

INFORME DE VALORACIÓN CRITERIOS CUYA CUANTIFICACIÓN DEPENDE DE UN JUICIO DE VALOR

TÍTULO DEL CONTRATO: SERVICIO DE GESTIÓN DE REDES SOCIALES Y DISEÑO DE CONTENIDOS DE LAS CUENTAS Y PROGRAMAS GESTIONADOS POR LA DIRECCIÓN GENERAL DE AUTÓNOMOS Y EMPRENDIMIENTO PROMOVIDO POR LA CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y EMPLEO.

1. OBJETO

El presente informe tiene por objeto la valoración de la documentación técnica presentada por las empresas licitadoras admitidas, con respecto a los criterios que dependen de un juicio de valor, y la comprobación de que las mismas no incluyen información económica.

Se ha procedido a la valoración técnica de las siguientes ofertas:

Nombre / Razón social (por orden alfabético)
BETAGROUP SERVICES SAS SUCURSAL EN ESPAÑA
CINK VENTURING, S.L.
GOOD NEWS TELEVISION, S.L.
NOLSOM COMUNICACIÓN MULTICANAL, S.L.
NSPIRE MARKETING MEDIA AGENCY, S.L.
TALENTO TRANSFORMACIÓN DIGITAL, S.L.

2. DOCUMENTACIÓN PRESENTADA

La valoración de los criterios de adjudicación sujetos a juicio de valor se realiza sobre la memoria técnica que presentan los licitadores en su oferta.

Tal y como se indica en el PCAP de este contrato, la memoria técnica no tiene limitación de páginas, y debe contener al menos, los siguientes puntos:

- **Planificación de la estrategia** de comunicación y contenidos en Redes Sociales.
- **Propuesta de contenidos** que aumenten la visibilidad de la información facilitada a través de los perfiles existentes en redes sociales, y que incrementen la vinculación de los emprendedores de la región con las acciones y servicios de la DGAE y con la marca Comunidad de Madrid.
- **Nuevas acciones y medidas de mejora:** Para conseguir aumentar la visibilidad, tanto de las acciones y servicios de la DGAE y de la marca Comunidad de Madrid que supongan una mejora de la comunicación con los destinatarios y usuarios finales de dichas acciones y servicios.

- **Propuesta de creación de campañas:** Tanto para la promoción de las actividades de la DGAE como para mejorar la comunicación de las políticas de emprendimiento.

3. CRITERIOS Y PONDERACIÓN.

- **Planificación de la estrategia** de comunicación y contenidos en Redes Sociales: se valorará el enfoque que se presente para los destinatarios finales, en particular a los colectivos de personas autónomas, emprendedoras y entidades de la economía social. **Hasta 8 puntos.**
- **Propuesta de contenidos** que aumenten la visibilidad de la información facilitada a través de los perfiles existentes en redes sociales, y que incrementen la vinculación de los emprendedores de la región con las acciones y servicios de la DGAE y con la marca Comunidad de Madrid. Se tendrá en cuenta la línea gráfica seguida y la coherencia entre los contenidos propuestos, así como la originalidad, la adecuación a cada una de las redes, y la adecuación a cada programa. **Hasta 7 puntos.**
- **Nuevas acciones y medidas de mejora.** Para conseguir aumentar la visibilidad, tanto de las acciones y servicios de la DGAE y de la marca Comunidad de Madrid que supongan una mejora de la comunicación con los destinatarios y usuarios finales de dichas acciones y servicios. **Hasta 5 puntos.**
- **Propuesta de creación de campañas.** Tanto para la promoción de las actividades de la DGAE como para mejorar la comunicación de las políticas de emprendimiento. Se valorarán las propuestas para la creación de campañas, teniendo en cuenta la originalidad, el nivel de adecuación al público al que se dirige, así como la promoción de las actividades y la mejora de la comunicación de las políticas de emprendimiento. **Hasta 5 puntos.**

La puntuación máxima de estos criterios es por tanto de **25 puntos**.

4. VALORACIÓN DE LAS PROPUESTAS

La metodología utilizada para evaluar las distintas ofertas presentadas ha sido la de analizar y puntuar las memorias de cada oferta en base a los criterios descritos en el punto anterior.

Se ha comprobado que entre la documentación presentada por los licitadores no se incluye ninguna información relativa a la proposición económica.

A continuación, se detalla el análisis de cada oferta:

4.1. BETAGROUP SERVICES SAS SUCURSAL EN ESPAÑA

4.1.1. Planificación de la estrategia de comunicación y contenidos en Redes Sociales (0–8 puntos)

Puntuación otorgada: 7,5 / 8

La propuesta presenta una **planificación estratégica avanzada, bien estructurada y claramente alineada con los** destinatarios finales: personas autónomas, emprendedoras y entidades de la economía social.

La estrategia de comunicación **integra adecuadamente** planificación, producción, gestión de canales y medición de resultados. La puntuación no alcanza el máximo al observarse que algunos planteamientos, aun siendo sólidos, su **elevado grado de complejidad metodológica** puede requerir una coordinación institucional intensa para su ejecución óptima.

4.1.2. Propuesta de contenidos y aumento de la visibilidad y vinculación (0–7 puntos)

Puntuación otorgada: 6,5 / 7

La propuesta de contenidos es **muy sólida, estructurada y claramente orientada a objetivos**. Los contenidos propuestos aumentarán la visibilidad y la comprensión de la información institucional y la vinculación progresiva de los usuarios. Se valora especialmente la coherencia entre los contenidos, la adaptación a canales y la adecuación a cada una de las redes.

No alcanza la puntuación máxima en el apartado de originalidad, ya que la propuesta de Videopodcast Kilómetro Cero ya existe en la Comunidad de Madrid de forma muy similar como Madrid Km 0 del Emprendimiento.

4.1.3. Nuevas acciones y medidas de mejora (0–5 puntos)

Puntuación otorgada: 4,5 / 5

La propuesta incorpora **medidas de mejora claramente diferenciales**, como el uso avanzado de sistemas de análisis, métricas relacionales, optimización de procesos y reutilización estratégica de contenidos. Estas acciones suponen sin duda una mejora de la comunicación con los destinatarios y usuarios finales de las acciones y servicios de la DGAE.

La puntuación no alcanza el máximo únicamente porque las mejoras propuestas, aun siendo muy relevantes, se centran principalmente en la sofisticación de la propuesta.

4.1.4. Criterios para la propuesta de creación de campañas (0–5 puntos)

Puntuación otorgada: 5 / 5

La metodología de creación de campañas está **muy bien definida**, con un desarrollo claro de fases, tipologías de activos, adaptación por canal y criterios de medición. Se ha valorado positivamente el nivel de adecuación al público al que se dirige, vinculada en todo momento a políticas, servicios o hitos de emprendimiento.

Resumen final de puntuación – BETAGROUP SERVICES SAS

Criterio	Puntuación
Planificación de la estrategia	7,5 / 8
Propuesta de contenidos	6,5 / 7
Nuevas acciones y mejoras	4,5 / 5
Creación de campañas	5 / 5
Puntuación total	23,5 / 25

4.2. CINK VENTURING, S.L.,

4.2.1. Planificación de la estrategia de comunicación y contenidos en Redes Sociales (0–8 puntos)

Puntuación otorgada: 6,5 / 8

La propuesta presenta una **planificación estratégica sólida y estructurada**, con un enfoque claro hacia los destinatarios finales y una correcta comprensión del contexto institucional.

No obstante, en comparación con la oferta mejor valorada en este apartado, el planteamiento estratégico **presenta un menor nivel de profundización analítica y segmentación avanzada de audiencias**.

4.2.2. Propuesta de contenidos y aumento de la visibilidad y vinculación (0–7 puntos)

Puntuación otorgada: 6 / 7

La propuesta de contenidos es **coherente**, está **bien ordenada y correctamente adaptada a los distintos canales**. El planteamiento de contenidos permitiría incrementar la visibilidad de las acciones y servicios de la DGAE.

El ajuste de puntuación responde a que, aun siendo un planteamiento **sólido y correctamente ejecutable**, la propuesta se apoya mayoritariamente en **formatos y estructuras convencionales**.

4.2.3. Nuevas acciones y medidas de mejora (0–5 puntos)

Puntuación otorgada: 4 / 5

La propuesta incorpora **medidas de mejora relevantes**, orientadas a la reutilización de contenidos y la mejora progresiva del rendimiento a través del análisis de resultados. Estas acciones supondrían una mejora de la comunicación con los destinatarios y usuarios finales de dichas acciones y servicios

No obstante, las medidas planteadas se sitúan principalmente en el ámbito de la **optimización y mejora incremental**, sin introducir acciones claramente disruptivas ni modelos avanzados de activación comunitaria.

4.2.4. Criterios para la propuesta de creación de campañas (0–5 puntos)

Puntuación otorgada: 4 / 5

La metodología de creación de campañas se considera **correctamente definida**, con una estructuración clara de mensajes, objetivos y planificación temporal. Se valora positivamente el nivel de adecuación al público al que se dirige, así como la promoción de las actividades y la mejora de la comunicación de las políticas de emprendimiento.

No alcanza la puntuación máxima al observarse un enfoque eminentemente funcional, con campañas bien planteadas, pero sin un marco creativo o metodológico especialmente original.

Resumen final de puntuación – CINK VENTURING, S.L.

Criterio	Puntuación
Planificación de la estrategia	6,5 / 8
Propuesta de contenidos	6 / 7
Nuevas acciones y mejoras	4 / 5
Creación de campañas	4 / 5
Puntuación total	20,5 / 25

4.3. NSPIRE MARKETING MEDIA AGENCY, S.L.

4.3.1. Planificación de la estrategia de comunicación y contenidos en Redes Sociales (0–8 puntos)

Puntuación otorgada: 6 / 8

La estrategia propuesta se fundamenta en una **segmentación clara** de los destinatarios finales, estableciendo para cada colectivo un enfoque comunicativo diferenciado en función de sus necesidades específicas.

Sin embargo, el nivel de diagnóstico previo y el desarrollo metodológico de la estrategia resultan **más conceptuales que analíticos**, situándose en un escalón inferior respecto a las propuestas con mayor grado de definición estratégica.

4.3.2. Propuesta de contenidos y aumento de la visibilidad y vinculación (0–7 puntos)

Puntuación otorgada: 6 / 7

La propuesta de contenidos es **coherente y alineada** con los objetivos del contrato.

Sin embargo, se basa en la utilización de formatos habituales (vídeo, piezas gráficas, carruseles, contenidos breves). El diseño de contenidos no alcanza un grado elevado de originalidad o creatividad, apoyándose mayoritariamente en formatos más tradicionales.

4.3.3. Nuevas acciones y medidas de mejora (0–5 puntos)

Puntuación otorgada: 4 / 5

La propuesta incorpora **medidas de mejora relevantes**, orientadas a reforzar la utilidad del contenido, la reutilización de piezas y la optimización de los procesos de producción y difusión. Estas acciones suponen una mejora clara respecto a un modelo básico de gestión de redes.

No obstante, las medidas planteadas se sitúan principalmente en el ámbito de la **mejora incremental**, sin introducir mecanismos claramente disruptivos que supongan una mejora clara de la comunicación con los destinatarios y usuarios finales.

4.3.4. Criterios para la propuesta de creación de campañas (0–5 puntos)

Puntuación otorgada: 4 / 5

La metodología de creación de campañas está **correctamente definida**, con una estructuración clara de mensajes, objetivos y planificación temporal. Se valora positivamente el nivel de adecuación al público al que se dirige, así como la promoción de las actividades y la mejora de la comunicación de las políticas de emprendimiento.

La valoración se ajusta a la baja al observarse un enfoque predominantemente funcional, **sin una propuesta de comunicación especialmente original**.

Resumen final de puntuación – NSPIRE MARKETING MEDIA AGENCY, S.L.

Criterio	Puntuación
Planificación de la estrategia	6 / 8
Propuesta de contenidos	6 / 7
Nuevas acciones y mejoras	4 / 5
Creación de campañas	4 / 5
Puntuación total	20 / 25

4.4. TALENTO TRANSFORMACIÓN DIGITAL, S.L.

4.4.1. Planificación de la estrategia de comunicación y contenidos en Redes Sociales (0–8 puntos)

Puntuación otorgada: 5,5 / 8

La propuesta presenta una **planificación estratégica correcta y funcional**, con identificación de públicos y diferenciación básica por canales.

No obstante, **el desarrollo estratégico resulta esquemático**, con **escasa profundización** en modelos de comportamiento de usuarios o herramientas de planificación avanzada, situándola en este apartado un escalón por debajo de otras propuestas técnicamente más maduras.

4.4.2. Propuesta de contenidos y aumento de la visibilidad y vinculación (0–7 puntos)

Puntuación otorgada: 5 / 7

La propuesta de contenidos es **coherente y correcta**, con una estructuración clara en tipologías (informativas, divulgativas, audiovisuales y promocionales) y una adecuada adaptación de formatos a las principales plataformas. Se valora positivamente la atención a la claridad del mensaje, la simplificación de la información administrativa y la correcta línea gráfica seguida.

Sin embargo, el planteamiento de contenidos **se apoya fundamentalmente en formatos estándar** de comunicación institucional, sin presentar elementos especialmente diferenciadores en términos de originalidad narrativa o innovación en la relación con el usuario.

4.4.3. Nuevas acciones y medidas de mejora (0–5 puntos)

Puntuación otorgada: 4 / 5

La propuesta incorpora **medidas de mejora** como el uso de inteligencia artificial para escalado de contenidos, la reutilización de materiales y la mejora progresiva del rendimiento mediante análisis de resultados.

No obstante, no alcanza la puntuación máxima ya que las mejoras planteadas no suponen un salto cualitativo relevante respecto a un modelo estándar de gestión de redes sociales institucionales.

4.4.4. Criterios para la propuesta de creación de campañas (0–5 puntos)

Puntuación otorgada: 4 / 5

La metodología de creación de campañas es **clara y correctamente estructurada**, basada en la definición de mensajes, objetivos y adaptación básica a los distintos canales. Las campañas planteadas permiten reforzar la difusión de ayudas, programas y servicios de forma ordenada y coherente con la estrategia general.

La valoración se ajusta a la baja al observarse un enfoque predominantemente funcional, **sin una propuesta de comunicación especialmente original**.

Resumen final de puntuación – TALENTO TRANSFORMACIÓN DIGITAL, S.L.

Criterio	Puntuación
Planificación de la estrategia	5,5 / 8
Propuesta de contenidos	5 / 7
Nuevas acciones y mejoras	4 / 5
Creación de campañas	4 / 5
Puntuación total	18,5 / 25

4.5. GOOD NEWS TELEVISION, S.L.

4.5.1. Planificación de la estrategia de comunicación y contenidos en Redes Sociales (0–8 puntos)

Puntuación otorgada: 3 / 8

La propuesta presenta una **planificación estratégica básica**. Se aprecia una comprensión general del entorno institucional y de los objetivos del contrato.

No obstante, el planteamiento estratégico **carece de un diagnóstico previo sólido y estructurado**, como si aparece en otras propuestas.

La estrategia se apoya en **líneas de actuación genéricas**, sin incorporar herramientas analíticas avanzadas que permitan una planificación estratégica de mayor alcance.

4.5.2. Propuesta de contenidos y aumento de la visibilidad y vinculación (0–7 puntos)

Puntuación otorgada: 3 / 7

La propuesta de contenidos es **correcta desde el punto de vista técnico**, con una utilización adecuada de formatos audiovisuales y gráficos y una orientación clara hacia la difusión de información institucional.

Sin embargo, los contenidos propuestos no presentan una estrategia de vinculación avanzada con los distintos perfiles de usuario, sino que lo hacen de forma muy

genérica y poco desarrollada, que no permite valorar la adecuación a cada una de las redes ni la adecuación a cada programa.

4.5.3. Nuevas acciones y medidas de mejora (0–5 puntos)

Puntuación otorgada: 2,5 / 5

La propuesta incorpora **medidas de mejora básicas**, orientadas a la optimización de la producción audiovisual, la mejora de la calidad de los contenidos y el seguimiento de resultados. Estas medidas suponen una evolución positiva respecto a un modelo mínimo de prestación del servicio.

No obstante, las acciones propuestas **no incorporan iniciativas innovadoras de dinamización** que aseguren un aumento de la visibilidad, tanto de las acciones y servicios de la DGAE como de la marca Comunidad de Madrid.

4.5.4. Criterios para la propuesta de creación de campañas (0–5 puntos)

Puntuación otorgada: 2,5 / 5

La metodología de campaña propuesta es **sencilla y funcional**, basada en la producción de piezas audiovisuales y gráficas para la difusión de ayudas, programas y actividades.

Sin embargo, la propuesta, demasiado genérica y poco desarrollada, **adolece de un desarrollo metodológico claro por fases** y de una definición concreta de objetivos, indicadores de impacto o elementos diferenciales de campaña.

Resumen final de puntuación – GOOD NEWS TELEVISION, S.L.

Criterio	Puntuación
Planificación de la estrategia	3 / 8
Propuesta de contenidos	3 / 7
Nuevas acciones y mejoras	2,5 / 5
Creación de campañas	2,5 / 5
Puntuación total	11 / 25

4.6. NOLSOM COMUNICACIÓN MULTICANAL S.L.

4.6.1. Planificación de la estrategia de comunicación y contenidos en Redes Sociales (0–8 puntos)

Puntuación otorgada: 2 / 8

La propuesta presenta una **descripción general del servicio**, con referencias al contexto institucional. El planteamiento estratégico **carece de un enfoque claro y estructurado** para los destinatarios finales.

La planificación tampoco incorpora diagnóstico previo, objetivos estratégicos diferenciados ni criterios claros de priorización.

4.6.2. Propuesta de contenidos y aumento de la visibilidad y vinculación (0–7 puntos)

Puntuación otorgada: 2 / 7

La propuesta de contenidos se limita a enumerar **tipologías genéricas de piezas** (contenidos informativos, audiovisuales y promocional), sin desarrollar la línea gráfica seguida, la coherencia entre los contenidos propuestos, la adecuación a cada una de las redes, ni la adecuación a cada programa.

4.6.3. Nuevas acciones y medidas de mejora (0–5 puntos)

Puntuación otorgada: 1 / 5

La propuesta **no incorpora nuevas acciones ni medidas de mejora claramente identificables** respecto a un modelo estándar de prestación del servicio.

No obstante, se identifican referencias genéricas a procesos de optimización y seguimiento que permiten reconocer un mínimo enfoque de mejora continua, si bien sin concreción ni impacto valorable.

4.6.4. Criterios para la propuesta de creación de campañas (0–5 puntos)

Puntuación otorgada: 1 / 5

El planteamiento relativo a campañas se limita a una **mención genérica de actuaciones de difusión**, sin definir metodología, fases, conceptos creativos diferenciados, ni criterios claros de medición o impacto.

Plantean correctamente las campañas como un instrumento estructural de la comunicación, no como acciones aisladas.

Resumen final de puntuación – NOLSOM COMUNICACIÓN MULTICANAL S.L.

Criterio	Puntuación
Planificación de la estrategia	2 / 8
Propuesta de contenidos	2 / 7
Nuevas acciones y mejoras	1 / 5
Creación de campañas	1 / 5
Puntuación total	6 / 25

5. RESUMEN PUNTUACIONES OFERTAS VALORADAS

En la siguiente tabla se resumen las puntuaciones de cada propuesta para cada uno de los criterios de valoración y la puntuación total de cada una de ellas:

CRITERIO	PUNTUACIÓN					
	BETAGROUP	CINK	NSPIRE	TALENTO	GOOD NEWS	NOLSOM
Planificación de la estrategia (hasta 8 puntos)	7,5	6,5	6	5,5	3	2
Propuesta de contenidos (hasta 7 puntos)	6,5	6	6	5	3	2
Nuevas acciones y mejoras (hasta 5 puntos)	4,5	4	4	4	2,5	1
Creación de campañas (hasta 5 puntos)	5	4	4	4	2,5	1
TOTAL	23,5	20,5	20	18,5	11	6

Madrid, a fecha de firma

Firmado digitalmente por: AÑOVER ESCAMILLA JUAN ANTONIO
Fecha: 2026.04.24 10:33