará un informe semestral en el que se realice un análisis y una propuesta de mejora de los resultados obtenidos tras la monitorización mensual de las redes sociales de Turismo de Valladolid. Este informe, tanto a nivel mensual como semestral, incluirá un análisis del impacto de la promoción en redes sociales, un análisis de la situación de la competencia y un análisis del comportamiento de la audiencia, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativos.

En el informe mensual se recogerán datos relativos a la evolución KPIs de cada mes por cada una de las redes sociales. Este informe mensual incluirá un conteo de las publicaciones de cada asociado por mes y el acumulado.

**Se considera buena 1,5**

· **Propuesta de generación y mantenimiento de contenidos de los portales:**

**11 puntos**

*3.1. Generación y dinamización de los portales. 4*

*Fase 1: Investigación De la misma manera que se propone una auditoría de medios sociales, se llevará a cabo un análisis del posicionamiento web de Turismo de Valladolid*

*Fase 2: Planificación estratégica De acuerdo con los resultados de la fase de auditoría web que hemos descrito en el apartado anterior, y de común acuerdo con Turismo de Valladolid, en esta fase se establecerán metas claras y medibles para la marca Valladolid Ciudad Creativa*

*Fase 3: Creación y curación de contenidos* Produciremos contenidos originales y atractivos que reflejen la marca Valladolid Ciudad Creativa, utilizando diversos formatos para mantener el interés y la participación.

*Fase 4: Publicación*

Se planteará un calendario mensual de contenidos a publicar cada semana en los diferentes portales turísticos que se complemente con el calendario de publicación en redes sociales y que, en el caso de la web,

*Fase 5: Evaluación y mejoras*

Por último, realizaremos un análisis mensual de rendimiento. A través de diferentes herramientas de analítica web se monitorizará el desempeño de los contenidos, evaluando métricas como tráfico, tiempo de permanencia Estrategias SEO, generación de contenido. Retuits.

Calendario mensual de publicaciones sin detallar.

**Se considera regular 2,5**

3.2. Respuestas y atención de usuarios. 2

No se detallan

**Se considera muy mala 0**

3.3. Recopilación de información y elaboración de informes. 2

No se detallan

**Se considera muy mala 0**

3.4. Otras funciones. 3

recopilar comentarios de los usuarios y públicos objetivos para realizar ajustes continuos en la estrategia de contenido, asegurando su alineación con los objetivos de la marca y las expectativas de la audiencia. Gracias a esta retroalimentación se plantearán los ajustes que se consideren necesarios para reactivar una revisión y actualización de una nueva fase 2 cada mes

**Se considera mala 1**

· **Propuesta de material gráfico a desarrollar con un presupuesto de 5.000€ anuales. 3 puntos**

Plan de fotografía y audiovisual sin detallar cantidades.

**Se considera mala 1**

## MAYOR CUALIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO HUMANO

**10 PUNTOS**

No informa de toda la estructura de personal.

· **Mayor experiencia del Community Manager. Pablo Vidal.**

**5 puntos.**

La experiencia de Community se acreditada en vida laboral, dos años y 7 meses.

Se considera regular 2,5

· **Mayor experiencia del Gestor de Contenidos. Desiré Cremades**

**5 puntos.**

La experiencia de Gestor de Contenidos acreditada en vida laboral es de casi tres años.

Se considera regular 2,5

EMPRESA	CRITERIO	DETALLE	PUNTUACION MAXIMA	PUNTUACION
AMAZING UP	PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO			
		Propuesta de funcionamiento	5	4,00
		Propuesta de gestión de redes sociales	11	6,00
		Propuesta de generación de contenidos	11	3,50
		Propuesta de material gráfico	3	1,00
AMAZING UP	CUALIFICACIÓN EXPERIENCIA EQUIPO HUMANO			
		Mayor experiencia del Community Manager	5	2,50
		Mayor experiencia del Gestor de Contenidos	5	2,50
<b>TOTAL</b>			<b>40</b>	<b>19,50</b>

### 3.- AUTORITAS CONSULTING

Se valora solo hasta la pagina 50, ya que presenta 54. No se valora a partir de la 50.

#### PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO

30 PUNTOS

##### · Propuesta de funcionamiento general.

El licitador propone una Estrategia basada en Estrategia, creatividad y experiencia. Todo ello bien detallado.

**Se considera buena 4,0**

LÍNEA ESTRATÉGICA	OBJETIVO	INDICADOR	KPI
CONSTRUIR IDENTIDAD	Incrementar la notoriedad del destino	Menciones a la marca	Aumento mensual de menciones a la marca
	Potenciar el posicionamiento	Vistas a la web	Aumento mensual de visitas a la página
GENERAR CONFIANZA	Consolidar y promover la identidad única de Valladolid como destino turístico destacando, mediante un patrimonio cultural, gastronómico y natural	Menciones al posicionamiento	Equilibrar la generación de contenidos
	Fomentar la percepción de Valladolid como un destino turístico fiable y de calidad mediante contenidos digitales auténticos y la interacción con la audiencia.	Menciones a los productos turísticos	Equilibrar la generación de contenidos
	Aumentar el volumen de seguidores en los perfiles de redes sociales.	Impacto directo de los contenidos	Aplicar el manual de imagen corporativa
	Convertir a Valladolid en un destino turístico destacado en la web.	Conseguir impresiones mediante los diferentes canales	Incremento mensual de impresiones en RRSS y en la web
	Conseguir aliados. Fomentar la participación de terceros	Lograr una tasa de engagement óptima	Incremento/mes del ratio entre interacciones y posts
		Número de followers, suscripciones, vistas, etc.	Incremento/mes de los seguidores en redes (a RRSS)

5 puntos

##### · Propuesta de gestión y mantenimiento de redes sociales.

1.- las redes sociales actuales de Turismo de Valladolid. 3

Cita y hace una propuesta de la rrs de turismo. Propone una estrategia según el tipo de RRSS, genérica.

**Se considera regular 2**

2.1 Gestión y dinamización de perfiles. 2

Propone recomendaciones de cada Red, con indicadores, informes y mejora, aunque todo genérico.

**Se considera regular 1**

2.2 Respuestas y atención de usuarios. 2

No indica el mantenimiento ni plazos de solución de dudas planteadas

**Se considera muy mala 0**

2.3 Elaboración de infografías, videos, creatividades y gifs para las redes sociales y contenido web. 2

En algunas redes indica que se establecerá una línea visual más atractiva y llamativa, con infografías, creatividades e imágenes/videos informativos para el usuario, de manera genérica.

**Se considera regular 1**

2.4. Recopilación de información y elaboración de informes. 2

Para la evaluación de los resultados nos basamos en 2 tipos de informes:

- Un cuadro de indicadores o cuadro de mando que recoge el resumen de los principales objetivos a conseguir.
- Un informe de actividad con el desglose completo y ampliado de la actividad realizada durante el periodo de estudio.

Además, incorporamos al proyecto un tercer informe de mejora continua. Proponen un informe con Un cuadro de indicadores o cuadro de mando que recoge el resumen de los principales objetivos a conseguir. Y un informe de actividad con el desglose completo y ampliado de la actividad realizada durante el periodo de estudio, pero no detalla los plazos

**Se considera regular 1**

##### · Propuesta de generación y mantenimiento de contenidos de los portales:

11 puntos

3.1. Generación y dinamización de los portales. 4

Disponemos de una web instalada de php server que nos sirve para monitorizar cualquier incidencia que pueda producirse en una página web, de tal forma que cada 15' se realiza un chequeo de la web y en caso de que exista algún disfuncionamiento recibimos un email con el aviso.

Control de versiones Disponemos de una web en wordpress y Main WP que nos permite realizar una correcta y centralizada gestión de versiones, tanto para el CMS, los plugins, los idiomas, la salud del sitio, etc, dedicamos capítulo para su explicación pormenorizada. Seguridad Extremamos la seguridad en los accesos y en los accesos no deseados. Incluimos un control de doble factor para el acceso a la web

Rendimiento Analizamos en base a los indicadores de GTMTRIX y de Google Page Speed los elementos que perjudican el rendimiento para establecer su mejora. Incluimos el análisis y la evolución de rendimientos en los informes mensuales Arquitectura Servidor ubuntu en la nube con AWS Diseño Desarrollado a lo largo de la oferta Posicionamiento Invertimos tiempo y en aplicaciones para mejorar el SEO. SEO Extremar las medidas de cumplimiento de la ley, tanto para RGPD Cookies y RGPD como para accesibilidad. Disponemos de baterías de herramientas y de informes preestablecidos que simplifican el trabajo y nos ayudan a dirigir en base a datos.

**Se considera regular 2**

3.2. Respuestas y atención de usuarios. 2

No se detallan

**Se considera muy mala 0**

3.3. Recopilación de información y elaboración de informes. 2

No se detallan, Informes: Solo cita de Google Analytics, no propios. Análisis comportamiento buscadores Cuando es necesario profundizar en el conocimiento de lo que ocurre en la web, como es en este proyecto, realizamos un análisis a

mayor detalle del comportamiento de los usuarios, de cómo se obtienen las visitas y del detalle página a página de los resultados

**Se considera mala 0,5**

3.4. Otras funciones. 3

No detalla, pero define en algunos momentos otras funciones estándar.

**Se considera mala 1**

· **Propuesta de material gráfico a desarrollar con un presupuesto de 5.000€ anuales. 3 puntos**

Vídeos de 1 minuto de duración: se individualizará cada uno de los vídeos por temática, de esa manera conseguiremos concretar la información y aclarar todos los aspectos mejorados en cada uno de los proyectos.

Vídeo de hasta 4 minutos de duración: en este vídeo resumiremos de forma atractiva y emocional las diferentes áreas de actuación del Ayuntamiento de Valladolid con "Turismo Valladolid"

Micro-vídeos para Redes Sociales: estarán adaptados a los formatos y premisas de las plataformas de redes sociales y la intención comunicativa será más rápida y dinámica

Detalla videos, micro videos, técnicas y equipos, pero no lo valora económicamente, ni detalla cantidades. Plan de fotografía y audiovisual sin detallar.

**Se considera mala 1**

## MAYOR CUALIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO HUMANO

**10 PUNTOS**

No figura la estructura de personal.

· **Mayor experiencia del Community Manager.**

**5 puntos.**

La experiencia de Community no se acreditada en vida laboral.

Se considera muy mala 0

· **Mayor experiencia del Gestor de Contenidos.**

**5 puntos.**

La experiencia de Gestor de Contenidos no se acreditada en vida laboral.

Se considera muy mala 0

EMPRESA	CRITERIO	DETALLE	PUNTUACION MAXIMA	PUNTUACION
AUTORITAS CONSULTING	PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO			
		Propuesta de funcionamiento	5	4,00
		Propuesta de gestión de redes sociales	11	5,00
		Propuesta de generación de contenidos	11	3,50
		Propuesta de material gráfico	3	1,00
AUTORITAS CONSULTING	CUALIFICACIÓN EXPERIENCIA EQUIPO HUMANO			
		Mayor experiencia del Community Manager	5	0
		Mayor experiencia del Gestor de Contenidos	5	0
<b>TOTAL</b>			<b>40</b>	<b>13,50</b>

## 4.- SUSANA DIEZ PEREZ - COMUNICACIÓN HONESTA

### PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO

**30 PUNTOS**

· **Propuesta de funcionamiento general.**

**5 puntos**

El licitador propone una Estrategia basada en la creación de calendarios flexibles, la toma de decisiones de forma integral dentro del equipo y la comunicación continua y fluida con el cliente. Sin más propuestas ni detalles.

La creación de calendarios flexibles. De forma mensual, el equipo de Por Fin adjuntará un calendario de publicaciones en las redes y de contenidos en las distintas webs en el que se contemplará también el material adyacente necesario: apoyo gráfico, notas de prensa o cualquier tipo de soporte comunicacional que sea necesario.

La toma de decisiones de forma integral dentro del equipo. Por Fin lo formamos profesionales con distintos tipos de formación en el mundo de las ciencias de la información y de la comunicación.

Entre todo el equipo, abarcamos la totalidad de las especialidades comunicacionales regladas (periodismo, publicidad y relaciones públicas y comunicación audiovisual La comunicación continua y fluida con el cliente. Gracias a nuestra

experiencia, sabemos que la incorporación de un equipo de comunicación externo suele ser un proceso difícil de asimilar por las grandes organizaciones que están acostumbradas a sus propios flujos de trabajo. No detalla marca ciudad, ni usuarios, ni técnicas, ni monitorización, ...

**Se considera regular 2,0**

**· Propuesta de gestión y mantenimiento de redes sociales.**

**11 puntos**

**1.- Las redes sociales actuales de Turismo de Valladolid. 3**

Las cita como estudio previo y hace una propuesta de acciones de dinamización, contenidos, reportes periódicos, más ambicioso. Propone una estrategia según el tipo de RRSS. Retroalimentación de contenidos. Cita todas las rrss y la propuesta de cada una.

**Se considera buena 2,5**

**2.1 Gestión y dinamización de perfiles. 2**

No se indica

**Se considera muy mala 0**

**2.2 Respuestas y atención de usuarios. 2**

No indica

**Se considera muy mala 0**

**2.3 Elaboración de infografías, videos, creatividades y gifs para las redes sociales y contenido web. 2**

No se detalla

**Se considera muy mala 0**

**2.4. Recopilación de información y elaboración de informes. 2**

Proponen un informe mensual, sin detallar. Y encuestas de satisfacción del usuario sin detallar.

**Se considera regular 1**

**· Propuesta de generación y mantenimiento de contenidos de los portales:**

**11 puntos**

**3.1. Generación y dinamización de los portales. 4**

No cita nada en este apartado

**Se considera muy mala 0**

**3.2. Respuestas y atención de usuarios. 2**

No cita nada en este apartado

**Se considera muy mala 0**

**3.3. Recopilación de información y elaboración de informes. 2**

No cita nada en este apartado

**Se considera muy mala 0**

**3.4. Otras funciones. 3**

No cita nada en este apartado

**Se considera muy mala 0**

**· Propuesta de material gráfico a desarrollar con un presupuesto de 5.000€ anuales. 3 puntos**

Plan de fotografía y audiovisual detallado sin valorar, pero con detalle de cada una.

2.4. Propuesta de material gráfico a desarrollar teniendo previsto un presupuesto anual de 5.000 €

PROPUESTA DE MATERIAL GRÁFICO A DESARROLLAR	
DISEÑO GRÁFICO	CANTIDAD APROXIMADA
Diseño de imagen de evento que incluirá las siguientes adaptaciones a diferentes formatos y versiones off y online:	5 con carácter anual
Adaptación de imagen de evento para bolsa	1 con carácter anual
Diseño de packaging	1 con carácter anual
Diseño y maquetación de tríptico a modo de plantilla diferentes eventos	3 con carácter anual
Diseño de marquesinas	3 con carácter anual
Diseño de mupis estáticos	3 con carácter anual
FOTOGRAFÍA	
Sesión general de Valladolid y sus espacios turísticos	3 con carácter anual
Sesión general de Valladolid y sus espacios turísticos con el uso de dron	1 con carácter anual
Sesión particulares de eventos de gran repercusión para la Concejalía de Turismo	A definir
Sesión particulares de eventos de gran repercusión para la Concejalía de Turismo con el uso de dron en base a la legislación y normativa de éstos	A definir
VIDEO	
Grabación de recursos generales de Valladolid y sus espacios turísticos	3 con carácter anual
Grabación de recursos generales de Valladolid y sus espacios turísticos con el uso de dron	1 con carácter anual
Grabación particular de eventos de gran repercusión para la Concejalía de Turismo	A definir
Sesión particulares de eventos de gran repercusión para la Concejalía de Turismo con el uso de dron en base a la legislación y normativa de éstos	A definir
Edición de videos promocionales de carácter general, adaptables a cualquier red social	3 con carácter anual
Edición de videos promocionales de carácter particular, adaptables a cualquier red social en base a la agenda cultural y a los eventos de ésta	A definir
Edición de mupis audiovisuales	2 con carácter anual

**Se considera buena 2,5**

**MAYOR CUALIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO HUMANO**

**10 PUNTOS**

Identifica el equipo completo y qué persona desarrolla cada puesto solicitado.

**· Mayor experiencia del Community Manager. David Vicente**

**5 puntos.**

La experiencia de Community se acreditada en vida laboral. 3 años  
Se considera regular 3

**Mayor experiencia del Gestor de Contenidos. Josue Prieto**

**5 puntos.**

La experiencia de Gestor de Contenidos se acreditada en vida laboral. Mas de 5 años  
Se considera buena 4

EMPRESA	CRITERIO	DETALLE	PUNTUACION MAXIMA	PUNTUACION
SUSANA DIEZ PEREZ	PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO			
		Propuesta de funcionamiento	5	2,00
		Propuesta de gestión de redes sociales	11	3,50
		Propuesta de generación de contenidos	11	0'00
		Propuesta de material gráfico	3	2,50
SUSANA DIEZ PEREZ	CUALIFICACIÓN EXPERIENCIA EQUIPO HUMANO			
		Mayor experiencia del Community Manager	5	3,00
		Mayor experiencia del Gestor de Contenidos	5	4,00
<b>TOTAL</b>			<b>40</b>	<b>15,00</b>

**5.- COMUNICA MEDIATRADER SLU - COONIC COMMUNICATION**

**PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO**

**30 PUNTOS**

**Propuesta de funcionamiento general.**

**5 puntos**

El licitador propone una Estrategia Personalizada. Todo ello bien detallado.

El Ayuntamiento de Valladolid recibirá planes específicos para cada una de las webs y redes sociales, y se trabajará en crear sinergias que ayuden no sólo a optimizar los recursos y resultados 1- Dimensionar mejor los proyectos.

- 2- Fijar fechas de entrega realistas.
- 3- Rápido aprendizaje del equipo.
- 4- Feedbacks rápidos y precisos.
- 5- Autonomía, responsabilidad y profesionalidad.

**Se considera muy buena 4,5**

Plan de trabajo Coonic – Ayto. Valladolid	
Equipo Trabajo Coonic: análisis interno y entrevistas informales clave	
Estudio de litages y percepción: Fuentes secundarias / Medios de Comunicación	
Benchmarking otros ayuntamientos	
Fase de análisis DAFO	
Diagnóstico de situación del actual plan de comunicación	
Ejes Estratégicos Comunicación	
Objetivos – Estrategias – Comunicación	
Redacción plan de mejoras del plan actual de comunicación del ayuntamiento	
Aprobación - Modificaciones	
Redacción plane estratégico de comunicación final	
Puesta en marcha	
Desarrollo del servicio	
Informe de resultados - Evaluación	

**Propuesta de gestión y mantenimiento de redes sociales.**

**11 puntos**

1.- las redes sociales actuales de Turismo de Valladolid. 3

Cita todas con detalle y propuestas independientes en cada una de ellas. Con un calendario de planificación.

ACTIVIDAD / MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	ENERO
GESTIÓN DEL SERVICIO					Análisis inicial y Plan Estratégico							
FIESTAS / EVENTOS (Fecha por determinar)	Pinguinos			Semana Santa				Fiestas	Semana de Tapas	Concurso de Tapas	Navidad	
CAMPAÑAS ADS			Campaña Semana Santa		Análisis inicial y Plan Estratégico		Campaña Fiestas	Campaña Semana	Campaña Tapas	Campaña Navidad	Campaña Pinguinos	
GESTIÓN RRSS												
ESCUCHA ACTIVA												

**Se considera muy buena 2,5**

**2.1 Gestión y dinamización de perfiles. 2**

Plantea con detalle iniciativas en cada perfil.

**Se considera buena 1,5**

**2.2 Respuestas y atención de usuarios. 2**

Propone respuestas, pero dirigidas al Ayuntamiento y no determina el plazo de respuesta solicitado.

Respuesta y atención usuarios Se prestará el servicio de atención a los usuarios y usuarias en cualquiera de los canales habilitados. Las preguntas se canalizarán hacia la persona responsable del ayuntamiento o institución a la que se refiera



la pregunta, que resolverá dichas cuestiones o decidirá las acciones a realizar, siendo Coonic la responsable de realizar la devolución a la persona usuaria a través del canal original.

Además, crearemos un protocolo donde categorizaremos los debates y las preguntas para agilizar la comunicación. Las respuestas marcadas previamente, pueden ser aquellas que se responderían en un FAQ; estándar, que pueden ser respondidas por la figura de community manager; técnicas, que requieren de consulta previa del ayuntamiento; trolls, temas que se decidirá si responder u obviar; etc. El tiempo de respuesta se consensuará con el ayuntamiento de Valladolid y dependerá del tipo de información demanda.

Es fundamental brindar un servicio de atención al cliente eficiente y efectivo, asegurándose de resolver las consultas de manera oportuna y proporcionando información precisa y confiable. Esto contribuirá a la satisfacción de las usuarias y usuarios, y a la promoción positiva del destino turístico de Valladolid

**Se considera mala 0,5**

#### **2.3 Elaboración de infografías, videos, creatividades y gifs para las redes sociales y contenido web. 2**

Las publicaciones, siempre que se sea necesario, irán acompañada de elementos gráficos atractivos y que aporten valor añadido a la información, como las infografías. No se detalla. En ocasiones, se estudiaría la inclusión de piezas programadas en HTML complejas, infografías dinámicas o videos realizados con equipos profesionales o similar. usaremos distintos formatos que atraigan la intención del usuario y que despierten el interés por la zona: imágenes en primera persona, vídeos cortos, vídeos largos, infografías y carruseles con información útil, testimonios de extranjeros viviendo o visitando Valladolid, tips de viaje, etc. Nos focalizaríamos en mostrar fotos y vídeos reales en el feed.

**Se considera buena 1,5**

#### **2.4. Recopilación de información y elaboración de informes. 2**

Proponen un informe semanal, otro mensual y uno semestral. Tanto en RRSS como en portales. Reporte semanal: documento que recoge la planificación de la siguiente semana y las tareas realizadas la anterior. Informes mensuales: previo al semestral, mensualmente entregaremos un informe completo sobre el alcance e interacciones en los diferentes canales de comunicación de Ayuntamiento de Valladolid. Apoyado por un informe anual

**Se considera buena 1,5**

### **• Propuesta de generación y mantenimiento de contenidos de los portales:**

**11 puntos**

#### **3.1. Generación y dinamización de los portales. 4**

Hace una propuesta general, estándar de posicionamiento SEO, escritura, e imágenes.

Generación y actualización constante de los contenidos dinámicos de los portales, como eventos de calendario.

2. Generación y actualización de micrositos relacionados con eventos de interés turístico.

3. Generación de contenido tipo noticia para mantener actualizada la sección de actualidad de los portales.

4. Actualización del blog corporativo, siguiendo un calendario editorial acordado con el responsable del contrato.

5. Revisión periódica de los contenidos estáticos para garantizar su actualización, como horarios y datos de contacto.

6. Actualización de los contenidos estáticos en los idiomas ofrecidos.

7. Revisión periódica de los contenidos de los portales y de los enlaces internos y externos para mejorar la experiencia del usuario y el posicionamiento en buscadores.

8. Gestión de la documentación para descarga en el portal.

9. Adecuación de imágenes, videos, infografías y otros materiales gráficos a las características de los portales para mejorar su visualización en dispositivos móviles y de escritorio, reducir el tiempo de carga y favorecer el posicionamiento en buscadores.

10. Apoyo durante el desarrollo del nuevo portal institucional de turismo, incluyendo la generación de propuestas de nuevo contenido, revisiones y pruebas, generación de contenido para páginas de nueva creación, asesoramiento en estructura y navegación web, propuesta de palabras clave y generación de textos con adecuación a SEO, campañas de mailing y propuestas de dinámicas de promoción.

**Se considera buena 3**

#### **3.2. Respuestas y atención de usuarios. 2**

No se detallan. Respuesta y atención usuarios Se prestará el servicio de atención a los usuarios y usuarias en cualquiera de los canales habilitados. Las preguntas se canalizarán hacia la persona responsable del ayuntamiento o institución a la que se refiera la pregunta, que resolverá dichas cuestiones o decidirá las acciones a realizar, siendo Coonic la responsable de realizar la devolución a la persona usuaria a través del canal original.

Además, crearemos un protocolo donde categorizaremos los debates y las preguntas para agilizar la comunicación. Las respuestas marcadas previamente, pueden ser aquellas que se responderían en un FAQ; estándar, que pueden ser respondidas por la figura de community manager; técnicas, que requieren de consulta previa del ayuntamiento; trolls, temas que se decidirá si responder u obviar; etc. El tiempo de respuesta se consensuará con el ayuntamiento de Valladolid y dependerá del tipo de información demanda.

Es fundamental brindar un servicio de atención al cliente eficiente y efectivo, asegurándose de resolver las consultas de manera oportuna y proporcionando información precisa y confiable. Esto contribuirá a la satisfacción de las usuarias y usuarios, y a la promoción positiva del destino turístico de Valladolid

**Se considera mala 0,5**



### 3.3. Recopilación de información y elaboración de informes. 2

Proponen un informe semanal, otro mensual y uno semestral. Tanto en RRSS como en portales. Reporte semanal: documento que recoge la planificación de la siguiente semana y las tareas realizadas la anterior. Informes mensuales: previo al semestral, mensualmente entregaremos un informe completo sobre el alcance e interacciones en los diferentes canales de comunicación de Ayuntamiento de Valladolid. Apoyado por un informe anual.

*Se considera buena 1,5*

### 3.4. Otras funciones. 3

Crear un documento muy visual para dar a conocer la actividad y que sirva como referente. Informar de manera sencilla para facilitar la comprensión del funcionamiento, de todos los socios y colaboradores participantes...

- Explicar los objetivos y los hitos logrados de manera gráfica y sencilla. Con ello conseguiremos llamar la atención de los lectores, agilizar el proceso de lectura y facilitar el entendimiento y completar la información sobre las acciones relevantes

*Se considera regular 1,5*

• **Propuesta de material gráfico a desarrollar con un presupuesto de 5.000€ anuales. 3 puntos**

No se detalla.

Encargo y recopilación de todo el material gráfico que servirá para ilustrar las informaciones a publicar.

*Se considera muy mala 0*

## MAYOR CUALIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO HUMANO

**10 PUNTOS**

No informa de toda la estructura de personal.

• **Mayor experiencia del Community Manager.**

**5 puntos.**

La experiencia de Community no se detalla ni acredita.

*Se considera muy mala 0*

• **Mayor experiencia del Gestor de Contenidos.**

**5 puntos.**

La experiencia de Gestor de Contenidos no se detalla ni acredita.

*Se considera muy mala 0*

EMPRESA	CRITERIO	DETALLE	PUNTUACION MAXIMA	PUNTUACION
COMUNICA MEDIATRADER SLU	PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO			
		Propuesta de funcionamiento	5	4,50
		Propuesta de gestión de redes sociales	11	7,50
		Propuesta de generación de contenidos	11	6,50
		Propuesta de material gráfico	3	0,00
COMUNICA MEDIATRADER SLU	CUALIFICACIÓN EXPERIENCIA EQUIPO HUMANO			
		Mayor experiencia del Community Manager	5	0,00
		Mayor experiencia del Gestor de Contenidos	5	0,00
<b>TOTAL</b>			<b>40</b>	<b>18,50</b>

## 6.- DERECHO PRODUCCIONES

### PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO

**30 PUNTOS**

• **Propuesta de funcionamiento general.**

**5 puntos**

Propone conseguir un trabajo más coordinado a través de una estrategia integral de comunicación y marketing online, con un detallado Seguimiento fotográfico, Mision Pets, Mobile first, fidelización de segmentación, posicionamiento SEM, Asesoramiento, Monitorización al minuto, Informes Ad hoc, Reuniones,.. todo personalizado en cada apartado con turismo de Valladolid, su web y sus RRSS.

*Se considera muy buena 5*

• **Propuesta de gestión y mantenimiento de redes sociales.**

**11 puntos**





### 1.- las redes sociales actuales de Turismo de Valladolid. 3

Cita todas la RRSS y, propone acciones sobre cada una de ellas. Con Una Herramienta de organización Team Up, calendarizando las acciones. Todo ellos detallado con las respuestas, interacción, copys a otros idiomas, publicaciones que se comparten, etc

#### Se considera buena 2,50

##### 2.1 Gestión y dinamización de perfiles. 2

Detalla cada perfil y cada red Facebook, Insta, X, LinkedIn., con cobertura en directo de cada una, reels, compartir noticias, concursos, sorteos, convocatorias, material en filmoteca, ..

#### Se considera buena 1'50

##### 2.2 Respuestas y atención de usuarios. 2

Respuesta en un Breve Plazo: en plazo máximo de 24 horas para todas las consultas recibidas

- Fijar el compromiso de respuesta antes de 4 horas en horario de 8:00 a 22:00 horas.
- Implementar un sistema de alertas y notificaciones para garantizar que las consultas no queden sin respuesta

#### Se considera muy buena 2

##### 2.3 Elaboración de infografías, videos, creativities y gifs para las redes sociales y contenido web. 2

contenidos que incluyan imagen y video, que se han caracterizado por su eficacia a la hora de transmitir los mensajes. En ambos casos, con apuesta por la calidad sobre la cantidad, con fotografías y también la producción de infografías, gráficas, narrativas visuales... En el apartado de vídeo apostamos por los videos editados de corta duración y generación de un contenido audiovisual constante

#### Se considera buena 1,5

##### 2.4. Recopilación de información y elaboración de informes. 2

Proponen Informes Ad hoc: Informes sobre los eventos específicos sujetos dentro de este contrato puente, que de acuerdo con el periodo de duración serían: Pingüinos, Semana Santa y TAC. También se realizarán informes a petición de los responsables del área de determinados eventos.

Informes Mensuales.

Reporte de horas de dedicación y de trabajos realizados. • Reporte de acciones realizadas • Datos cuantitativos, publicaciones, seguidores, interactividad e interés y alcance, con sus correspondientes gráficas de evolución.

- Análisis crítico de resultados. Reuniones de planificación

#### Se considera buena 1,5

### • Propuesta de generación y mantenimiento de contenidos de los portales: 11 puntos

#### 3.1. Generación y dinamización de los portales. 4

Generación y Actualización Constante de Contenidos Dinámicos, Microsites Ligados a Eventos de Interés Turístico, Generación de Contenido Tipo Noticia, Actualización del Blog con temáticas de interés, Revisión Periódica de contenidos Estáticos, Actualización de Contenidos en Varios Idiomas, Gestión de Documentación Descargable, Adecuación de Material Gráfico y nuevo portal institucional.

#### Se considera muy buena 4

##### 3.2. Respuestas y atención de usuarios. 2

Respuesta en un Breve Plazo: en plazo máximo de 24 horas para todas las consultas recibidas, • Fijar el compromiso de respuesta antes de 4 horas en horario de 8:00 a 22:00 horas. • Implementar un sistema de alertas y notificaciones. Y garantía en la veracidad de las respuestas

#### Se considera muy buena 2

##### 3.3. Recopilación de información y elaboración de informes. 2

Presenta una propuesta detallada de cada una de las acciones: Propuesta de Indicadores y KPIs, Monitorización Mensual, Informe Semestral y Comunicación con el Equipo Técnico

#### Se considera muy buena 2

##### 3.4. Otras funciones. 3

Proponen 3: Comunicación física, Gestión de incidencias técnicas y Asistencia a reuniones, y se detallan.

#### Se considera buena 2,5

### • Propuesta de material gráfico a desarrollar con un presupuesto de 5.000€ anuales. 3 puntos

Cobertura gráfica de las ruedas de prensa y presentaciones oficiales. Entre 50 y 70 anuales.

- Retransmisiones de video en directo: Mínimo de 50 anuales.
- Adaptaciones gráficas de material recibido:
- Fotos de ciudad: Cinco fotografías mensuales (60 al año).
- Adaptación de imagen de Fondos Next Generation:

#### Se considera buena 2,5

### MAYOR CUALIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO HUMANO 10 PUNTOS

No informa de toda la estructura de personal.

### • Mayor experiencia del Community Manager. Ainoa Canales 5 puntos.

La experiencia de Community se acreditada en vida laboral, con más de 3 años de experiencia.



Se considera buena 4

· **Mayor experiencia del Gestor de Contenidos. Pablo Alvarez Yllera**

**5 puntos.**

La experiencia de Gestor de Contenidos acreditada en vida laboral es de más de 5 años.

Se considera buena 4

EMPRESA	CRITERIO	DETALLE	PUNTUACION MAXIMA	PUNTUACION
<b>DEREJO PRODUCCIONES</b>	<b>PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO</b>			
		Propuesta de funcionamiento	<b>5</b>	<b>5,00</b>
		Propuesta de gestión de redes sociales	<b>11</b>	<b>9,00</b>
		Propuesta de generación de contenidos	<b>11</b>	<b>10,50</b>
		Propuesta de material gráfico	<b>3</b>	<b>2,50</b>
<b>DEREJO PRODUCCIONES</b>	<b>CUALIFICACIÓN EXPERIENCIA EQUIPO HUMANO</b>			
		Mayor experiencia del Community Manager	<b>5</b>	<b>4,00</b>
		Mayor experiencia del Gestor de Contenidos	<b>5</b>	<b>4,00</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>35</b>

## 7.- DOUBLE DOT

### PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO

**30 PUNTOS**

· **Propuesta de funcionamiento general.**

**5 puntos**

El licitador propone una metodología en fases, análisis, definición, ejecución y validaciones. Y de relaciones con el cliente. Detallando cada una de ellas. Con una planificación mensual,

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS: Tenemos un objetivo estratégico claro a conseguir, que es el de renovar la marca turística de Valladolid, para lo que aplicaremos una imagen digital renovada en redes sociales que estará apoyada por la definición de la línea gráfica y editorial. OBJETIVOS TÁCTICOS: Definiremos los objetivos tácticos que perseguiremos con la estrategia, estando entre ellos la mejora del posicionamiento de la marca turística, el reconocimiento de la misma, el fortalecimiento o la generación de prescripción. Presencia digital más visual.

Generación de contenido relevante. Mejora de la imagen de Valladolid.

KPIS: KPI'S serán distintos para cada red social, por lo que previamente realizaremos un trabajo de planificación y organización de los mismos, buscando que sean claros y medibles para la posterior monitorización, análisis y mejora. Algunos de estos kpi's son estos: Nº Seguidores sociales y calidad de los mismos.

Engagement de nuestras publicaciones. Impactos conseguidos/alcance. Presencia digital de la marca y ruido online.

Prescripción de Influencers y/o embajadores. Visitas a web de interés desde RRSS. Otros a determinar.

Definición de nuestras bases estratégicas, definiremos junto con cliente los objetivos (estratégico y tácticos), kpis y productos turísticos que conformarán la estrategia. Resultando importante destacar que no para todas las redes sociales contemplaremos los mismos objetivos, kpis o resultados,

DEFINICIÓN PRODUCTOS TURÍSTICOS: La estrategia será planificada en base a diferentes ejes.

*Se considera buena 4,0*

· **Propuesta de gestión y mantenimiento de redes sociales.**

**11 puntos**

*1.- las redes sociales actuales de Turismo de Valladolid. 3*

Personaliza la propuesta y cita las RRSS. Propone una estrategia según el tipo de RRSS. Análisis previo, y propuesta de estrategia de mejora. Retroalimentación de contenidos. Y Definición de productos turísticos.

Cita todas las rrss, pero sin propuesta de cada una.

*Se considera muy buena 3*

*2.1 Gestión y dinamización de perfiles. 2*

Propone Una dinamización de los perfiles con una guía de comunicación de RRSS. Mantenimiento y optimización, sin ejemplos. Propone líneas publicitarias, sin definir costes.

*Se considera buena 1'50*

*2.2 Respuestas y atención de usuarios. 2*

Al inicio del contrato, elaboraremos junto con los responsables del área de Turismo de Valladolid, una GUIA DE COMUNICACIÓN que establezca una serie de directrices para dar respuesta a los usuarios y que recoja las preguntas y respuestas más frecuentes recogidas hasta la fecha. Esta guía se actualizará semanalmente.



Habla de respuesta general pero no indica el mantenimiento ni plazos de solución de dudas planteadas

**Se considera mala 0'5**

2.3 *Elaboración de infografías, vídeos, creatividades y gifs para las redes sociales y contenido web.* 2

No se detalla. *Se recomienda también emplear más de una imagen, carruseles e infografías en las publicaciones dinámicas con el fin de aportar más información*

**Se considera muy mala 0**

2.4. *Recopilación de información y elaboración de informes.* 2

Informe mensual: Crecimiento de fans, Nº de interacciones con las publicaciones, alcance y ER%, clics y CTR% (en el caso de campañas publicitarias), Top post: analizaremos las publicaciones con mejores resultados, Status frente a marca competencia, ... • Informe semestral: Impacto de la promoción en redes sociales, situación de la competencia, análisis de la audiencia, resumen KPI's de los informes mensuales de ese semestre, conclusiones.

**Se considera buena 1,5**

• **Propuesta de generación y mantenimiento de contenidos de los portales:**

**11 puntos**

3.1. *Generación y dinamización de los portales.* 4

Estrategias SEO, generación de contenido. Retuits. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS: Tenemos un objetivo estratégico claro a conseguir, que es el de renovar la marca turística de Valladolid, para lo que aplicaremos una imagen digital renovada en redes sociales que estará apoyada por la definición de la línea gráfica y editorial.

OBJETIVOS TÁCTICOS: Definiremos los objetivos tácticos que perseguiremos con la estrategia, estando entre ellos la mejora del posicionamiento de la marca turística, el reconocimiento de la misma, el fortalecimiento o la generación de prescripción. Presencia digital más visual. Generación de contenido relevante.

Mejora de la imagen de Valladolid.

KPIS: Realizaremos un trabajo de planificación y organización de los KPI's de la estrategia, buscando que estos sean claros y medibles para su posterior medición, análisis y mejora: Nº Seguidores sociales y calidad de ellos mismos.

Engagement de nuestras publicaciones. Impactos conseguidos/alcance. Presencia digital de la marca y ruido online.

Prescripción de Influencers y/o embajadores. Visitas a web de interés desde RRSS. Otros a determinar.

En la definición de nuestras bases estratégicas, definiremos junto con cliente los objetivos (estratégico y tácticos), kpis y productos turísticos que conformarán la estrategia. Resultando importante destacar que no para todos los portales web contemplaremos los mismos objetivos, kpi's o resultados. DEFINICIÓN PRODUCTOS TURÍSTICOS: L

*Calendario mensual de publicaciones sin detallar.*

**Se considera buena 3**

3.2. *Respuestas y atención de usuarios.* 2

Al inicio del contrato, elaboraremos junto con los responsables del área de Turismo de Valladolid, una GUIA DE COMUNICACIÓN que establezca una serie de directrices para dar respuesta a los usuarios y que recoja las preguntas y respuestas más frecuentes recogidas hasta la fecha. Esta guía se actualizará semanalmente.

Habla de respuesta general pero no indica el mantenimiento ni plazos de solución de dudas planteadas

**Se considera mala 0'5**

3.3. *Recopilación de información y elaboración de informes.* 2

Los informes se entregarán la primera semana del mes siguiente (informe mensual) o una vez finalizado el semestre (informe semestral). Nos apoyaremos del uso de herramientas de medición y análisis para su elaboración y la manera en la que se presentarán a través de una plantilla de Power Point perfectamente definida entre cliente y agencia previa a su presentación, contemplando todos los indicadores definidos en KPI's

**Se considera regular 1**

3.4. *Otras funciones.* 3

En Doubledot, disponemos de procesos y procedimientos comprobados y de éxito, respaldados por tecnología punta que facilita su cumplimiento. Además, empleamos herramientas que nos permiten medir y ajustar cualquier aspecto que, después de mucho medir, no se alinee adecuadamente con la estrategia. Porque nosotros, si algo tenemos claro, es que saber rectificar es de sabios. No se detallan.

**Se considera regular 1,5**

• **Propuesta de material gráfico a desarrollar con un presupuesto de 5.000€ anuales.** 3 puntos

Plan de fotografía y audiovisual, no muy cuantificada.

Pieza matriz en formato video de aproximadamente un minuto y medio de duración.

- Plantillas adaptadas a cada una de las RRSS y tipologías de contenido que se plasman en la estrategia.
- Píldoras de vídeo reels ominivideos de 20' del matriz enfocados en los productos turísticos (3 aprox).
- Píldoras de vídeo reels ominivideos de 20' del matriz enfocados en los targets definidos (3 aprox).
- Infografías informativas (2). • Plantilla Email dirigidos a la promoción de eventos

**Se considera regular 1,5**

**MAYOR CUALIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO HUMANO**

**10 PUNTOS**

Sí informa de toda la estructura de personal.



• **Mayor experiencia del Community Manager.**

**5 puntos.**

La experiencia de Community no se acreditada en vida laboral.

Se considera muy mala 0

• **Mayor experiencia del Gestor de Contenidos.**

**5 puntos.**

La experiencia de Gestor de Contenidos no se acreditada en vida laboral

Se considera muy mala 0

EMPRESA	CRITERIO	DETALLE	PUNTUACION MAXIMA	PUNTUACION
DOUBLE DOT	PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO			
		Propuesta de funcionamiento	5	4,00
		Propuesta de gestión de redes sociales	11	6,50
		Propuesta de generación de contenidos	11	6,00
		Propuesta de material gráfico	3	1,50
DOUBLE DOT	CUALIFICACIÓN EXPERIENCIA EQUIPO HUMANO			
		Mayor experiencia del Community Manager	5	0
		Mayor experiencia del Gestor de Contenidos	5	0
<b>TOTAL</b>			<b>40</b>	<b>18,00</b>

## 8.- GOOD NEWS

### PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO

**30 PUNTOS**

• **Propuesta de funcionamiento general.**

**5 puntos**

El licitador propone una Estrategia basada en datos Análisis previo e identificación de audiencias - Estrategia y consultoría, - Táctica, - Monitorización y Análisis de resultados. Informe de análisis Manual de identidad corporativo de Valladolid Plan estratégico de comunicación online. Todo ello bien detallado.

**Se considera buena 4,0**

• **Propuesta de gestión y mantenimiento de redes sociales.**

**11 puntos**

1.- las redes sociales actuales de Turismo de Valladolid. **3**

Cita varias de las RRSS y sus seguidores. hace una propuesta de nuevas audiencias, tendencias, para usarlas como palancas dinamizadoras. Propone un programa de embajadores. Propone una estrategia según el tipo de RRSS. Retroalimentación de contenidos. *Este plan estratégico incluirá propuestas de:*

*o Objetivos medibles y definición de KPIs o Gestión de perfiles actuales de redes sociales*

*o Creación y generación de contenidos • Fuentes de información actuales*

*• Nuevas fuentes de información • Nuevos formatos o Planificación de publicación de contenidos*

*o Modelo de seguimiento diario de los perfiles de redes sociales o Modelo de respuesta y atención a usuarios de redes sociales o Nuevos perfiles de redes sociales – Estrategia para TikTok o Colaboración con partners actuales*

*o Estrategias de activación con potenciales partners o Estrategias de User Generated Content*

*o Incorporación de nuevas acciones al Plan de marketing digital o Formación para partners de Turismo de Valladolid o Composición del equipo de trabajo de Goodnews o Herramientas de monitorización y medición*

*o Reporting e informes mensuales y semestrales*

No cita todas las rrss, ni habla de las indirectas.

**Se considera regular 2**

2.1 Gestión y dinamización de perfiles. **2**

Gestión de perfiles actuales de redes sociales o Creación y generación de contenidos • Fuentes de información actuales • Nuevas fuentes de información • Nuevos formatos o Planificación de publicación de contenidos o Modelo de seguimiento diario de los perfiles de redes sociales. Creación, generación y adaptación de contenidos.

**Se considera regular 1**

2.2 Respuestas y atención de usuarios. **2**

propone que las respuestas o interacciones con los usuarios de redes no excedan las 24 horas excepto durante los fines de semana que se dará contestación al lunes siguiente.

**Se considera buena 1,5**

2.3 Elaboración de infografías, vídeos, creativities y gifs para las redes sociales y contenido web. **2**

No se detalla, ni se cita en ningún apartado.



**Se considera muy mala 0**

**2.4. Recopilación de información y elaboración de informes. 2**

Realización de informes mensuales de evolución y estadísticas de cada red social, así como informes de las campañas de marketing digital desarrolladas. Proponen un informe mensual. Reporting e informes mensuales y semestrales

**Se considera buena 1,5**

**· Propuesta de generación y mantenimiento de contenidos de los portales: 11 puntos**

**3.1. Generación y dinamización de los portales. 4**

La elaboración de los contenidos se llevará a cabo en base a un sistema de fichas.

Cada una de estas fichas cubrirá un recurso turístico o un apartado de la web que recogerá los campos necesarios para llevar a cabo su publicación. Estas fichas se componen de los siguientes campos:

- Descripción del recurso o actividad turística - Narrativa del recurso o actividad – Enlaces - Imágenes/Número de imágenes - Descripción de la imagen - Video (Sólo para los recursos prioritarios) - Descripción del video / Transcripción/Subtitulado - Localización/Coordenadas/Mapa - Duración del recurso – Horarios y fechas recomendadas.

*Uso de imágenes y video como recurso, pero sin detallar.*

**Se considera buena 3**

**3.2. Respuestas y atención de usuarios. 2**

Goodnews propone que las respuestas o interacciones con los usuarios de redes no excedan las 24 horas

**Se considera buena 1,5**

**3.3. Recopilación de información y elaboración de informes. 2**

Realización de informes mensuales de evolución y estadísticas de cada red social, así como informes de las campañas de marketing digital desarrolladas

**Se considera regular 1**

**3.4. Otras funciones. 3**

- + digital – que inspiren el destino
- + emocional – basados en historias locales
- + integradora de experiencias – propuestas cruzadas: p.e. cultura con gastronomía
- + humana – apoyada en historias de comercio o creación local
- + segmentada – según públicos
- + cercana – que llegue mejor a nuestras audiencias
- + participativa e interactiva – cuéntanos lo mejor de Valladolid

**Se considera regular 1,5**

**· Propuesta de material gráfico a desarrollar con un presupuesto de 5.000€ anuales. 3 puntos**

Nuestra propuesta de material gráfico cubriría las grabaciones y fotografías trimestrales de los recursos turísticos de Valladolid y la producción audiovisual para la nueva web de Turismo de Valladolid. Estas grabaciones y sesiones fotográficas se harían de forma trimestral con una dedicación de una jornada completa con el objetivo de cubrir entre 5-10 recursos por cada trimestre de calidad profesional en 4K. En un año tendríamos un banco audiovisual de imágenes y fotos de entre 20 y 40 recursos turísticos de Valladolid.

Sin detallar el número de ningún material

**Se considera mala 1**

**MAYOR CUALIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO HUMANO 10 PUNTOS**

Si informa de toda la estructura completa de personal.

**· Mayor experiencia del Community Manager. 5 puntos.**

La experiencia de Community no se acreditada en vida laboral.

**Se considera muy mala 0**

**· Mayor experiencia del Gestor de Contenidos. 5 puntos.**

La experiencia de Gestor de Contenidos no se acreditada en vida laboral.

**Se considera muy mala 0**

EMPRESA	CRITERIO	DETALLE	PUNTUACION MAXIMA	PUNTUACION
GOOD NEWS	PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO			
		Propuesta de funcionamiento	5	4,00
		Propuesta de gestión de redes sociales	11	6,00
		Propuesta de generación de contenidos	11	7,00



	Propuesta de material gráfico	3	1,00
GOOD NEWS	CUALIFICACIÓN EXPERIENCIA EQUIPO HUMANO		
	Mayor experiencia del Community Manager	5	0
	Mayor experiencia del Gestor de Contenidos	5	0
	<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>18,00</b>

## 9.- PPT MARKETING & TIC SL - HIBERUS

### PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO

**30 PUNTOS**

#### · Propuesta de funcionamiento general.

**5 puntos**

El licitador propone una Estrategia basada en datos y en revisión permanente, DEFINICIÓN DE OBJETIVOS 2. ANÁLISIS DE AUDIENCIA 3. EVALUACIÓN DE CANALES DIGITALES 4. DESARROLLO DE MENSAJES CLAVE 5. ESTRATEGIA DE CONTENIDO 6. PLAN DE ACCIÓN Y CALENDARIO EDITORIAL 7. IMPLEMENTACIÓN Y GESTIÓN 8. MONITOREO Y ANÁLISIS 9. EVALUACIÓN Y AJUSTES

*Se considera regular 3,0*

#### · Propuesta de gestión y mantenimiento de redes sociales.

**11 puntos**

1.- las redes sociales actuales de Turismo de Valladolid. 3

No las cita, pero hace una propuesta de planificación estrategias y contenidos, en un calendario detallado. PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA, IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS, DESARROLLO DE CONTENIDOS Y MONITOREO, EXPANSIÓN Y OPTIMIZACIÓN, CONSOLIDACIÓN Y NUEVAS ESTRATEGIAS

*Se considera regular 2*

2.1 Gestión y dinamización de perfiles. 2

Interacción Constante: Monitorear activamente los perfiles sociales para responder rápidamente a preguntas, comentarios y mensajes privados. Encuestas y votaciones, Campañas UGC. Monitorización y seguimiento on line. Tendencias, ..

*Se considera regular 1*

2.2 Respuestas y atención de usuarios. 2

Respuestas Personalizadas y Constructivas, Establecer protocolos para una respuesta rápida y efectiva a las consultas y comentarios de los usuarios. No indica el mantenimiento ni plazos de solución de dudas planteadas

*Se considera mala 1*

2.3 Elaboración de infografías, videos, creatividades y gifs para las redes sociales y contenido web. 2

Contamos con un equipo multidisciplinar especializado en diseño gráfico de marca, desarrollo web e infografías, lo que nos permite abarcar proyectos que impliquen el desarrollo en diferentes campos del diseño. Aprovechar herramientas de diseño como Canva o Adobe Spark para crear contenido visualmente atractivo que capte la atención de la audiencia, como infografías, videos cortos y gráficos animado.

*Se considera buena 1,5*

2.4. Recopilación de información y elaboración de informes. 2

Proponen un informe mensual. informes mensuales que detallen la evolución y estadísticas de cada red social, Estos informes deben incluir análisis del ROI.

*Se considera buena 1,5*

#### · Propuesta de generación y mantenimiento de contenidos de los portales:

**11 puntos**

3.1. Generación y dinamización de los portales. 4

ANÁLISIS DE DATOS DE NAVEGACIÓN Y PALABRAS CLAVE, FOROS Y SECCIONES DE COMENTARIOS, ENCUESTAS DIRECTAS SOBRE INTERESES Y PREFERENCIAS, ANÁLISIS DE COMPETENCIA Y TENDENCIAS DEL SECTOR,

*Se considera regular 2,5*

3.2. Respuestas y atención de usuarios. 2

Respuestas Personalizadas y Constructivas. Establecer protocolos para una respuesta rápida y efectiva a las consultas y comentarios de los usuarios. No indica el mantenimiento ni plazos de solución de dudas planteadas

*Se considera mala 1*

3.3. Recopilación de información y elaboración de informes. 2

Proponen un informe mensual. informes mensuales que detallen la evolución y estadísticas de cada red social, Estos informes deben incluir análisis del ROI.

*Se considera buena 1,5*

3.4. Otras funciones. 3

No se detallan

*Se considera muy mala 0*

· **Propuesta de material gráfico a desarrollar con un presupuesto de 5.000€ anuales. 3 puntos**

2 reportajes de 20 fotografías aéreas diurnas y nocturnas con dron. (1 X año) · 2 reportaje de 24 fotos de alta calidad HDR, (1 X año) · 2 reportaje de 100 fotos para uso en RRSS (1 X año) 24 infografías, de hasta 7 items a ilustrar (12 X año) · 2 maquetación de hasta 75 páginas (1 X año) · Edición de imagen de 1 publicación semanal destinada a rrs (adaptación a 3 rrs diferentes) · Base de imagen para NL + maquetación mensual sobre esa base. 24 video noticias (12 anuales/una mensual) sobre temas de interés turístico, con una duración aproximada de 2 minutos

*Se considera muy buena 3*

**MAYOR CUALIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO HUMANO**

**10 PUNTOS**

Si informa de toda la estructura completa de personal.

· **Mayor experiencia del Community Manager.**

**5 puntos.**

La experiencia de Community no se acreditada en vida laboral.

*Se considera muy mala 0*

· **Mayor experiencia del Gestor de Contenidos.**

**5 puntos.**

La experiencia de Gestor de Contenidos no se acreditada en vida laboral.

*Se considera muy mala 0*

EMPRESA	CRITERIO	DETALLE	PUNTUACION MAXIMA	PUNTUACION
PPT MARKETING & TIC SL	PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO			
		Propuesta de funcionamiento	5	3,00
		Propuesta de gestión de redes sociales	11	7,00
		Propuesta de generación de contenidos	11	5,00
		Propuesta de material gráfico	3	3,00
PPT MARKETING & TIC SL	CUALIFICACIÓN EXPERIENCIA EQUIPO HUMANO			
		Mayor experiencia del Community Manager	5	0
		Mayor experiencia del Gestor de Contenidos	5	0
<b>TOTAL</b>			<b>40</b>	<b>18,00</b>

**10.- IMAGINA ADVERTISING**

**PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO**

**30 PUNTOS**

· **Propuesta de funcionamiento general.**

**5 puntos**

El licitador propone una Estrategia basada en datos y en revisión permanente, una

Con un nuevo posicionamiento de marca y un plan de acciones que conforme una experiencia completa.

- Con campañas publicitarias que pongan de manifiesto el Ayto. de Valladolid como destino turístico de calidad.
- Con una estrategia de medios eficiente y eficaz, capaz de generar notoriedad y penetrar en el mercado objetivo.
- Participando en acciones y eventos de referencia.
- Conformando una estrategia digital que nos ayude a aumentar el alcance y a generar engagement de la comunidad online en torno a la marca.

*Se considera buena 4,0*

· **Propuesta de gestión y mantenimiento de redes sociales.**

**11 puntos**

1.- las redes sociales actuales de Turismo de Valladolid. **3**

No las cita, pero hace una propuesta de calendario temporal y acciones por canales.

*Se considera buena 2,5*

2.1 Gestión y dinamización de perfiles. **2**

Distribución mensual por canales sin detallar cada red.

*Se considera regular 1*

2.2 Respuestas y atención de usuarios. **2**

La persona responsable de respuestas del equipo estará disponible de lunes a viernes en horario de mañana y de lunes a jueves en horario de tarde (hasta las 20:00). Se atenderán las incidencias o peticiones excepcionales que puedan suceder fuera del horario de trabajo habitual. Redactaremos una serie de respuestas /mensajes tipo que den una respuesta corporativa a los comentarios más recurrentes y que puedan ocasionar dudas.

- Responderemos a todos y cada uno de los comentarios, sean positivos o negativos, públicos o privados y evitaremos borrarlos, pues puede generar más malestar



**Se considera regular 1**

**2.3 Elaboración de infografías, vídeos, creatividades y gifs para las redes sociales y contenido web. 2**

Habla de los formatos de cada canal indicando infografías, vídeos, creatividades, enlaces carruseles y stories. No se detalla por red.

**Se considera regular 1**

**2.4. Recopilación de información y elaboración de informes. 2**

Informe semestral Se entregará un informe detallado sobre las acciones de comunicación y marketing digital realizadas durante los 6 meses inmediatamente anteriores, así como un clipping de prensa en el que quede recogido el seguimiento de medios realizado, análisis de la audiencia, competencia y propuestas de mejora.

Informe por campaña: Tras cada campaña específica realizada de influencers y microinfluencers, se entregará un informe final con los resultados obtenidos durante la misma y que a su vez se incluirá en el informe mensual.

**Se considera buena 1,5**

**· Propuesta de generación y mantenimiento de contenidos de los portales: 11 puntos**

**3.1. Generación y dinamización de los portales. 4**

www.info.valladolid.es, www.info.valladolid.es/blog, www.info.valladolid.es/dossierpatrocinocnp, [www.valladolidcityoffilm.com](http://www.valladolidcityoffilm.com) Las tareas que se desarrollarán dentro este apartado serán las siguientes:

- Generación y actualización constante, según cambios, de los contenidos dinámicos de los portales, como eventos de calendario.
- Generación y actualización de micrositos ligados a eventos de interés turístico.
- Generación de contenido tipo noticia para nutrir de forma constante el apartado de actualidad de los portales.
- Actualización de blog corporativo, previa propuesta de temas y calendario editorial, que será acordado con el responsable del contrato.
- Revisión periódica de contenidos estáticos para garantizar su actualización (horarios, datos de contacto, etc.)
- Actualización de los contenidos estáticos en los idiomas ofertados.

**Se considera buena 3**

**3.2. Respuestas y atención de usuarios. 2**

No se detallan

**Se considera muy mala 0**

**3.3. Recopilación de información y elaboración de informes. 2**

Informe sobre el impacto de los portales.

- Informe de la situación de la competencia.
- Análisis de la audiencia
- Datos relativos a la evolución KPIs de cada mes por cada una de los portales. Se elaborará un cuadro de mando al mes que muestre la evolución KPIs de cada portal, la evolución KPIs, así como un conteo de las publicaciones de cada asociado por mes y el acumulado.
- Conclusiones y demás datos fundamentales para conocer el estado de los portales Web.
- Propuestas de mejora. Deberá informarse al equipo técnico sobre nuevos formatos, tendencias del mercado, contenido novedoso y la posibilidad de mejoras en los posicionamientos de los portales

**Se considera buena 1,5**

**3.4. Otras funciones. 3**

Propone campañas de Me gusta, de alcance, de tráfico de web y de interacción así como contratar influencers, todo con costes extras.

**Se considera regular 1,5**

**· Propuesta de material gráfico a desarrollar con un presupuesto de 5.000€ anuales. 3 puntos**

- Las piezas gráficas realizadas durante el contrato irán a demanda del Ayuntamiento, y podrán tener los siguientes formatos:
- Diseño gráfico de las piezas comunicativas adaptadas a cada plataforma social.
  - Creación y edición de vídeos e infografía acerca de temáticas de interés. Estos vídeos podrán ser tanto de carácter institucional como vídeos para redes de corta duración en diversos formatos.
  - Publicación de vídeos en directo y edición de resúmenes de eventos
  - Diseño de cartelería para la difusión de eventos o comunicados con la información proporcionada por los técnicos municipales.
  - Cesión del archivo digital propio y administración del material gráfico de Turismo de Valladolid.
  - Utilización y promoción del catálogo de imagen corporativa municipal.

Todas ellas sin cuantificar en número.

**Se considera buena 2,5**

**MAYOR CUALIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO HUMANO 10 PUNTOS**

No informa de toda la estructura de personal.

**· Mayor experiencia del Community Manager. Ponderación: 5 puntos.**

La experiencia de Community no se acreditada en vida laboral.

**Se considera muy mala 0**

**· Mayor experiencia del Gestor de Contenidos. 5 puntos.**

La experiencia de Gestor de Contenidos no se acreditada en vida laboral.

**Se considera muy mala 0**





EMPRESA	CRITERIO	DETALLE	PUNTUACION MAXIMA	PUNTUACION
IMAGINA ADVERTISING	PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO			
	Propuesta de funcionamiento		5	4,00
	Propuesta de gestión de redes sociales		11	7,00
	Propuesta de generación de contenidos		11	6,00
	Propuesta de material gráfico		3	2,50
IMAGINA ADVERTISING	CUALIFICACIÓN EXPERIENCIA EQUIPO HUMANO			
	Mayor experiencia del Community Manager		5	0
	Mayor experiencia del Gestor de Contenidos		5	0
<b>TOTAL</b>			<b>40</b>	<b>19,50</b>

## 11.- TELECYL S A - MADISON

### PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO

30 PUNTOS

· **Propuesta de funcionamiento general.**

5 puntos

El licitador propone una Estrategia basada en acciones de comunicación, Auditoria, Plan estratégico, comunicación, gestión de rrss y portales, generación contenidos, monitorización seguimiento y lideres opinión. Todo ello bien detallado.

*Se considera buena 4,0*

· **Propuesta de gestión y mantenimiento de redes sociales.**

11 puntos

1.- las redes sociales actuales de Turismo de Valladolid. 3

Cita todas las rrss propias y no propias con un plan detallado, una estrategia definida un plan de acción, por redes y por canales.

*Se considera muy buena 3*

2.1 Gestión y dinamización de perfiles. 2

Propone un plan de gestión y dinamización con contenido audiovisual metodología detallada mecanismos de control y cuadros de mando.

*Se considera buena 1,5*

2.2 Respuestas y atención de usuarios. 2

Proponen una revisión diaria de las peticiones o dudas que surjan, así como la resolución de las mismas, a través de direcciones de correo electrónico asociadas y relativas a los portales institucionales de Turismo de Valladolid. Respuestas inmediatas y centrada en métricas y analítica que permitan valorar la evolución de los resultados y la optimización de la estrategia para alcanzar los objetivos definidos.

*Se considera buena 1,5*

2.3 Elaboración de infografías, videos, creativities y gifs para las redes sociales y contenido web. 2

Fotos tanto propias como de usuarios de esta red social, fomentando así el alcance y la interacción • Gráficas – infografías • Vídeo reels • Carrusel

*Se considera buena 1,5*

2.4. Recopilación de información y elaboración de informes. 2

Informes mensuales de evolución y estadísticas de cada red social. Extracción de datos, análisis de métricas y extracción de conclusiones. Los KPI's proporcionados en este informe incluye: impresiones, alcance, interacción (reacciones, comentarios, compartidos y clics), engagement, número Informes semestrales: Análisis semestral unificado de datos de la evolución de las redes sociales que aportarán una visión más amplia del alcance y rendimiento de las RRSS. Los KPI's que recogerá este informe son; además de los KPI's incluidos en los informes mensuales. Excel de seguimiento en línea en Google Drive. Calendario anual - Visión global de la estrategia. 2. Excel con la planificación diaria de RRSS en sus diferentes canales. 3. Carpeta de material audiovisual de RRSS del mes.

*Se considera muy buena 2*

· **Propuesta de generación y mantenimiento de contenidos de los portales:**

11 puntos

3.1. Generación y dinamización de los portales. 4

Detalla los portales y secciones solicitadas.

Propone un plan de Marketing y posicionamiento detallando los objetivos personalizados a Valladolid. Aitoría, Mejoras en los portales, ...

**Se considera muy buena 4**

3.2. Respuestas y atención de usuarios. 2

Para dar respuesta y atención a los usuarios, desde MADISON proponemos una revisión diaria de las peticiones o dudas que surjan, así como la resolución de las mismas, a través de direcciones de correo electrónico asociadas y relativas a los portales institucionales de Turismo de Valladolid.

**Se considera buena 1,5**

3.3. Recopilación de información y elaboración de informes. 2

Informes mensuales y semestrales detallados con el origen y con los hitos 1. El impacto de los diferentes portales y el portal que está por desarrollar. 2. Análisis de la competencia. 3. Comportamiento del usuario en el sitio web.

4. Se utilizarán los siguientes KPIs SEO: • Medición del tráfico orgánico, tiempo en el sitio web y páginas por sección.

• Conversiones orgánicas. Ratio de conversión de keywords (ROI). • Rendimiento contenido evergreen. •

Posicionamiento y visibilidad en los motores de búsqueda y keywords específicas. • Autoridad del portal. • Tasa de clics (CTR) orgánica. • Tasa de rebote y tasa de indexación. • Backlinks. 5. Conclusiones. 6. Propuesta de mejoras.

**Se considera muy buena 2**

3.4. Otras funciones. 3

Labores de consultoría y asesoramiento a los técnicos municipales. • Control y seguimiento de la facturación de las acciones publicitarias realizadas en medios online

**Se considera buena 2,5**

• **Propuesta de material gráfico a desarrollar con un presupuesto de 5.000€ anuales. 3 puntos**

El material gráfico incluido en la inversión anual de 5.000€ incluye los siguientes servicios:

Hasta 6 diseños de plantillas de post para redes sociales Hasta 6 diseños de plantilla formato carrusel (3 imágenes/carrusel) Hasta 6 infografías Hasta 6 plantillas de stories formato video Hasta 6 diseños de carteles

**Se considera buena 2,5**

## MAYOR CUALIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO HUMANO

**10 PUNTOS**

Si informa de toda la estructura de personal.

• **Mayor experiencia del Community Manager. Confidencial**

**5 puntos.**

La experiencia de Community se acreditada en vida laboral, con más de 4 años.

Se considera buena 4

• **Mayor experiencia del Gestor de Contenidos. Confidencial**

**5 puntos.**

La experiencia de Gestor de Contenidos se acreditada en vida laboral, con más de 4 años.

Se considera buena 4

EMPRESA	CRITERIO	DETALLE	PUNTUACION MAXIMA	PUNTUACION
TELECYL S A	PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO			
		Propuesta de funcionamiento	5	4,00
		Propuesta de gestión de redes sociales	11	9,50
		Propuesta de generación de contenidos	11	10,00
		Propuesta de material gráfico	3	2,50
TELECYL S A	CUALIFICACIÓN EXPERIENCIA EQUIPO HUMANO			
		Mayor experiencia del Community Manager	5	4,00
		Mayor experiencia del Gestor de Contenidos	5	4,00
<b>TOTAL</b>			<b>40</b>	<b>34,00</b>

## 12.- METROPOLIS COMUNICACION

### PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO

**30 PUNTOS**

• **Propuesta de funcionamiento general.**

**5 puntos**

El licitador propone una Estrategia basada en placeres, hedonismo, motivaciones para viajar y experiencias. Estrategias por mercados y segmentos. Todo bien detallado.

**Se considera buena 4,0**



• **Propuesta de gestión y mantenimiento de redes sociales.**

**11 puntos**

1.- *las redes sociales actuales de Turismo de Valladolid.* **3**

Cita todas las rrss propias y no propias, y hace una propuesta temporal y por canales de gestión y mantenimiento.

**Se considera buena 2,5**

2.1 *Gestión y dinamización de perfiles.* **2**

*Propone el trabajo de estrategia a partir de una auditoría.*

Estrategia digital de destino, centrada en este cuadro:

Calendario y escucha activa

**Se considera buena 1,5**

2.2 *Respuestas y atención de usuarios.* **2**

Respuesta en un periodo de 24h en días laborables. Destaca idioma en el que este nos escriba, facilitando de esta forma una respuesta.

**Se considera buena 1,5**

2.3 *Elaboración de infografías, vídeos, creativities y gifs para*

Metrópolis llevará a cabo el diseño y ejecución de los contenidos para los perfiles de redes sociales, incluyendo la creación y producción de elementos de apoyo necesarios: Tratamiento de imágenes, infografías, gifs animados, píldoras audiovisuales.

**Se considera buena 1,5**

2.4. *Recopilación de información y elaboración de informes.* **2**

Con carácter mensual se presentará un Informe de seguimiento de KPI 's acompañado de una memoria ilustrada y descriptiva de ejecución con un apartado de conclusiones y mejoras a realizar.

**Se considera buena 1,5**



• **Propuesta de generación y mantenimiento de contenidos de los portales:**

**11 puntos**

3.1. *Generación y dinamización de los portales.* **4**

*Estrategias SEO, generación de contenido. Calendario planificación mensual. Generaciones de texto, etc. Detallado.*

**Se considera Buena 3**

3.2. *Respuestas y atención de usuarios.* **2**

*En este caso, la respuesta de dudas, preguntas y comentarios también incluirá aquellas que lleguen a este medio (mail) provenientes de cuentas asociadas como pueden ser las de Google o YouTube por ejemplo. Tal y como establecen las buenas prácticas en materia digital, la respuesta se realizará en un plazo de 24 horas laborables,*

**Se considera buena 1,5**

3.3. *Recopilación de información y elaboración de informes.* **2**

Auditoría y una monitorización mensual de los portales y recopilará la información relevante de los indicadores que se determinen, tales como audiencia, usuarios únicos, clics, etc.

**Se considera buena 1,5**

3.4. *Otras funciones.* **3**

Comunicación física: Metrópolis mantendrá actualizada la información de los paneles informativos (expositores exteriores, pantallas informativas, tótems) instalados en Valladolid, serán actualizados una vez a la semana.

- Gestión de incidencias técnicas: El equipo de la agencia realizará la gestión y seguimiento de incidencias técnicas junto con la empresa adjudicataria del mantenimiento técnico de los portales,

- Asistencia a reuniones: Metrópolis Comunicación asistirá a las reuniones que le sean demandadas

**Se considera buena 2,5**

• **Propuesta de material gráfico a desarrollar con un presupuesto de 5.000€ anuales.**

**3 puntos**

Creatividades para redes sociales y webs 100

Materiales Audiovisuales 150

Material fotográfico 730

**Se considera buena 2,5**

**MAYOR CUALIFICACIÓN Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO HUMANO**

**10 PUNTOS**

Si informa de toda la estructura de personal.

• **Mayor experiencia del Community Manager. Leticia Gonzalez**

**5 puntos.**

La experiencia de Community se acreditada en vida laboral, con más de 4 años.

Se considera buena 4

• **Mayor experiencia del Gestor de Contenidos. Daniel Gómez**

**5 puntos.**

La experiencia de Gestor de Contenidos se acreditada en vida laboral, con más de 4 años.

Se considera buena 4



EMPRESA	CRITERIO	DETALLE	PUNTUACION MAXIMA	PUNTUACION
<b>METROPOLIS COMUNICACION</b>	PLAN DE PRESTACIÓN MATERIAL DEL SERVICIO			
		Propuesta de funcionamiento	<b>5</b>	<b>4,00</b>
		Propuesta de gestión de redes sociales	<b>11</b>	<b>8,50</b>
		Propuesta de generación de contenidos	<b>11</b>	<b>8,50</b>
		Propuesta de material gráfico	<b>3</b>	<b>2,50</b>
<b>METROPOLIS COMUNICACION</b>	CUALIFICACIÓN EXPERIENCIA EQUIPO HUMANO			
		Mayor experiencia del Community Manager	<b>5</b>	<b>4,00</b>
		Mayor experiencia del Gestor de Contenidos	<b>5</b>	<b>4,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>40</b>	<b>31,50</b>

CUADRO RESUMEN

EMPRESA	PUNTUACION
<b>ACCIONALAB</b>	<b>29,75</b>
<b>AMAZING UP</b>	<b>19,50</b>
<b>AUTORITAS CONSULTING</b>	<b>13,50</b>
<b>SUSANA DIEZ PEREZ</b>	<b>15,00</b>
<b>COMUNICA MEDIATRADER S.L.U.</b>	<b>18,50</b>
<b>DEREJO PRODUCCIONES</b>	<b>35,00</b>
<b>DOUBLE DOT</b>	<b>18,00</b>
<b>GOOD NEWS</b>	<b>18,00</b>
<b>PPT MARKETING &amp; TIC S.L.</b>	<b>18,00</b>
<b>IMAGINA ADVERTISING</b>	<b>19,50</b>
<b>TELECYL S.A.</b>	<b>34,00</b>
<b>METROPOLIS COMUNICACIÓN</b>	<b>31,50</b>

Valladolid, 5 de junio de 2024

Gabriel Ureta Alonso



Coordinador