

**PROCESO DE ACLARACIONES, CONSULTAS Y RESPUESTAS DE LA LICITACIÓN PÚBLICA
SERVICIO DE ASESORÍA DIGITAL Y REPORTERÍA EN REDES SOCIALES**

I ACLARACIÓN

1. Se modifica de las especificaciones técnicas en el Módulo 2 Métricas los siguientes párrafos:

TERCER PÁRRAFO:

Dice:

Para esto, el proveedor deberá proponer, valorizar y contratar a su costo una herramienta de monitoreo y gestión de Redes Sociales, la cual debe permitir el ingreso de a lo menos 6 licencias para los integrantes del área de Medios Digitales e información a Pasajeros, de forma que ellos también puedan interactuar con la plataforma.

Debe decir:

Para esto, el proveedor deberá proponer, valorizar y contratar a su costo una herramienta de monitoreo y gestión de Redes Sociales, el cual debe entregar dentro del servicio el ingreso de a lo menos 6 usuario para los integrantes del área de Medios Digitales e información a Pasajeros de METRO, de forma que ellos también puedan interactuar con la plataforma.

SEXTO PÁRRAFO

Dice:

En la actualidad Metro S.A. cuenta con métricas generadas por la herramienta de gestión “Brandwatch” con la cual ya se tiene un estándar en la medición del comportamiento en Redes Sociales para periodos anteriores al de esta licitación, por tanto, la herramienta de monitoreo debe homologar estos estándares y/o superarlos.

Debe decir:

En la actualidad Metro S.A. cuenta con un contrato de servicio con una agencia digital, la que provee el servicio para generar métricas generadas por una herramienta de gestión llamada “Brandwatch”, con la cual ya se tiene un estándar en la medición del comportamiento en Redes Sociales para periodos anteriores al de esta licitación. Por tanto, el proponente debe incluir en su oferta una propuesta de herramienta de monitoreo que sea capaz de homologar estos estándares y/o superarlos. Los datos ya capturados con esta herramienta, no deben ser cargados como datos históricos, ya que estos se encuentran respaldados.

SEPTIMO PÁRRAFO

Dice:

En forma paralela Metro está trabajando en una plataforma de Gestión de Clientes Transversal para toda la organización, que permita obtener una visión 360° del cliente. Por lo tanto, es necesario que la herramienta sugerida por el oferente ofrezca la posibilidad de integrarse a dicha plataforma.

Debe decir:

En forma paralela Metro está trabajando en una plataforma de Gestión de Clientes Transversal para toda la organización, que permita obtener una visión 360° del cliente. Por lo tanto, es necesario que el oferente contemple la integración y complemento de su servicio con esta nueva herramienta.

II PROCESO DE CONSULTAS Y RTESPUESTAS**1. Si alguien del equipo es mal evaluado o renuncia, cual es la política de reemplazo? ¿Qué se entiende por fuerza mayor?**

R: El reemplazo debe ser avisado con anticipación y se nos debe presentar el CV acorde a las especificaciones técnicas de este proceso.

Fuerza mayor es que la persona es imposible que pueda seguir en sus funciones atendiendo la cuenta de Metro, tales como despido justificado, renuncia, etc. No por una redistribución interna de los equipos internos del proponente.

2. Para las reuniones semanales definidas en el Módulo 1, la presencia requerida es de todo el equipo determinado o solo el equipo que participa en el área de Reportería y Análisis.

R: Para las reuniones semanales se definirá con antelación el equipo que debe asistir, ya sea de reportería y análisis o del área creativa. Dependerá de los alcances y tópicos de la reunión. Puede que una semana sólo se revisen métricas y en otra revisemos exclusivamente temas creativos o gráficos, o ambas.

3. En el módulo 2, "reportes puntuales" ¿Existe un horario de jornada definida para la agencia, considerando el horario de funcionamiento de Metro (6 am y 11 pm)? ¿La agencia deberá contar con una persona disponible hasta ese horario?

R: En cuanto a la categorización de las menciones y el monitoreo de la gestión de los CM de Metro no se requiere de la cobertura durante el horario completo de funcionamiento de Metro. Sin embargo para los reportes puntuales, que corresponden a métricas sobre incidentes de la operación o eventos comunicacionales que rompen la habitualidad del comportamiento del tráfico de las cuentas, se requerirá el apoyo de la agencia para el monitoreo y levantamiento de la data necesaria en el momento que está ocurriendo (como número de menciones sobre el evento, valoración sentimental de los comentarios, identificar tendencias de éstos).

4. Se indica que el equipo de Medios Digitales queda abocado a la interacción con su comunidad. ¿Esto quiere decir que la publicación y/o programación de la pauta corre por cuenta de la agencia?

R: No, las publicaciones las realiza el equipo de CM de Metro, no obstante el proveedor debe generar propuestas de contenidos planificadas.

5. ¿Se deben añadir, por tanto, los valores de aquellas herramientas de programación a utilizar? (en Instagram, por ejemplo).

R: No, ver pregunta anterior.

6. ¿Cuál es la plataforma de gestión 360? Esto es gravitante para la elección de herramienta de monitoreo, ya que tendrá que conversar con la plataforma de Metro.

R: No está resuelta aún.

7. Si no está resuelto el tema de la plataforma interna, ¿Se puede ofrecer distintos planes valorizados con herramientas distintas?

R: Por supuesto que pueden valorizar distintas herramientas.

8. ¿Cuántos fallos acepta como máximo anual?

R: Se permitirán 3 fallos consecutivos en el plazo de 30 días corridos.

9. Respecto a la plataforma: se indica que Metro se reserva el derecho de prescindir de su pago en caso de "aparición de sistemas más robustos en el futuro" ¿Qué sucede con los contratos (semestrales, anuales) de la herramienta si Metro decide que hay otra más completa?

R: Metro revisará periódicamente las herramientas y se avisará con anticipación al momento de hacer algún cambio y se esperará hasta que termine el contrato de la herramienta.

10.¿ Las cuentas definidas, incluyen Redbip!?

R: Si, Redbip está incluida.

11. ¿Cuándo se refiere a "fotografías propias": considera producción o banco de imágenes?

R: Se refieren a producción de fotografías cuando las campañas lo ameriten y pasan a ser propiedad Metro una vea aprobadas y publicadas.

12 ¿Se espera propuesta de piezas anuales para presupuestar el módulo 3? ¿Qué pasa, si por contingencia y/o por solicitud de Metro, se excede las piezas a entregar en cantidad y/o formato?

R: No hay una estimación real de piezas a producir en un año. Es por esta razón que se solicita un valor unitario.

13. ¿Qué pasa con las multas si por atraso, el equipo de Metro, no entrega información con un margen de tiempo razonable, equivoca la petición, cambia la fecha de entrega adelantándola o no entrega feedback a tiempo?

R: Si por razones internas de Metro se producen errores o demoras no aplican las multas al proveedor adjudicado.

14. Facebook:

a. **¿Cuántas cuentas de Facebook son?, en el pliego menciona generales.**

R: Por el momento sólo metrodesantiago-chile

15. En Brandwatch:

a. **¿cuántas menciones están gestionando hoy en día?**

R: Entre 30 mil a 40 mil menciones mensuales.

b. **¿Cuál es el promedio y volumen?**

R: Con un promedio diario de 1200

16. Por último y no menos importante, quisiera por favor solicitar archivos Word de los formularios para poder completarlos ya que por ejemplo el formulario 4 del archivo Bases-Servicios-Asesoría-Digital-Titulo-SEGUNDO.pdf se debe completar información relacionada a servicios prestados y no se puede realizar en dichos espacios.

R: Se adjuntan FORMULARIOS en formato Word.

17. ¿El Community Manager debe ser de dedicación exclusiva de metro o puede manejar otras cuentas?

R: Metro tiene un equipo de CMs quienes postean e interactúan con los seguidores de las cuentas. Lo que se requiere es que el proveedor adjudicado categorice y levante la data requerida en tiempo y fecha. Dado el nivel de tráfico de las cuentas declarado en la pregunta 15, el proponente debe elegir la modalidad que cumpla las expectativas de Metro.

18. El Community Manager trabajará en horario de oficina con la cuenta (9:00 a 18:00) o tendrá que estar a la par con el funcionamiento del servicio 5:30 a 23:40 ?

R: Refiérase a la pregunta N° 3.

19. El equipo que se pide para el manejo de la cuenta (director, ejecutivo, etc) son de dedicación exclusiva o es el requerimiento mínimo que debe tener la agencia que preste el servicio ?

R: Refiérase a la pregunta N° 18

20. ¿El CM solamente administrará las 2 cuentas de facebook, 2 de twitter y una cuenta de Instagram?

R: Por el momento tenemos 2 cuentas de Twitter, una de Facebook y una de Instagram. Metro cuenta con sus CM que interactúan con los seguidores de ellas.

21. Equipo Profesional

A) ¿Cuáles perfiles de los profesionales que integren el equipo del contratista pueden ser subcontratadas?

R: Ninguno de ellos.

B) Que eventos/ situaciones considera Metro cuando menciona el término “fuerza mayor” en la declaración:

"No se aceptará el reemplazo de ninguno de los integrantes del equipo propuesto, excepto por causas de fuerza mayor, debidamente informadas, justificadas y autorizadas por escrito por parte de Metro S.A."

R: Refiérase a la pregunta número 1

22. Módulo 2 Métricas

A) ¿Metro tiene considerado un plazo (máximo) para implementar la herramienta de monitoreo y gestión de Redes Sociales?

R: Se requiere que la herramienta a implementar esté en un máximo de 2 meses.

B) ¿Existen restricciones propio del ecosistema tecnológico de Metro para definir la herramienta?

R: No, sólo tiene cumplir con las necesidades expuestas las EETT. Ver las aclaraciones que acompañan este documento.

C) ¿En qué plataforma de Gestión de Clientes Transversal está trabajando Metro?

R: Por el momento se encuentra en etapa de desarrollo. Ver las aclaraciones que acompañan este documento.