

PUNTUACIONES SOBRE B  
CRITERIOS NO EVALUABLES MEDIANTE FÓRMULAS MATEMÁTICAS

SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA, DISEÑO DE CAMPAÑAS Y ESCUCHA ACTIVA DE LOS PERFILES INSTITUCIONALES EN REDES SOCIALES DE LA JUNTA DE COMUNIDADES DE CASTILLA-LA MANCHA (EXPTE. Nº55-ICLM-2019)

OFERTA TÉCNICA:

MEMORIA DESCRIPTIVA DE UN PLAN DE CONTENIDOS (22 PUNTOS)	DIALOGA	Comentarios	UNITEL	Comentarios
Comunicación de la oferta que el proyecto propone (De 0 a 10 puntos)	10	Definen día de la publicación, hora, target objetivo, red social, mensaje, hastags para usar y tipo de contenido incluyendo ejemplo gráfico.	5	Definen día de la publicación, red social y tipo de contenido.
Línea gráfica a utilizar en las publicaciones del plan de contenidos propuesto, valorándose la homogeneidad de la imagen visual entre las distintas RRSS y su concordancia con la imagen de la marca (De 0 a 10 puntos)	10	Realiza análisis de la línea actual que siguen las cuentas sociales abiertas. Propone manual de identidad corporativa. Incluye ejemplo de línea gráfica a utilizar en las distintas RRSS.	0	No materializa ninguna pieza no pudiéndose valorar
Tipología de contenidos, valorándose que la propuesta incluya todos los especificados en el PPT (De 0 a 2 puntos)	2	Sí	2	Sí
<b>Puntuación total</b>	<b>22</b>		<b>7</b>	

MEMORIA TÉCNICA DESCRIPTIVA DE LOS SERVICIOS (10 PUNTOS)

Presentación y claridad de la memoria, con un índice de contenidos que permita entender el alcance de los servicios y la forma de afrontar el proyecto (De 0 a 3 puntos)	3	Memoria encuadrada a gusanillo y con tapas. Portada con nombre de la empresa licitadora claramente identificado. Índice global con apartados principales y subapartados, los apartados vienen indicados con página de inicio y de fin. Aporta una imagen general de lo que vamos a encontrar en el documento compuesto por 35 páginas. Documento impreso a una cara y con un diseño de página personalizado y relacionado con la imagen corporativa de la empresa. Incluyen imágenes, gráficos y tablas que mejoran la comprensión del documento. Incluye breve presentación de la empresa: credenciales, garantías y experiencia.	1	Memoria presentada en 4 partes grapadas individualmente. Portada con nombre de la empresa licitadora claramente identificado. 4 índices de contenido correspondientes a cada una de las partes con detalle de apartados y subapartados. No aporta una imagen global de lo que vamos a encontrar porque cada índice es independiente del anterior. Documento impreso a doble cara. Incluyen tablas e imágenes para la mejor comprensión del texto.
Planificación de las acciones a desarrollar diariamente y campañas de publicidad (De 0 a 3 puntos)	3	Incluye detalle de acciones día tras día, semana tras semana, mes a mes. Concreta el número de campañas, los elementos que las compondrán, el proceso de aprobación y el presupuesto destinado a las mismas.	3	Incluye acciones desglosadas por bloques de trabajo. Concreta el número de campañas, los elementos audiovisuales con los que contarán y el número de bocetos.
Descripción de las herramientas y medios informáticos a disposición del proyecto (De 0 a 2 puntos)	2	Sí	2	Sí
Descripción detallada de los medios y sistemas audiovisuales para la elaboración de contenidos multimedia (De 0 a 2 puntos)	2	Programas de diseño y edición de contenido. Equipo de imagen y sonido. Una diseñadora gráfica y técnica audiovisual, un diseñador gráfico y editor de video y un ilustrador y diseñador gráfico.	2	Programas de diseño y edición de contenidos. Plataforma de producción de video. Banco de imágenes. Un diseñador gráfico.
<b>Puntuación total</b>	<b>10</b>		<b>8</b>	

ASPECTO INNOVADOR (5 PUNTOS)

Disponer de una herramienta informática que, de forma integrada sirva para medir el impacto de las publicaciones en RRSS. (De 0 a 2 puntos)	2	Sí	2	Sí
Disponer de dispositivos de grabación de imágenes y audios en alta definición. (De 0 a 1 punto)	1	Sí	0	No se menciona
Repositorio de contenidos que sirva como archivo de las campañas realizadas. (De 0 a 2 puntos)	2	Sí, se menciona expresamente el acceso a un repositorio online de almacenamiento de piezas, plantillas y campañas publicitarias	0	No se menciona
<b>Puntuación total</b>	<b>5</b>		<b>2</b>	

INFORME DE SEGUIMIENTO DE GESTIÓN (4 PUNTOS)

Informe de seguimiento de la gestión	3	El informe analiza 4 RRSS: Facebook, Twitter, Instagram y Youtube. Incorpora datos cuantitativos y cualitativos, gráficos de evolución y texto descriptivo de la situación de cada red social. Frecuencia mensual. No se mencionan reuniones de reporte.	4	El informe incluye 3 RRSS: Twitter, Facebook, Instagram. Incorpora tablas sin datos (aunque se menciona que datos incluirían) y gráficos. No incorpora texto que interprete los datos o gráficos. Plantea seguimiento de fortalezas, usuarios conflictivos, etc. y análisis de landing page. Frecuencia mensual. Una reunión mensual y reuniones extraordinarias.
<b>Puntuación total</b>	<b>3</b>		<b>4</b>	

EXPERIENCIA DEL PERSONAL ADSCRITO AL PROYECTO (8 PUNTOS)

Jefatura de proyecto senior, Community Manager principal, CM dependiente del principal, diseñador gráfico e ilustrador, fotógrafo y técnico audiovisual	8	Sí, incluyen los CV de todos los perfiles requeridos.	1	Ofertan perfil de Community Manager principal pero no se identifica a la persona ni se incluye su historial laboral no pudiéndose valorar la experiencia mínima requerida en el pliego. Ofrecen perfil genérico de diseñador gráfico.
<b>Puntuación total</b>	<b>8</b>		<b>1</b>	