INFORME TÉCNICO SOBRE LA VALORACIÓN Y BAREMACIÓN DE LOS PROYECTOS PRESENTADOS AL PROCESO DE LICITACIÓN PARA EL SERVICIO DE "MEJORA DE LA PRESENCIA DE LA CONSEJERÍA DE TURISMO, REGENERACIÓN, JUSTICIA Y ADMINISTRACIÓN LOCAL EN REDES SOCIALES" EXPEDIENTE 2020/439320

Dentro del proceso de licitación del expediente que nos ocupa para la contratación de un servicio de mejora de la presencia de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local en redes sociales, han presentado oferta las siguientes empresas:

1. AZAHARA
2. BOOM SOCIAL MEDIA SOCIEDAD LIMITADA.
3. DOS ESPACIOS INTERNET CONSULTING S.L.
4. IDEANTO COMUNICACIONES
5. IMAGINA ANDALUCÍA EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD
6. IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA S.L.
7. INFICON GLOBAL SOCIAL LIMITADA
8. INN 360 S.L.
9. MAKYRE EVENTOS C2T S.L.
10. MALACATE COMUNICACIÓN
11. NANOOK NERVER BLINK SL
12. SERVINFORM S.A.
13. TALENTO TRANSFORMACIÓN DIGITAL S.L.
14. TERCETO COMUNICACIÓN SOCIEDAD LIMITADA

Para el análisis y evaluación de las propuestas se ha de tener en cuenta los aspectos establecidos en el anexo VII del Pliego de Condiciones Administrativas Particulares, a los que se asigna una puntuación máxima de 25 puntos, dividido en tres apartados:

1.- La calidad del enfoque y contenidos del Social Media Plan. Máximo 21,25 puntos.

Es el elemento básico para la valoración de ofertas. Pivota en torno a la claridad, calidad y originalidad del servicio que se desarrolla en el social media plan presentado, que es el instrumento técnico que permite tener una visión global de la comprensión del proyecto, de su adecuación a los servicios y tareas que se requieren en el PPT y al grado de cumplimiento del objetivo central de la mejora de la presencia de la Consejería en redes sociales.

Además de los aspectos que se indican en los apartados del Anexo VII del PCAP las propuestas deben incluir, de forma diferenciada, cuatros diseños de imágenes originales para publicar en las redes y un vídeo en el que se comunique una acción puesta en marcha por la Consejería, en la forma que se indica en el Anexo IV del PCAP, como documentación a incluir en el sobre

Plaza Nueva núm.4 41001 – Sevilla Telf. 955 03 18 00. Fax: 955 54 25 06
Correo-e: sgt.ctrjal@juntadeandalucia.es

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	MARIA FRANCISCA TRUJILLO MESA	10/11/2020 13:21:22	PÁGINA 1/12
VERIFICACIÓN	KWMFJEXU627E39DE5EP4S2SW3456PL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

electrónico 1 para tener en cuenta en los criterios de adjudicación valorados mediante juicios de valor.

El formato de presentación del social media plan será intuitivo y visual, de manera que se facilite la valoración de los elementos esenciales del mismo:

1.1. Claridad y adecuación del enfoque global de la planificación.

1.2. Diseño del cronograma de actividades y organización del trabajo propuesto, como instrumento esencial de planificación.

1.3. Calidad y originalidad de los contenidos propuestos (textos, gráficos y audiovisuales) y su potencial impacto para aumentar la interacción con posibles usuarios (engagement). Los contenidos propuestos deberán estar diferenciados para adaptarse a los diferentes perfiles de la Consejería (turismo, regeneración, justicia y administración local) y de la Fundación Real Escuela Andaluza de Arte Ecuestre, así como a los requisitos técnicos de cada una de las redes (Facebook, Twitter e Instagram). Los contenidos propuestos serán coherentes con la línea de comunicación institucional de la Consejería y de la Junta de Andalucía.

2.- Herramientas tecnológicas para la implementación del trabajo a realizar en la gestión, análisis y escucha activa de los perfiles sociales. Máximo 2,5 puntos.

En este apartado se valora funcionalidad, eficacia y adaptación de las herramientas concretas a las necesidades establecidas para la gestión de perfiles, el análisis y la escucha activa, así como la sencillez de manejo y las utilidades que ofrece. Para facilitar la comprobación de estas funcionalidades, las licitadoras deben presentar un documento gráfico o audiovisual, en la forma establecida en el anexo IV del PCAP, que permita identificar los aspectos citados, de manera clara y fácil.

3.- Workflow o herramientas de comunicación bilateral para la coordinación del trabajo con el personal de la Consejería. Máximo 1,25 puntos

La comunicación entre la empresa adjudicataria y el personal de la Consejería es un elemento imprescindible para la ejecución del servicio. Por ello el sistema propuesto deberá ser flexible, ágil, sencillo de manejo y comprensión y adaptado a las formas de trabajo del personal del Gabinete de la Consejería.

La presentación de las funcionalidades del Workflow así como las de la herramienta concreta, propuesta en su caso, se hará en un documento gráfico o audiovisual tipo demo, que muestre de forma clara las prestaciones y funcionalidades.

Plaza Nueva núm.4 41001 – Sevilla Telf. 955 03 18 00. Fax: 955 54 25 06
Correo-e: sgt.ctrjal@juntadeandalucia.es

Es copia auténtica de documento electrónico

ANÁLISIS, EVALUACIÓN Y PUNTUACIONES DE CADA LICITADORA POR APARTADOS.

Del análisis detenido y pormenorizado de los 14 proyectos presentados, a efectos de determinar el grado de cumplimiento, de cada uno de ellos, de los criterios señalados en el Anexo VII del Pliego de Condiciones Administrativas Particulares, resultan las valoraciones y puntuaciones que se indican a continuación, para todas las empresas en cada uno de los apartados a valorar.

1.1. Claridad y adecuación del enfoque global de la planificación. Se han considerado los siguientes aspectos:

- Comprensión global del proyecto: objetivos, tareas y propuesta alineada con los objetivos de la administración pública y las competencias concretas de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local
- Originalidad y novedad en las propuestas presentadas.
- Propuestas y actuaciones para mejorar el engagement o grado de interacción con los usuarios potenciales de las redes sociales de la Consejería.

1.1.- Claridad y adecuación del enfoque en la planificación de perfiles (máx. 5p)		
EMPRESA	VALORACIÓN	PUNTOS
AZAHARA	Buena comprensión global del proyecto. Contempla todos los perfiles, aporta propuestas novedosas y bien alineadas con la estrategia de la consejería. Aporta diseños originales y novedosos específicos para cada perfil de acuerdo a usuarios potenciales . Emoticonos y hasthags para mejorar interacción	5
BOOM SOCIAL MEDIA SOCIEDAD LIMITADA.	Buena comprensión global del proyecto. Enfoque adecuado aunque poco novedoso. Contempla todos los perfiles. El lenguaje es poco atractivo para lograr engagement.	4
DOS ESPACIOS INTERNET CONSULTING S.L.	Nada de comprensión global del proyecto. Enfoque inadecuado. Incluye todos los perfiles y analiza el público objetivo para cada uno de ellos. No propone mensajes para los copies.	1
IDEANTO COMUNICACIONES	Comprensión global media del proyecto. Enfoque adecuado y diferenciación de propuestas para la gestión de perfiles. Los mensajes propuestos son extensos y poco apropiados para el engagement en las redes.	3
IMAGINA ANDALUCÍA EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD	Nada de comprensión global del proyecto. Enfoque inadecuado e improcedente. Confunde la consejería con otra entidad. No aporta ideas novedosas, salvo en el área de promoción turística. Propuestas de texto con poco engagement y sin mucha relación con las competencias propias de la consejería.	1

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	MARIA FRANCISCA TRUJILLO MESA	10/11/2020 13:21:22	PÁGINA 3/12
VERIFICACIÓN	KWMFJEXU627E39DE5EP4S2SW3456PL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA S.L.	Buena comprensión global del proyecto. Alineado con el tarjet de la Consejería Mensajes originales y presentación actractiva. Emoticonos y elementos de mejorar para la interacción. Presenta manual de estilo.	5
INFICON GLOBAL SOCIAL LIMITADA	Nada de comprensión global del proyecto. Enfoque inadecuado. Propuesta de audiovisuales poco novedosos para los perfiles aunque se adaptan a la normativa de identidad corporativa.	1
INN 360 S.L.	Comprensión global media del proyecto. No incluye propuestas para desarrollo, que si identifica en el análisis previo. Las propuestas indicadas resultan poco novedosas y faltas de engagement. Excesivo enfoque del servicio a la promoción turística.	2,5
MAKYRE EVENTOS C2T S.L.	Nada de comprensión global del proyecto. Desenfoque de objetivos. La propuesta únicamente contempla posibles temas a incluir en la gestión de los perfiles.	0,5
MALACATE COMUNICACIÓN	Poca comprensión global del proyecto. Enfoque inadecuado a los perfiles y competencias de la consejería. Propone sorteos y campañas no adecuadas a la gestión de la consejería. El lenguaje utilizado es poco visual y con cierta incoherencia en los mensajes.	2
NANOOK NERVER BLINK SL	Poca comprensión global del proyecto. Falta de enfoque para los perfiles de la consejería. Presenta gran variedad de propuestas de campañas novedosas, no cubre todas las competencias de la consejería, se orienta fundamentalmente a la promoción turística.	2,5
SERVINFORM S.A.	Buena comprensión del proyecto. Enfoque adecuado aunque poco novedoso. Lenguaje visual, conciso y atractivo aunque escaso en el aporte de propuestas de mejora de gestión para aumentar la interacción	3,75
TALENTO TRANSFORMACIÓN DIGITAL S.L.	Poca comprensión global del proyecto.Enfoque inadecuado a los perfiles y competencias de la consejería. Textos y hasthags poco adecuados a los objetivos del servicio.	2
TERCETO COMUNICACIÓN SOCIEDAD LIMITADA	Buena comprensión global del proyecto. Mensajes claros y visuales para cada perfil, lo que aporta un enfoque adecuado pero resultan poco novedosos. Propone base de datos de preguntas frecuentes para la interacción.	4

1.2. Diseño del cronograma de actividades y organización del trabajo propuesto.

- Propuesta de un formato abierto para el cronograma que resulte ágil y operativo.
- Diseño claro y visualmente atractivo en el que se contemplen todos los canales, los contenidos (copy, multimedia propuestos, fecha y hora) y programación para todos los días de la semana.

Plaza Nueva núm.4 41001 – Sevilla Telf. 955 03 18 00. Fax: 955 54 25 06
Correo-e: sgt.ctrjal@juntadeandalucia.es

Es copia auténtica de documento electrónico

1.2.- Diseño del cronograma de actividades y organización del trabajo propuesto (máx. 4,75p)		
EMPRESA	VALORACIÓN	PUNTOS
AZAHARA	Propone formato Google Drive, Google Slides. Presenta informe completo del cronograma, con todos los elementos solicitados	4,75
BOOM SOCIAL MEDIA SOCIEDAD LIMITADA.	Propone formato Excel. Presenta un cronograma completo aunque el formato resulta poco funcional para el trabajo y la coordinación con el equipo ya que es complejo su manejo y comprensión.	4
DOS ESPACIOS INTERNET CONSULTING S.L.	Propone Excel. Presenta cronograma poco funcional para el trabajo. Divide las tareas por perfiles y no incluye el copy	1,2
IDEANTO COMUNICACIONES	Propone Excel. Cronograma completo contenidos poco adecuados a los perfiles de la consejería.	2
IMAGINA ANDALUCÍA EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD	Propone Excel. Presenta cronograma incompleto, con incoherencia entre publicaciones propuestas y planificadas. Muy orientado al turismo promocional.	1
IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA S.L.	Propone Excel online y Agorapulse aportando mayor operatividad. Presenta informe del cronograma sin incluir publicaciones de semana	4,5
INFICON GLOBAL SOCIAL LIMITADA	Propone Excel. Cronograma incompleto y falto de contenido	1
INN 360 S.L.	No propone herramienta específica. Presenta un cronograma poco desarrollado y escaso de contenido. Solo incluye el copy . Los mensajes son poco atractivos y lenguaje digital mejorable.	2
MAKYRE EVENTOS C2T S.L.	Propone Excel. con diseño tabla Presenta cronograma sin desarrollar e incompleto, sin propuestas de contenidos específicos.	0,5
MALACATE COMUNICACIÓN	Propone ASANA para la gestión del cronograma. Cronograma incompleto apenas sin desarrollo ni contenidos específicos.	1,5
NANOOK NERVER BLINK SL	Propone un cronograma básico sin desarrollo. Presenta una planificación correcta pero no incluye copies, ni elementos descriptivos de la propuesta de publicación.	1
SERVINFORM S.A.	Propone herramienta propia adecuada y funcional. No presenta cronograma cerrado mensualmente aunque contempla todos los aspectos y propone realizar la planificación en una sesión posterior.	3,25
TALENTO TRANSFORMACIÓN DIGITAL S.L.	Propone Excel. a través de Google Drive para la organización del social media plan. El cronograma es muy básico y no incluye el copy de las propuestas	1,5

Plaza Nueva núm.4 41001 – Sevilla Telf. 955 03 18 00. Fax: 955 54 25 06
Correo-e: sgt.ctrjal@juntadeandalucia.es

Es copia auténtica de documento electrónico

TERCETO COMUNICACIÓN SOCIEDAD LIMITADA	Propone herramienta propia. Presenta un cronograma completo aunque mezcla los temas sin determinar desde el perfil en que se publicarán.	4

1.3. Calidad de los contenidos propuestos: textuales, gráficos y audiovisuales

- Adecuación general de la propuesta a la línea de comunicación institucional de la Consejería y sus áreas competenciales.
- Claridad y concisión de los mensajes textuales: copy original y con capacidad de generar engagement o interacción.
- Calidad y originalidad de las creatividades (multimedia e imágenes) y su adecuación a los requisitos de cada red (Facebook, Instagram, Twitter) y cada perfil de la consejería (Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local) y de la Fundación Real Escuela Andaluza de Arte Ecuestre (REAAE)

1.3.- Calidad de los contenidos propuestos: textuales, gráficos y audiovisuales (máx. 11,50p)		
EMPRESA	VALORACIÓN	PUNTOS
AZAHARA	Propuesta adecuada a la estrategia de comunicación institucional. Contenidos originales y bien enfocados en relación a las competencias de la consejería. Buena calidad de imágenes, originalidad de diseños y adecuación a cada perfil. Mensajes alineados con cada perfil, diferentes para cada red. Vídeo adecuado.	11,25
BOOM SOCIAL MEDIA SOCIEDAD LIMITADA.	Propuesta adecuada a la estrategia de comunicación institucional. La calidad de los contenidos propuesto es aceptable y adecuada aunque las imágenes resultan poco novedosas y son las mismas para las tres redes. La redacción en ocasiones está poco estructurada dificultando la comprensión. El vídeo cumple con lo requerido sin aportar novedad.	9
DOS ESPACIOS INTERNET CONSULTING S.L.	Propuestas adaptadas a cada red pero muy básicas. Contenidos reducidos, de poco impacto. Gráficos y audiovisuales con muy poco texto y de calidad mejorable	2,5
IDEANTO COMUNICACIONES	Aportan su workbook No aporta imágenes específicas, ni vídeo para los contenidos.	1,5
IMAGINA ANDALUCÍA EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD	No contempla la imagen corporativa. Contenidos sencillos y claros pero poco novedosos. Diseños gráficos aceptables pero con poco enfoque a los perfiles de la Consejería.	4
IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA S.L.	Propuesta adecuada a la estrategia de comunicación institucional. Contenidos bien enfocados en relación a las competencias de la consejería, con textos sencillos y claros. Calidad de imágenes aceptable. Buen diseño del vídeo con contenido atractivo.	10,75

Es copia auténtica de documento electrónico

INFICON GLOBAL SOCIAL LIMITADA	Diseños en línea con la imagen institucional. Falta originalidad de las creatividades y adecuación a todos los perfiles. Calidad deficiente de imágenes y multimedia.	5
INN 360 S.L.	Diseños bien proporcionados y en línea con la imagen institucional. Falta originalidad de las creatividades y adecuación a todos los perfiles ya que presentan poca diferenciación.	5
MAKYRE EVENTOS C2T S.L.	Contempla la imagen corporativa. No propone contenidos para el proyecto. No aporta imágenes, ni vídeos	0,5
MALACATE COMUNICACIÓN	Diseños adaptados a la imagen corporativa. No presenta contenidos novedosos de mejora y engagement. Los contenidos tienen poca relación con las competencias propias de las administraciones públicas.	4
NANOOK NERVER BLINK SL	Es destacable el vídeo que han editado, es un spot con imágenes turísticas de calidad, buen montaje, locución en off cuidada, y buena tipografía, para promoción turística. En contra, los textos están poco trabajados y el enfoque no es el adecuado para todos los perfiles y redes de la Consejería	6
SERVINFORM S.A.	Propuesta adecuada a la estrategia de comunicación institucional. Calidad adecuada, diseño aceptable para todos los perfiles. Los contenidos son mejorables desde el punto de vista de la originalidad y novedad que presentan. El vídeo muestra imágenes en movimiento excesivo al principio dificultando el visionado.	8,5
TALENTO TRANSFORMACIÓN DIGITAL S.L.	Presenta imágenes dinámicas sin apenas texto, lo que favorece la accesibilidad pero dificulta la comprensión. Centra todo el proyecto en la promoción turística.	5
TERCETO COMUNICACIÓN SOCIEDAD LIMITADA	Propuesta adecuada a la estrategia de comunicación institucional. Los elementos textuales son adecuados aunque con excesiva sobre exposición sobre el resto de elementos. El diseño de audiovisuales es correcto aunque visualmente plano y con contenidos poco novedosos. Proponen vídeo con locución y subtitulado.	9

2.- Herramientas tecnológicas para la implementación del trabajo a realizar en la gestión, análisis y escucha activa de los perfiles sociales. Máximo 2,5 puntos.

En este apartado se valora funcionalidad, eficacia y adaptación de las herramientas concretas a las necesidades establecidas para la gestión de perfiles, el análisis y la escucha activa, así como la sencillez de manejo y las utilidades que ofrece.

Para facilitar la comprobación de estas funcionalidades, las licitadoras deben presentar un documento gráfico o audiovisual, en la forma establecida en el anexo IV del PCAP, que permita identificar los aspectos citados, de manera clara y fácil.

Plaza Nueva núm.4 41001 – Sevilla Telf. 955 03 18 00. Fax: 955 54 25 06
Correo-e: sgt.ctrjal@juntadeandalucia.es

Es copia auténtica de documento electrónico

2.- Herramientas tecnológicas para la implementación del trabajo a realizar en la gestión, análisis y escucha activa de los perfiles sociales (máx. 2,5p)		
EMPRESA	VALORACIÓN	PUNTOS
AZAHARA	Descripción clara de las utilidades de cada herramienta. Metricool: buena herramienta analítica, que sirve para la gestión. Mention: herramienta seguimiento redes.	2,5
BOOM SOCIAL MEDIA SOCIEDAD LIMITADA.	Descripción clara de las utilidades de cada herramienta. Hootsuite completa para la gestión y planificación Atribus para la escucha activa y proporciona muchas métricas.	2,5
DOS ESPACIOS INTERNET CONSULTING S.L.	Describe brevemente las herramientas. Propone Hootsuite, adecuada Metricspot y Sistrix para el seguimiento, son poco funcionales	1
IDEANTO COMUNICACIONES	No presenta demo. Si explica todas las herramientas que propone para trabajar. (Hootsuite, Bra/Google Tren)	1,25
IMAGINA ANDALUCÍA EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD	No presenta demo ni explicación de funcionalidad de las herramientas. Lista todas las que propone y explica en que red las va a utilizar.	1
IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA S.L.	Descripción comercial de la herramienta. Agorapulse integra funcionalidades de calendario, programación, análisis y seguimiento. Aplicación multifunción.	2,2
INFICON GLOBAL SOCIAL LIMITADA	No presenta demo ni presentación de las herramientas. Multitud de herramientas pero ninguna de ellas permite por si misma gestionar todos los perfiles	1
INN 360 S.L.	Propone Hootsuite Herramientas propias de las plataformas Feedly para curación de contenidos. Aceptable aunque no es muy funcional para nuestras redes	1,2
MAKYRE EVENTOS C2T S.L.	No presenta ni describe las características de las herramientas. Hootsuite y Metricool adecuadas. Aporta otras no requeridas y con poca utilidad para el desarrollo del servicio.	0,75
MALACATE COMUNICACIÓN	No aporta demo de herramientas. Propone: Hootsuite, Metricool y Melwater, que son herramientas adecuadas al servicio.	1,2
NANOOK NERVER BLINK SL	No realiza presentación de las herramientas, si bien estás son adecuadas. Hootsuite Social Mention Metricool Semrush	1,75
SERVINFORM S.A.	Descripción de las utilidades de cada herramienta, resultando ser adecuadas y funcionales. -Suite Chrysalis (suite propia) -Onlypult -Google Data Studio	2,5

Plaza Nueva núm.4 41001 – Sevilla Telf. 955 03 18 00. Fax: 955 54 25 06
Correo-e: sgt.ctrjal@juntadeandalucia.es

Es copia auténtica de documento electrónico

TALENTO TRANSFORMACIÓN DIGITAL S.L.	Presenta video comercial Hootsuite. Solo propone Hootsuite para gestión y escucha activa.	0,75
TERCETO COMUNICACIÓN SOCIEDAD LIMITADA	Aunque son muchas herramientas las describe brevemente con esquema visual y claro FB Business, Hootsuite, Tweetdeck, Tw Analytics, Metricool, Easypromos, Brand24, Creator Studio…	2,5

3.- World o herramientas de comunicación bilateral para la coordinación del trabajo con el personal de la Consejería. Máximo 1,25 puntos

La comunicación entre la empresa adjudicataria y el personal de la Consejería es un elemento imprescindible para la ejecución del servicio. Por ello el sistema propuesto deberá ser flexible, ágil, sencillo de manejo y comprensión y adaptado a las formas de trabajo del personal del Gabinete de la Consejería.

La presentación de las funcionalidades del workflow así como las de la herramienta concreta, propuesta en su caso, se hará en un documento gráfico o audiovisual tipo demo, que muestre de forma clara las prestaciones y funcionalidades.

3.- Workflow o herramientas de comunicación bilateral para la coordinación del trabajo con el personal de la Consejería (máx. 1,25p)		
EMPRESA	VALORACIÓN	PUNTOS
AZAHARA	Demo de Asana. Asana. Completa y funcional que permiten en una sola tarea varias interrelaciones. Telegram como herramienta de comunicación bidireccional.	1,25
BOOM SOCIAL MEDIA SOCIEDAD LIMITADA.	Describe su funcionamiento mediante un esquema sencillo Slack para la gestión y coordinación de tareas es una buena herramienta. Telegram para la comunicación bidireccional	1,25
DOS ESPACIOS INTERNET CONSULTING S.L.	Describen brevemente Scrum. Srum y Jira. No ofrecen herramientas de comunicación bidireccional	0,5
IDEANTO COMUNICACIONES	No presenta propuesta	0
IMAGINA ANDALUCÍA EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD	No presenta propuesta	0
IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA S.L.	Describe las utilidades de Agorapulse. Agorapulse Circuit como herramienta de uso frecuente en el ámbito de la Junta de Andalucía y abierto a otras opciones que considere la Consejería.	1,25

Plaza Nueva núm.4 41001 – Sevilla Telf. 955 03 18 00. Fax: 955 54 25 06
Correo-e: sgt.ctrjal@juntadeandalucia.es

Es copia auténtica de documento electrónico

INFICON GLOBAL SOCIAL LIMITADA	No presenta demo funcionalidades. Herramientas complejas y poco funcionales para el desarrollo del servicio: Drive, Google Suite, Telegram	0,2
INN 360 S.L.	Asana. Buena herramienta, adecuada y funcional. Google Drive y Google Calendar. Correo electrónico.	1
MAKYRE EVENTOS C2T S.L.	Describen brevemente Slack Slack herramienta adecuada No proponen herramientas de comunicación bidireccional.	0,5
MALACATE COMUNICACIÓN	Presenta demo para la única herramienta que aporta. Asana. Buena herramienta, adecuada y funcional.	1
NANOOK NERVER BLINK SL	No presenta demo no describe funcionalidades. Propone Basecamp. Herramienta adecuada.	0,8
SERVINFORM S.A.	Presenta propuesta de interacción y herramientas aunque excesivamente gráfica, sin explicar sus funcionalidades: -Slack -Jira -Teléfono	1
TALENTO TRANSFORMACIÓN DIGITAL S.L.	Presenta demo para la única herramienta que aporta. Asana. Buena herramienta, adecuada y funcional.	1
TERCETO COMUNICACIÓN SOCIEDAD LIMITADA	Describe funcionalidades. Slack para la gestión y coordinación de tareas es una buena herramienta. correo electrónico y teléfono	1,25

Plaza Nueva núm.4 41001 – Sevilla Telf. 955 03 18 00. Fax: 955 54 25 06
Correo-e: sgt.ctrjal@juntadeandalucia.es

Es copia auténtica de documento electrónico

RESUMEN DE PUNTUACIONES

EMPRESA	Ap. 1.1	Ap. 1.2	Ap. 1.3	Ap. 2	Ap. 3	**Total**
AZAHARA	5	4,75	11,25	2,5	1,25	**24,75**
BOOM SOCIAL MEDIA SOCIEDAD LIMITADA.	4	4	9	2,5	1,25	**20,75**
DOS ESPACIOS INTERNET CONSULTING S.L.	1	1,2	2,5	1	0,5	**6,2**
IDEANTO COMUNICACIONES	3	2	1,5	1,25	0	**7,75**
IMAGINA ANDALUCÍA EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD	1	1	4	1	0	**7**
IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA S.L.	5	4,5	10,75	2,2	1,25	**23,7**
INFICON GLOBAL SOCIAL LIMITADA	1	1	5	1	0,2	**8,2**
INN 360 S.L.	2,5	2	5	1,2	1	**11,7**
MAKYRE EVENTOS C2T S.L.	0,5	0,5	0,5	0,75	0,5	**2,75**
MALACATE COMUNICACIÓN	2	1,5	4	1,2	1	**9,7**
NANOOK NERVER BLINK SL	2,5	1	6	1,75	0,8	**12,05**
SERVINFORM S.A.	3,75	3,25	8,5	2,5	1	**19**
TALENTO TRANSFORMACIÓN DIGITAL S.L.	2	1,5	5	0,75	1	**10,25**
TERCETO COMUNICACIÓN SOCIEDAD LIMITADA	4	4	9	2,5	1,25	**20,75**

EMPRESAS POR PUNTUACIÓN DE MAYOR A MENOR.

EMPRESA	Ap. 1.1	Ap. 1.2	Ap. 1.3	Ap. 2	Ap. 3	**Total**
AZAHARA	5	4,75	11,25	2,5	1,25	**24,75**
IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA S.L.	5	4,5	10,75	2,2	1,25	**23,7**
BOOM SOCIAL MEDIA SOCIEDAD LIMITADA.	4	4	9	2,5	1,25	**20,75**
TERCETO COMUNICACIÓN SOCIEDAD LIMITADA	4	4	9	2,5	1,25	**20,75**
SERVINFORM S.A.	3,75	3,25	8,5	2,5	1	**19**
NANOOK NERVER BLINK SL	2,5	1	6	1,75	0,8	**12,05**
INN 360 S.L.	2,5	2	5	1,2	1	**11,7**
TALENTO TRANSFORMACIÓN DIGITAL S.L.	2	1,5	5	0,75	1	**10,25**
MALACATE COMUNICACIÓN	2	1,5	4	1,2	1	**9,7**
INFICON GLOBAL SOCIAL LIMITADA	1	1	5	1	0,2	**8,2**
IDEANTO COMUNICACIONES	3	2	1,5	1,25	0	**7,75**
IMAGINA ANDALUCÍA EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD	1	1	4	1	0	**7**
DOS ESPACIOS INTERNET CONSULTING S.L.	1	1,2	2,5	1	0,5	**6,2**
MAKYRE EVENTOS C2T S.L.	0,5	0,5	0,5	0,75	0,5	**2,75**

Plaza Nueva núm.4 41001 – Sevilla Telf. 955 03 18 00. Fax: 955 54 25 06
Correo-e: sgt.ctrjal@juntadeandalucia.es

Es copia auténtica de documento electrónico

CONCLUSIÓN.

Visto lo que se establece en el Anexo VII relativo al umbral mínimo de puntuación necesaria para continuar en el proceso selectivo, en el caso de que el procedimiento de adjudicación se articule en varias fases, se indicará en cuales de ellas se irán aplicando los distintos criterios, estaciendo un umbral mínimo del 50 por ciento de la puntuación en el conjunto de los criterios cualitativos para continuar el proceso selectivo.
De acuerdo con la puntuación otorgada a estos criterios, 25 puntos máximo, han superado dicho umbral del 50% (12,5 puntos) las siguientes empresas.

EMPRESAS QUE HAN SUPERADO EL UMBRAL MÍNIMO.

EMPRESA	Ap. 1.1	Ap. 1.2	Ap. 1.3	Ap. 2	Ap. 3	**Total**
AZAHARA	5	4,75	11,25	2,5	1,25	**24,75**
IMAGINE COMUNICACIÓN ANDALUZA S.L.	5	4,5	10,75	2,2	1,25	**23,7**
BOOM SOCIAL MEDIA SOCIEDAD LIMITADA.	4	4	9	2,5	1,25	**20,75**
TERCETO COMUNICACIÓN SOCIEDAD LIMITADA	4	4	9	2,5	1,25	**20,75**
SERVINFORM S.A.	3,75	3,25	8,5	2,5	1	**19**

Es todo cuanto se ha de informar.

La jefa del Servicio de Documentación, Información y Publicaciones

Plaza Nueva núm.4 41001 – Sevilla Telf. 955 03 18 00. Fax: 955 54 25 06
Correo-e: sgt.ctrjal@juntadeandalucia.es

Es copia auténtica de documento electrónico