

ACTA DE LA MESA DE CONTRACTACIÓ DE L'EXPEDIENT PER A LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE LA GESTIÓ I DINAMITZACIÓ DE LES XARXES SOCIALS I DE LA WEB DEL PATRONAT DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ DE TARRAGONA PER LES MARQUES COSTA DAURADA I TERRES DE L'EBRE PER PROCEDIMENT OBERT.

EXP 1 PTDT/CDTE/17.-CONT

Per Decret de Presidència de data 29/06/2017 i amb núm. de registre 2-2017-178 es va aprovar l'expedient de la contractació dels serveis de la gestió i dinamització de les xarxes socials de la web del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona per les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre per procediment obert.

En data 4 d'agost la Mesa de Contractació procedeix a l'obertura del sobre B corresponent a la Proposta tècnica. Després de la lectura de les diferents proposicions, la Mesa ha sol·licitat l'elaboració d'un informe tècnic per a la valoració de les proposicions, que s'ha emès en data 6 de setembre de 2017.

El Plec de Clàusules Administratives Particulars estableix que el Sobre B es valorarà d'acord amb els següents criteris de valor:



1. Pla de treball (màxim 10 punts):

Es valorarà:

- Orientació de la campanya segons el resultats obtinguts en "l'Anàlisi de paraules clau" per mercats i públics objectius.
- La idoneïtat del pla proposat, metodologia, descripció i identificació dels processos per desenvolupar els serveis i les activitats proposades.
- Dins dels treballs SEO, les accions proposades per millorar el posicionament en els principals cercadors de manera que apareguin sempre dintre dels primers resultats de la cerca.

2. Concreció dels serveis i activitats a prestar (màxim 10 punts).

Es valorarà:

- L'estratègia
- La proposta d'iniciatives per elaborar i generar continguts als diferents canals
- El detall i la concreció de la gestió de l'activitat
- El programa de seguiment
- Els informes d'activitat i avaluació.

3. Proposta de flux de treball entre el PTDT i l'empresa adjudicatària (màxim 10 punts)

Seguiment de l'execució de les accions proposades per millorar el posicionament del lloc web i valoració de la seva efectivitat.

Seguiment de l'evolució de la presència a les xarxes socials, recopilació de dades i reporting.

Seguiment dels canvis funcionals que es produeixen a la xarxa, optimització del perfil

Anàlisi i proposta de possibles reorientacions de l'estratègia.

Reunions periòdiques amb el Patronat.

4. Proposta de disseny i creació de campanyes específiques de promoció als diferents canals socials i als principals cercadors (màxim 5 punts).

Es valorarà:

- La presentació de proposta/es de definició, disseny i creació de campanya/es.

5. Millors (màxim 5 punts).

Es valorarà disposar d'un comunicador amb disponibilitat 24/7 que pugui realitzar la gestió, l'escolta activa de les xarxes i els suggeriments.

Es valoren les 8 proposicions presentades doncs han estat totes ells admeses que han estat les següents:

1. VECTOR SOFTWARE FACTORY, S.L..
2. GABINETE DE PRENSA INFORPRESS SL (ATREVIA).
3. LINKEMANN SL.
4. DIGITAL BAKERS SL.
5. ESTUDI DE COMUNICACIÓ INTUS S.L.
6. INNOVA & SMART CONSULTING, SL.
7. NUWA AGÈNCIA DIGITAL, SLU.
8. EMPÀTICA INTERNET S.L.

Segons els criteris sotmesos a judici de valor i un cop analitzades totes les propostes presentades, les valoracions són les següents

1. Pla de treball (màxim 10 punts):

Les empreses Digital Bakers, Nuwa Agència Digital i Empàtica Internet presenten una clara referència i detall envers l'orientació de la campanya per mercats i públics objectius, la idoneïtat del pla proposat, la metodologia, la descripció i la identificació dels processos per desenvolupar el servei i les activitats proposades que ajusten, defineixen i concreten de forma clara i precisa els punts abans descrits.

Pel que fa a la orientació de la campanya als públics objectius les propostes de Nuwa Agència Digital i Empàtica Internet destaquen pel seu major millor nivell de coneixement del públic objectiu per la qual cosa reben la major puntuació entre tots els licitadors (3p). Digital Bakers planteja una línia editorial acord amb els productes de Costa Daurada pel que rep la segona major puntuació (2,5p). Vector software factory SL presenta una proposta estratègica de gestió de campanyes de destacable qualitat tècnica, no obstant

no identifica tota la línia de productes estratègics per les marques per això rep una puntuació de 2p. La resta de licitadors presenten una proposta excessivament genèrica que no cobreix les expectatives de les dues marques (1,5p).

Pel que fa a la metodologia, destaquen les empreses Nuwa Agència Digital i Empàtica Internet que presenten una proposta de calendari d'accions detallada i adaptada a l'estratègia de les dues marques, per la qual cosa reben la major puntuació (3p) entre tots els licitadors. Digital Bakers i Innova & Smart Consulting presenten un calendari de treball tècnic genèric professional i ben definit pel que reben la segona major puntuació (2,5p). El pla de treball presentat per la resta de licitadors un cop analitzat no aconsegueix les expectatives de calendarització les marques rebent 1,5p Vector software factory i Estudi de comunicació Intus i 1p Atrevia i Linkemann.

En la proposta de treballs SEO en destaquen els plans d'acció de les empreses Vector software factory i Empàtica Internet en la seva metodologia i principals aspectes tècnics per sobre de les altres per l'elevat nivell de descripció de l'estratègia presentada per la qual cosa reben la major puntuació (2,5p). L'empresa Nuwa Agència Digital presenta concretament una proposta de treball d'accions SEO a nivell on-page i off-page dirigides als mercats i públics d'interès per les dues marques i per això es valora en 2p.

La resta de licitadors han fet una proposta correcta en termes generals, però molt genèrica i amb un menor grau de detall respecte a les altres i per això reben totes la meitat de la màxima puntuació (1,5p).

En conseqüència, el quadre de valoració d'aquest criteri es el següent:

PLA DE TREBALL 10p.				
	Estratègia per mercats/publics 3,5 p.	Metodologia 3,5 p.	Proposta SEO 3p.	TOTAL
VECTOR	2	1,5	2,5	6
ATREVIA	1,5	1	1,5	4
LINKEMANN	1,5	1	1,5	4
D.BAKERS	2,5	2,5	1,5	6,5
INTUS	1,5	1,5	1,5	4,5
INNOVA:Doxa	1,5	2,5	1,5	5,5
NUWA	3	3	2	8
EMPÀTICA	3	3	2,5	8,5

2. Concreció dels serveis i activitats a prestar (màxim 10 punts).

En referència a la proposta d'iniciatives per elaborar i generar continguts destaquen les propostes plantejades de les empreses Nuwa Agència Digital i Empàtica Internet que han presentat una proposta de generació i elaboració de continguts molt creatives i adaptades a la idiosincràsia del territori que

implica un alt coneixement del mateix i per aquest motiu reben la màxima puntuació (3p). Les empreses Estudi de Comunicació Intus i Atrevia desenvolupen una proposta de continguts ben estructurada però més genèrica i per aquest motiu reben la segona millor puntuació (2,5p). Vector software factory fa una proposta en clau de millora per això rep una puntuació de 1,5p. La resta d'empreses fan propostes genèriques dins l'estàndard habitual sense desenvolupar exemples concrets per les marques (1p).

Pel que fa al detall i la concreció sobre la gestió de l'activitat les empreses Nuwa Agència Digital i Empàtica Internet destaquen per presentar un pla de treball molt més detallat i exhaustiu adaptat a les marques i es per això que reben la màxima puntuació (3p). Atrevia i Innova & Smart Consulting presenten un pla de treball calendaritzat i ben estructurat per això reben la segona millor puntuació (2,5). La resta d'empreses presenten un pla de treball estàndard i genèric pel que reben 2p. Linkemann fa una proposta excessivament escueta, pel que rep la mínima puntuació entre totes (1p).

En referència als informes d'avaluació de l'activitat totes les empreses fan proposta en la mateixa línia (2,5p). Vector software factory fa una proposta menys desenvolupada (2p), Linkemann i Estudi de comunicació Intus no desenvolupen ni especifiquen la metodologia de presentació d'informes pel que no se'ls puntua en aquest apartat (0p).

En conseqüència, el quadre de valoració d'aquest criteri es el següent:

CONCRECIÓ DE SERVEIS 10p.				
	Continguts 3,5 p.	Detall gestió i timings 3,5p.	Informes 3p.	TOTAL
VECTOR	1,5	2	2	5,5
ATREVIEW	2,5	2,5	2,5	7,5
LINKEMANN	1	1	0	2
D.BAKERS	1	2	2,5	5,5
INTUS	2,5	2	0	4,5
INNOVA:Doxa	1	2,5	2,5	6
NUWA	3	3	2,5	8,5
EMPÀTICA	3	3	2,5	8,5

3. Proposta de flux de treball entre el PTDT i l'empresa adjudicatària (màxim 10 punts)

Aquest apartat és molt rellevant atenent a la importància de la relació del gestor amb el Patronat per tal d'optimitzar les accions i orientar correctament l'estratègia.

Pel que fa a l'anàlisi i el reporting del posicionament de les marques Empàtica Internet fa una presentació d'alt nivell tècnic i concreció dels programes d'anàlisi i seguiment de les xarxes pel que rep la màxima puntuació (3p).

Pel que fa a les tasques de reporting, les empreses Digital Bakers i Innova & Smart Consulting fan una proposta exhaustiva de la metodologia d'anàlisi respecte a la resta d'empreses pel que reben la segona millor puntuació (2,5p).

Nuwa Agència Digital planteja una metodologia de reporting diferenciada per canals (2p). Vector software factory i Atrevia fan una proposta d'anàlisi menys desenvolupada a la resta (1,5) i Linkemann fa una proposta mínima que no arriba al grau de concreció de les anteriors (1p).

Referent a l'optimització de perfils i l'actualització de l'estratègia seguint els canvis funcionals que es produeixen a la xarxa, Nuwa Agència Digital presenta una proposta d'adaptació i millora a l'entorn totalment en línia a les marques a més de presentar nous canals de treball pel que rep la millor puntuació (3p). Les empreses Vector software factory, Estudi de comunicació Intus i Empatica Internet inclouen propostes concretes de millora estratègica (2,5p). Atrevia i Digital Bakers presenten accions menys desenvolupades i rellevants pel que reben 2p i 1,5p. respectivament i la resta d'empreses fan propostes estàndard poc rellevants per les marques (1p.).

Referent a la planificació de reunions amb el Patronat, Empàtica Internet i Digital Bakers, proposen trobades mensuals presencials afavorint, d'aquesta manera, les dinàmiques de comunicació per això reben la màxima puntuació (3p). Nuwa Agència Digital presenta una proposta de planificació proactiva i diària pel que rep la segona major puntuació (2,5p). Atrevia, Estudi de comunicació Intus i Innova smart & Consulting presenten una planificació dins els estàndards (1,5p). Vector software factory i Linkemann no inclouen aquesta planificació en la seva proposta motiu pel qual reben 0p. en aquest punt.

En conseqüència, el quadre de valoració d'aquest criteri es el següent:

	FLUX DE TREBALL 10p.			TOTAL
	Anàlisi i reporting 3,5p.	Optimització perfils 3,5p.	Planning reunions 3p.	
VECTOR	1,5	2,5	0	4
ATREVIA	1,5	2	1,5	5
LINKEMANN	1	1	0	2
D.BAKERS	2,5	1,5	3	7
INTUS	1	2,5	1,5	5
INNOVA:Doxa	2,5	1	1,5	5
NUWA	2	3	2,5	7,5
EMPÀTICA	3	2,5	3	8,5

4. Proposta de disseny i creació de campanyes específiques de promoció als diferents canals socials i als principals cercadors (màxim 5 punts).

Cal destacar que es demanava una proposta específica de campanya atenent a la singularitat dels territoris. En aquest sentit, les empreses, Nuwa Agència Digital i Empàtica Internet han incorporat propostes concretes de campanyes i disseny d'imatge pel que reben la màxima puntuació (4p). L'empresa Innova Smart & Consulting també inclou a la seva proposta, possibles maquetes de campanya (2,5p). Vector software factory, Atrevia i Estudi de comunicació Intus presenten propostes genèriques sense incloure proposta de disseny (1,5p). Digital Bakers i Linkemann no presenten propostes desenvolupades pel que no se'ls puntua en aquest apartat (0p.).

En conseqüència, el quadre de valoració d'aquest criteri es el següent:

DISSENY CAMPANYES 5p.	
Campanyes específiques 5p.	
VECTOR	1,5
ATREVIA	1,5
LINKEMANN	0
D.BAKERS	0
INTUS	1,5
INNOVA:Doxa	2,5
NUWA	4
EMPÀTICA	4

5. Millores (màxim 5 punts)

Al respecte d'aquest criteri de valoració, només les empreses Estudi de Comunicació Intus, Nuwa Agència Digital i Empàtica Internet han presentat proposta (5p.).

MILLORES 5p.	
Proposta 24/7 5p.	
VECTOR	0
ATREVIA	0
LINKEMANN	0
D.BAKERS	0
INTUS	5
INNOVA:Doxa	0
NUWA	5
EMPÀTICA	5

La Mesa de contractació a la vista de l'Informe tècnic emès, valora l'oferta tècnica d'acord amb els criteris de valoració sotmesos a judicis de valor continguts a l'apartat j) del Quadre de característiques tècniques, del qual en resulta:

CRITERIS SUBJECTES A JUDICI DE VALOR. PROPOSTA TÈCNICA SOBRE B. (Fins 40 punts)	
VECTOR	17
ATREVIA	18
LINKEMANN	8
D.BAKERS	19
INTUS	20,5
INNOVA:Doxa	19
NUWA	33
EMPÀTICA	34,5

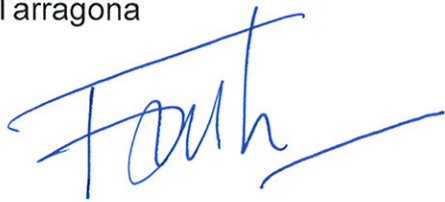
Sr. Martí Carnicer Vidal
President del Patronat de Turisme
de la Diputació de Tarragona



Antoni Franquès Rovira
Tècnic de Gestió A de la
Intervenció de la Diputació
de Tarragona



Francisco José Bueno Moro
Cap de Promoció del Patronat
de Turisme de la Diputació de
Tarragona



Marta Farrero Muñoz
Directora Tècnica del
Patronat de Turisme de la
Diputació de Tarragona



Manel Jordi Boquera
Secretari-delegat
Patronat de Turisme
De la Diputació de Tarragona



Asu Castro Pérez
Departament d'Administració
Patronat de Turisme de la
Diputació de Tarragona



Tarragona, 8 de setembre de 2017

