

Informe técnico de las ofertas recibidas para el servicio de definición, diseño y ejecución de activaciones digitales de hitos clave a través de creadores de contenidos en los canales sociales para la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, SA. Expediente C101-13AD-0524-0037

1.- Valoraciones globales

Al presente concurso de prestación de servicios de definición, diseño y ejecución de activaciones digitales de hitos clave a través de creadores de contenidos, se han recibido cinco propuestas por parte de las siguientes empresas:

1. Credo comunicación
2. Webedia
3. Equipo Singular
4. Grafik Bureau
5. Grupo ADM

Todas las empresas anteriormente mencionadas, en sus propuestas, cumplen con los requisitos técnicos solicitados en el pliego del concurso, por lo que se realiza la evaluación de todas ellas, según los criterios existentes en el pliego.

2.- Valoración particular de las propuestas

CREDO COMUNICACIÓN

Estrategia de contenidos: 8/10 puntos

La oferta presenta una estrategia de contenidos alineada con los objetivos de la Empresa Pública. Se enfoca en informar y entretener, utilizando contenido de producción propia y diseño como eje fundamental. La estrategia considera variables como los objetivos de la marca, los soportes de difusión y el enfoque transmedia. Se basa en investigación de mercado y storytelling. Se trata de una estrategia muy genérica, correcta pero sin un eje de comunicación diferenciador.

Planificación de las propuestas: 3/5 puntos



La oferta incluye una planificación detallada con 10 fases claramente definidas, desde la notificación del hito hasta la medición de resultados. El calendario propuesto es flexible y adaptable a las necesidades de cada activación. Sin embargo, no se identifica el contenido mínimo de piezas generadas durante la activación.

Metodología y desarrollo de activaciones: 2/5 puntos

Se presenta una metodología sólida para la selección de influencers, utilizando criterios como relevancia, alcance, engagement, autenticidad y localización. Se proponen herramientas específicas y un proceso de selección estructurado.

No existe un ejemplo de desarrollo específico de una activación, salvo el número de piezas que se publicarán.

No indican el alcance cuantitativo esperado por cada hito a cubrir, únicamente hace mención al alcance cualitativo.

Herramientas para la gestión y análisis de RRSS (5/5 puntos)

La oferta propone una variedad de herramientas para la gestión y análisis de redes sociales, incluyendo Airtable, Hootsuite, Meta Business Suite, Mention, Agora Pulse, entre otras. Estas herramientas cubren aspectos de publicación, interacción y métricas.

Utilizan además Hyperauditor, Socialbakers y Traackr para analizar y seleccionar a los influencers idóneos

Portafolio de influencers: 10/10 puntos

Se menciona que la agencia tiene una red de colaboración con agencias de representación de influencers con portafolio de influencers extenso y variado.

Para esta contratación han realizado una preselección, incluyendo perfiles de gran relevancia y alta tasa de engagement como Sara Baceiredo, Cristina Verdú, Cesc Escolà, Damián Quintero, David Valero, Masi Rodriguez, Jon Kareaga, Fernando Tejero, Ángel León y Javier Castillo. La selección de influencers está bien alineada con el público objetivo y los objetivos de la campaña.



Creatividad y originalidad de las activaciones 5/15 puntos

La oferta no desarrolla ninguna activación específica para Turismo y Deporte, por lo que la creatividad y originalidad se va a valorar únicamente sobre los casos de éxito presentados. Presenta 3 casos de éxitos, todos ellos sobre temas gastronómicos, pero no encontramos elementos ni dinámicas de gran originalidad, aunque si son estrategias bien definidas.

Staff técnico: 17/20 puntos

La oferta menciona un equipo técnico que incluye community managers, especialistas en contenido y storytelling, gestores de relaciones con influencers, profesionales de diseño gráfico y producción de vídeo. Sin embargo, se proporcionan escasos detalles específicos sobre la experiencia y cualificaciones de cada miembro del equipo.

Puntuación total: 50/70

Esta oferta presenta una propuesta bien estructurada en la estrategia de contenidos, planificación, metodología y herramientas de gestión. Encontramos posibles áreas de mejora en una estrategia más ajustada a nuestra propuesta, mayor concreción en el desarrollo una activación, contenidos mínimos y alcance de cada hito a cubrir.

WEBEDIA

Estrategia de Contenidos 9/10 puntos

La oferta presenta una estrategia de contenidos bien definida, centrada en la creación de momentos "crush" que buscan conectar emocionalmente con la audiencia. La estrategia incluye la identificación del público objetivo (Generación Z y Millennials) y el uso de plataformas adecuadas como Instagram, TikTok, YouTube y Twitch. Se trata de una estrategia centrada en los intereses de nuestra marca, aunque no existe un eje de comunicación diferenciador.

Planificación de las Propuestas 5/5 puntos

La planificación de las propuestas está bien detallada, con un calendario claro para cada hito/evento, incluyendo la Copa Davis, la Carrera de Caballos de Sanlúcar, los Premios Turismo Andalucía y la



Noche Blanca del Flamenco. Cada evento tiene un plan específico de activación con influencers, lo que muestra una preparación meticulosa y adaptada a cada ocasión.

En todos los ejemplos identifican 5 piezas (reels) para nuestros canales sociales por cada hito, además de 1 pieza (reel) + story en el perfil del influencer seleccionado.

Metodología y Desarrollo de Activaciones 5/5 puntos

La metodología para la selección de influencers y el desarrollo de activaciones está claramente explicada. Se utilizan herramientas como Tubular y Primetag para la preselección de creadores de contenido, y se realiza una evaluación cualitativa y cuantitativa de los mismos. Además, se incluye un plan de acción detallado para cada activación, lo que asegura una ejecución efectiva.

Indican en su propuesta un alcance esperado de 2,5M de visualizaciones por cada hito a cubrir.

Herramientas para la Gestión y Análisis de RRSS 5/5 puntos

La oferta incluye el uso de herramientas especializadas como HypeAuditor para la gestión y análisis de redes sociales, complementado con reportes directos de las plataformas de los creadores de contenido. Esto garantiza un seguimiento en tiempo real y una evaluación precisa de los KPIs.

Portafolio de Influencers 10/10 puntos

El portafolio de influencers que esta empresa gestiona en exclusiva es extenso y variado, incluyendo perfiles de gran relevancia y alta tasa de engagement como Rubius, Willyrex, Vegetta777, IlloJuan, y muchos otros.

La selección de influencers que utiliza para las activaciones planteadas son @carliyoelnervio, @emedeamores, @elenagortari y @werbly, todos ellos alineados con el público objetivo y los objetivos de la campaña.

Creatividad y Originalidad de las Activaciones 15/15 puntos

Las activaciones propuestas son creativas y originales, con ideas innovadoras como "Mi entrada por la tuya" y "Pelotas Copa Davis" para la final de la Copa Davis, y "Mamá, ¿cómo puedo ser un jinete?"



para la Carrera de Caballos de Sanlúcar. Estas activaciones no solo son atractivas, sino que también están diseñadas para generar un alto nivel de engagement.

Staff Técnico 20/20 puntos

El equipo técnico propuesto tiene una amplia experiencia y está compuesto por profesionales altamente cualificados en áreas clave como producción audiovisual, creatividad, gestión de talentos y análisis de datos. Los perfiles presentados demuestran una sólida trayectoria en la gestión de campañas de marketing de influencia y producción de contenido digital.

Puntuación Total: 69/70

La oferta presenta una propuesta muy sólida y bien estructurada, con una estrategia de contenidos clara, una planificación detallada, una metodología robusta para la selección y activación de influencers, y un equipo técnico altamente cualificado. La creatividad y originalidad de las activaciones propuestas son destacables, lo que hace que esta oferta sea altamente competitiva y adecuada para los objetivos de Turismo y Deporte de Andalucía.

EQUIPO SINGULAR

Estrategia de Contenidos 9/10 puntos

La oferta presenta una estrategia de contenidos bien estructurada, centrada en la continuidad de la campaña "Andalusian Crush". La estrategia incluye objetivos claros de awareness y engagement, con un enfoque en la generación de contenido viral y atractivo para la audiencia objetivo (Generación Z y Millennials). Se destacan elementos emocionales y culturales de Andalucía, lo que demuestra una comprensión profunda del público y del mensaje a transmitir. Se trata de una estrategia centrada en los intereses de nuestra marca, aunque se echa en falta un eje de comunicación diferenciador.

Planificación de las Propuestas 5/5 puntos

La planificación es detallada y coherente, con ejemplos específicos de activaciones para eventos como la Copa Davis. Se proponen acciones disruptivas y creativas, como la combinación de perfiles



inesperados y la realización de directos en plataformas como Twitch e Instagram. El calendario de ejecución está bien estructurado, con tiempos definidos para cada fase de la activación.

En ejemplos presentados identifican al menos 4 piezas (reels) con publicaciones colaborativas de los influencers con nuestros canales sociales por cada hito, además de mención en twitch y réplica en tiktok

Metodología y Desarrollo de Activaciones 5/5 puntos

La metodología para la selección de influencers y el desarrollo de activaciones está claramente explicada. Se utilizan herramientas como Kolsquare para la preselección de creadores de contenido, y se realiza una evaluación cualitativa y cuantitativa de los mismos. Además, se incluye un plan de acción detallado para cada activación, lo que asegura una ejecución efectiva.

Indican en su propuesta un alcance esperado entre los 1,8M y 4M de visualizaciones por cada hito a cubrir.

Herramientas para la Gestión y Análisis de RRSS 5/5 puntos

La oferta incluye el uso de herramientas especializadas como Kolsquare para la gestión y análisis de redes sociales, complementado con reportes directos de las plataformas de los creadores de contenido. Esto garantiza un seguimiento en tiempo real y una evaluación precisa de los KPIs.

Portafolio de Influencers 10/10 puntos

El portafolio de influencers es extenso y variado, incluyendo perfiles de gran relevancia y alta tasa de engagement como Sr. Cheeto, SpokSponha, Eme de Amores, y otros. La selección de influencers está bien alineada con el público objetivo y los objetivos de la campaña.

Creatividad y Originalidad de las Activaciones 15/15 puntos

Las activaciones propuestas son creativas y originales, con ideas innovadoras como "Polos Opuestos", "Elige tu propia historia", "In real life" para la Copa Davis, y "El Visitante" para eventos locales. Estas activaciones no solo son atractivas, sino que también están diseñadas para generar un alto nivel de engagement.



Staff Técnico 20/20 puntos

El equipo técnico propuesto tiene una amplia experiencia y está compuesto por profesionales altamente cualificados en áreas clave como producción audiovisual, creatividad, gestión de talentos y análisis de datos. Los perfiles presentados demuestran una sólida trayectoria en la gestión de campañas de marketing de influencia y producción de contenido digital.

Puntuación Total: 69/70

La oferta presenta una propuesta muy sólida y bien estructurada, con una estrategia de contenidos clara, una planificación detallada, una metodología robusta para la selección y activación de influencers, y un equipo técnico altamente cualificado. La creatividad y originalidad de las activaciones propuestas son destacables, todo esto hace que esta oferta sea altamente competitiva y adecuada para los objetivos de Turismo y Deporte de Andalucía.

GRAFIK BUREAU

Estrategia de contenidos 10/10 puntos

La oferta presenta una estrategia de contenidos bien definida que busca unificar todas las activaciones digitales de influencia de Turismo y Deporte de Andalucía. Crear un eje de comunicación diferenciador, difundiendo el mensaje "Así es como hacemos las cosas en Andalucía", mediante el concepto "Vívelo como lo vivimos". La estrategia se enfoca en la continuidad, el storytelling y la identificación, asegurando una narrativa coherente y atractiva para la audiencia. Además, se detallan los objetivos, el público objetivo y los formatos y temáticas de contenidos, adaptados a las plataformas Instagram y TikTok, que son las preferidas por el público objetivo.

Planificación de las propuestas 5/5 puntos

La planificación de las propuestas está bien estructurada, con un calendario global que cubre las fases previa, durante y posterior al evento. Se detallan las activaciones específicas para la Copa Davis, incluyendo actividades como "El Juez de Silla", "Gritos Parte 1 y 2", y "Training Time". Cada activación tiene un objetivo claro y un plan de acción detallado, lo que demuestra una planificación meticulosa que garantiza la disponibilidad de contenidos para las 3 fases de cada hito a cubrir.



Para cada hito proponen 2 piezas colaborativas influencer + ViveAndalucía y 1 pieza para viveandalucía y amplificadas en stories por el influencer.

Metodología y desarrollo de activaciones 4/5 puntos

La metodología para la selección de influencers es rigurosa y sistemática, basada en la definición de objetivos, scouting inicial, análisis y evaluación detallada de cada perfil, y selección final. Además, se utilizan herramientas avanzadas como IMAI para la gestión de campañas y análisis de audiencias. El desarrollo de las activaciones es creativo y bien pensado, con un enfoque en la interacción y el engagement del público.

El alcance esperado lo sitúan en 800K impactos

Herramientas para la gestión y análisis de RRSS 5/5 puntos

La oferta incluye el uso de herramientas avanzadas como IMAI para la gestión de campañas de influencers y Metricool para el análisis, planificación de contenidos y monitorización de métricas. Estas herramientas permiten un seguimiento detallado y optimización de las activaciones y estrategias en base a las necesidades del proyecto.

Portafolio de influencers 10/10 puntos

El portafolio de influencers propuesto incluye perfiles relevantes y con alta tasa de engagement, como @gonzalomontoya9, @antoniolopez8, @werbly, y @marinabarrial. Estos influencers tienen una fuerte presencia en redes sociales y son capaces de generar contenido atractivo y relevante para la audiencia de Turismo y Deporte de Andalucía. Además, la oferta presenta casos de éxito anteriores con influencers, lo que demuestra experiencia y capacidad en la gestión de campañas con influencers.

Creatividad y originalidad de las activaciones 15/15 puntos

Las activaciones propuestas son altamente creativas y originales. La oferta incluye actividades innovadoras como "El Juez de Silla", donde el influencer se pone en la piel de un juez de silla de tenis, y "Gritos Parte 1 y 2", donde se reta a las aficiones a identificar y competir con los gritos



característicos de los jugadores de tenis. Estas activaciones no solo son entretenidas, sino que también fomentan la participación y el engagement del público.

Staff técnico 20/20 puntos

El equipo de trabajo propuesto cuenta con profesionales altamente experimentados y especializados en la definición, creación y difusión de contenidos para Social Media. Los miembros del equipo tienen experiencia previa en proyectos similares y han trabajado con clientes de renombre como LaLiga, Xiaomi, Turismo de Madrid, y otros. Esto asegura una ejecución de alta calidad y profesionalismo en todas las activaciones.

Puntuación Total 69/70 puntos

La oferta cumple con todos los criterios de valoración de manera excelente, presentando una estrategia de contenidos sólida centrada en un eje de comunicación diferenciador, una planificación detallada, una metodología rigurosa, herramientas avanzadas, un portafolio de influencers relevante, activaciones creativas y un equipo técnico altamente capacitado.

GRUPO ADM

Estrategia de contenidos: 9/10 puntos

La oferta presenta una estrategia bien definida enfocada en la Generación Z y personas de 25-35 años con capacidad económica para viajar. Utiliza plataformas como TikTok, Instagram y Twitter para crear una comunidad alrededor de las experiencias turísticas de Andalucía. La estrategia es clara en su intención de utilizar influencers y creadores de contenido para lograr una conexión orgánica con el público objetivo. Se trata de una estrategia correcta, pero sin un eje de comunicación diferenciador.

Si valoramos la propuesta de no solo crear contenido para los hitos propuestos, sino darle continuidad a las cuentas en redes sociales.

Planificación de las propuestas: 3/5 puntos



La oferta incluye una planificación detallada de eventos como la Final de la Copa Davis, con un cronograma desde el inicio hasta la preparación final. Proporciona ejemplos específicos de cómo se gestionarán las campañas, incluyendo la selección de influencers y la presentación de dossiers detallados a los clientes.

Para cada hito proponen 2 piezas (reels) + 1 story

Metodología y desarrollo de activaciones: 4/5 puntos

La metodología de selección de influencers está bien explicada, incluyendo la evaluación del impacto deseado, las métricas de seguidores y el compromiso. No existe un ejemplo de desarrollo específico de una activación, salvo el número de piezas que se publicarán.

Indican un alcance esperado de 1M de impactos.

Herramientas para la gestión y análisis de las RRSS: 5/5 puntos

Se mencionan herramientas específicas como Owlstat, Instastatistics, Statflux y Socialstat para el análisis preciso y el seguimiento del rendimiento. La propuesta demuestra un uso competente de estas herramientas para informar estrategias y medir el éxito de las campañas.

Portafolio de influencers: 10/10 puntos

La oferta incluye un portafolio detallado de influencers con quienes la empresa ha trabajado previamente, como Illo Juan, Masi, Dario Eme Hache, entre otros. Muestra ejemplos de colaboraciones exitosas anteriores, lo cual fortalece la credibilidad y capacidad de la empresa.

Creatividad y originalidad de las activaciones: 7/15 puntos

No proporcionan ejemplos específicos de activaciones para eventos concretos que nos permitan evaluar la creatividad y originalidad de las mismas, aunque si exponen casos de éxito de estrategias similares, se esperaba poder evaluar nuevas y diferentes propuestas.

Staff técnico: 20/20 puntos



Se presenta un equipo completo y bien definido con roles específicos como Manager de Talento, Director de Contenido, Director de Producción, Director Creativo, Operador de Cámara, Ingeniero de Sonido, entre otros. Se especifica el uso de equipos técnicos de alta gama, lo cual garantiza la calidad en la producción de contenidos.

Puntuación total otorgada: 58/70

La oferta cumple con todos los criterios establecidos en el pliego de prescripciones técnicas y muestra capacidad para definir, diseñar y ejecutar activaciones digitales, pero carece de eje de comunicación unificado y detalle de ejemplo de activación donde poder evaluar la creatividad y originalidad propuesta.

3.- Valoración final

Del análisis anterior e todas las empresas que han presentado oferta y de la valoración de cada uno de los puntos sujetos a juicio técnico, se extrae que hay dos empresas cuya oferta se adapta de manera excelente a los objetivos marcados por Turismo y Deporte de Andalucía en el proyecto de definición, diseño y ejecución de activaciones digitales de hitos clave a través de creadores de contenidos: **Webedia, Grafik Bureau y Equipo Singular** todas con puntuación de 69 sobre 70. Las 3 propuestas destacan por planificación detallada y su metodología robusta para el diseño exhaustivo de las activaciones, uso de herramientas avanzadas y equipo técnico altamente cualificado, pero sobre todo por su alta creatividad, originalidad en los ejemplos de activaciones propuestas y el alcance esperado de las mismas.

	Credo Comunicación	Webedia	Equipo Singular	Grafik Bureau	Grupo ADM
Estrategia de contenidos (10 Puntos)	8	9	9	10	9
Planificación de las propuestas (5 Puntos)	3	5	5	5	3
Metodología y desarrollo de activaciones (5 puntos)	2	5	5	4	4



Herramientas (5 puntos)	5	5	5	5	5
Portafolios de influencers (10 puntos)	10	10	10	10	10
Creatividad y originalidad de activaciones (15 puntos)	5	15	15	15	7
Staff técnico (20 puntos)	17	69	69	68	58
Total sobre 70 puntos	50	69	69	69	58

Málaga, a 02 de julio 2024

Director de Innovación

Responsable del proyecto

Responsable Social Media

Oficina del Dato