



SERVICIO O DEPENDENCIA: DELEGACIÓN DE TURISMO
EMITIDO POR: (Nombre y Apellidos, Cargo) Francisco Mantecón Campos, Jefe de departamento de Patrimonio Histórico.
DIRIGIDO A: Servicio de Contratación
ASUNTO: Informe de valoración del sobre B de las ofertas presentadas para la contratación de prestación del servicio de <b>información turística, atención al público y promoción turística de Alcalá de Guadaíra</b> a través de la Oficina Municipal de Turismo y puntos de información, así como en eventos promocionales. <b>(E.G. 6235/2024 ref. C-2024/038)</b>

En relación con el presente informe, como consecuencia de la situación actual de incapacidad temporal (P.9/1) contingencia (EC), del responsable del contrato, concretamente, la técnico municipal de Turismo, Alicia Morillo García, y mientras se resuelve el procedimiento de contratación de un técnico medio como personal laboral temporal, para la sustitución de trabajador/a con derecho a reserva de puesto de trabajo (Recursos Humanos expdte. 823/2024); redacto el presente informe en calidad de sustituto provisional.

## 1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del presente contrato es la prestación del servicio de **información turística, atención al público y promoción turística de Alcalá de Guadaíra a través de la Oficina Municipal de Turismo y puntos de información, así como en eventos promocionales**, conforme a las especificaciones y características expuestas en el pliego técnico.

## 2. RELACIÓN DE EMPRESAS LICITADORAS

Concluido el plazo de presentación de proposiciones, y una vez efectuada la apertura del sobre B, en reunión de la mesa de contratación de fecha 04 de julio, se solicita por parte del servicio de contratación, informe de los criterios evaluables mediante juicio de valor, de los licitadores presentados:

EMPRESA 1.- BCM GESTIÓN DE SERVICIOS, S.L. CIF: B29831112

EMPRESA 2.- SERVICIOS GENERALES DOBLE ERRE, S.L. CIF: B41659491

## 3. CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE JUICIO DE VALOR

Se especifican a continuación, los criterios evaluables mediante juicio de valor, según se detallan en los anexos del pliego administrativo:

El licitante deberá presentar una **Memoria Técnica, detallada y vinculante** en la que se desglose y justifique la oferta en relación a los criterios de valoración, de acuerdo al siguiente orden y epígrafes.





a) Propuesta del modelo de organización, desarrollo y planificación del servicio de información turística y atención a los usuarios:

- Distribución del personal, en base a los perfiles, horarios y puestos definidos en el pliego técnico.
- Capacidad estructural de la empresa.
- Metodología propuesta para la recogida de información de los datos estadísticos y encuestas de satisfacción de visitantes. Definir la periodicidad y los formularios a utilizar para la realización de estas tareas.
- Metodología propuesta para el control de estocaje de almacén (material promocional, artículos de merchandising, folletos, etc). Definir la periodicidad y los formularios a utilizar para la realización de estas tareas.
- Definir la metodología de gestión del cobro de los artículos identitarios y de merchandising, así como de la venta de productos y servicios turísticos (venta de entradas, alquiler audioguías, etc). Definir los formularios de control y facturación para un correcto control del cobro.

b) Propuesta del modelo de organización de las tareas de promoción:

- Metodología propuesta de recogida de datos para la actualización de contenidos de la web de turismo y web municipal.
- Propuesta de acciones de promoción del destino a través de redes sociales, de las que dispone el servicio de Turismo. Cronograma y temporalización de las mismas.
- Metodología propuesta para la reserva de espacios de los recursos patrimoniales y gestión de visitas de grupos. Definir los formularios a utilizar para un control ordenado y correcto de las mismas.
- Definir las tareas a desarrollar por la oficina de promoción audiovisual 'Alcalá Film Office', unidad integrada en la Oficina de Turismo, destinada a la promoción del destino, para la facilitación de permisos y trámites, solicitados por la industria audiovisual.

c) Propuesta de medios materiales que la empresa destinará al desarrollo del servicio:

- La Uniformidad y/o identificación, definiendo la tipología de uniformidad y/o identificación del personal, diferenciando entre el servicio que se presta en la oficina de turismo, el servicio a prestar en stands promocionales y visitas guiadas.
- El material fungible y de oficina, definiendo la metodología a seguir para la gestión de los medios materiales puestos a disposición del objeto del contrato.
- La definición de una propuesta anual de costes de social media marketing, tanto a nivel de campañas publicitarias, como herramientas tecnológicas para gestión de redes, webs y plataformas digitales.
- Los desplazamientos y dietas, definiendo la metodología a seguir para gestionar los gastos relativos a desplazamientos y dietas del personal, con motivo de la atención de stands promocionales.

d) Propuesta Plan anual de formación:

este apartado deberá definir la metodología de aplicación de cursos por parte de la empresa a sus recursos humanos en general, así como, la planificación y temática de cursos para los profesionales que vayan a desarrollar el servicio objeto del contrato, en particular.

e) Mejoras: este apartado deberá definir las mejoras, que no estén incluidas dentro de las





obligaciones del contrato, y que no supongan un coste adicional para el Ayuntamiento. Estas mejoras versarán sobre:

- Mayor importe destinado a los costes materiales.
- Las relacionadas con la mejora en las condiciones laborales del personal.
- Otras mejoras no mencionadas que la empresa considere y demuestre que innovan de forma positiva el servicio.

	<b>Puntuación máxima</b>
<b>MEMORIA TÉCNICA</b>	<b>49</b>
<b>1. Propuesta modelo organización del servicio de información turística</b>	<b>10</b>
Se valorará: a) El grado de adecuación y coherencia de la organización de los recursos humanos, en base a los perfiles y horarios establecidos en el pliego técnico. b) La capacidad de la estructura de organización de la empresa y agilidad en la relación contractual con los recursos humanos, adscritos al servicio (vías de comunicación empresa-empleado, capacidad y tiempo de respuesta para sustitución del personal, etc). c) El número y operatividad de los formularios necesarios para la recogida de datos estadísticos, control de estocaje y gestión del cobro. d) La adecuación de las metodologías propuestas (control estadístico, control de estocaje y control de gestión del cobro), a la operatividad del servicio.	
<b>2. Propuesta modelo organización tareas de promoción</b>	<b>10</b>
Se valorará: a) número y operatividad de los formularios necesarios para la recogida de datos. b) Adecuación de las metodologías propuestas a la operatividad del servicio.	
<b>3. Propuesta medios materiales</b>	<b>12</b>
- uniformidad y/o identificación. Se valorará: a) originalidad y grado de adaptación a los distintos perfiles. b) número y calidad de los mismos. c) coherencia con los colores corporativos.	3
- material fungible y de oficina. Mantenimiento informático. Se valorará: a) la agilidad y operatividad en la solicitud y entrega del material. b) mayor cobertura en el soporte informático y menor tiempo de respuesta. c) Se valorará adicionalmente la inclusión de software de diseño gráfico vectorial y retoque fotográfico.	3
- costes de social media marketing. Se valorará el grado de adecuación y coherencia de la propuesta anual de costes de social media marketing, teniendo en cuenta las funciones a desarrollar en esta materia, según se establece en el pliego técnico.	4
- desplazamientos y dietas. Se valorará la agilidad y operatividad de la metodología propuesta para la gestión de estos costes.	2
<b>4. Plan anual de formación</b>	<b>7</b>
Se valorará: a) adecuación y coherencia de las temáticas de los cursos con el objeto del contrato, además de los obligatorios relacionados con la prevención de riesgos laborales. b) grado de adaptabilidad de los cursos respecto a la conciliación laboral de los	





trabajadores (duración de los mismos, posibilidad on line o semipresencial...) c) grado de practicidad y operatividad de los contenidos, con relación a las tareas a desempeñar por los trabajadores.	
<b>5. Mejoras</b>	<b>10</b>
Se valorará: a) mayor importe de los costes materiales relativos a material fungible y de oficina, y de los gastos de desplazamientos y dietas. b) mejoras en las condiciones laborales del personal. c) grado de innovación y/o mejora positiva sobre el desarrollo del servicio.	

**Las ofertas que no alcancen el umbral mínimo de puntuación de 24,5 PUNTOS en los criterios evaluables mediante juicio de valor, no pasarán a la valoración de los criterios automáticos.**

#### 4. ANÁLISIS OFERTAS SOBRE B

Una vez llevada a cabo la lectura y estudio de las ofertas presentadas, se realiza el análisis y valoración del sobre B, en base al cumplimiento de los criterios de valoración recogidos en el Pliego de cláusulas administrativas particulares.

El análisis de las ofertas es la siguiente:

##### **EMPRESA 1: BCM GESTIÓN DE SERVICIOS, SL**

##### **a) Propuesta del modelo de organización, desarrollo y planificación del servicio de información turística y atención a los usuarios:**

- Distribución del personal, en base a los perfiles, horarios y puestos definidos en el pliego técnico.

En este apartado la empresa presenta un organigrama perfectamente definido de la estructura del personal adscrito al presente contrato, donde se establecen los supervisores por parte de la empresa y su relación con el personal que prestará sus servicios en el Ayuntamiento de Alcalá de Guadaíra. Esta estructura está formada por parte de BCM de: un responsable de dirección general- una responsable del área de turismo – dos responsables de supervisión; y por parte del personal que prestará sus servicios en el Ayuntamiento de: una coordinadora – 3 informadores turísticos – informadores turísticos de sustitución.

Se valora muy positivamente, que la estructura se define gráficamente, lo cual permite visualizar claramente, los perfiles adscritos, así como la interrelación laboral entre los mismos. Además garantiza la continuidad del personal que presta sus servicios actualmente, así como la creación de una bolsa de sustituciones, con personal que ya ha prestado sus servicios en la oficina de turismo de Alcalá. La empresa aporta el curriculum de cada uno de los perfiles establecidos en la estructura de personal.

Respecto a la distribución horaria del personal, siguiendo lo establecido en el pliego técnico, la empresa aporta una propuesta de horario para cada uno de los puestos, definiendo el tramo horario y días de la semana. La propuesta presentada es muy apropiada para el servicio, puesto que permite tener de lunes a viernes dos puestos cubiertos, y una persona el fin de semana, así como tener dos personas de descanso los fines de semana, lo que permite contar con una de ellas, a modo de guardia, para apoyar eventos que pudieran tener lugar en fin de semana, sin dejar desasistida la oficina de turismo.

- Capacidad estructural de la empresa.

La empresa cuenta con una amplia experiencia en el sector turístico, en general y relacionado con el objeto de este contrato en particular, ya que aporta una relación de los distintos servicios turísticos ofertados y los organismos en los que se prestan, concretamente en Ayuntamientos de Andalucía, y relacionados con la atención de oficinas de turismo, servicios de visitas guiadas y servicio de promoción turística. Se valora muy positivamente la amplia experiencia en esta materia, no limitándose a servicio de azafatas, ya que el objeto de este contrato va más allá de eso, puesto que engloba una gestión del servicio de promoción turística, tan importante como la atención de la oficina de turismo.





La empresa aporta un gráfico con su estructura de empresa, se trata de un equipo interdisciplinar, que cuenta con una amplia gama de disciplinas, como área deportiva, área social y área de turismo, así como una serie de departamentos que garantizan ampliamente la viabilidad de la empresa para gestionar un contrato como el que nos ocupa. Cuentan además de áreas generales propias como administración, área contable, financiera... con otras más específicas como personal de selección, personal de guardia (para atender trabajadores/as fuera del horario de oficina), dpto de formación, de prevención de riesgos laborales y personal de igualdad.

En cuanto a la agilidad en la relación contractual, la empresa, al estar prestando sus servicios en la actualidad, garantiza la continuidad del personal, lo que permite una transición sin inconveniente, así como una estabilidad en la plantillas, que redundan en una mejor prestación del servicio, gracias a la experiencia aportada. No obstante, en caso de nuevas contrataciones por necesidades del servicio, la empresa aportará al trabajador/a un completo Manual del empleado, específico de este servicio, que garantiza conseguir una total integración en el servicio, en el menor tiempo posible.

La empresa explica detalladamente cómo es la metodología de puesta en marcha del servicio y contratación, incluyendo en esta última, el establecimiento de los cursos de prevención, entrega de fichas informativas, reconocimiento médico y entrega del manual del empleado, con las tareas a realizar, normas a cumplir, vías de comunicación con la empresa etc. La calidad y metodología de la organización está avalado por el estándar de calidad ISO 9001:2015, con que cuenta la empresa, siendo el alcance de esta certificación "gestión de la externalización de recursos humanos y servicios. Servicios de información turística, servicios de promoción turística y promoción y servicios de marketing turístico". Se valora muy positivamente esta certificación de calidad, ya que aporta una capacidad garantista por parte de la empresa, del cumplimiento de manera óptima del objeto del contrato, en relación con los derechos y deberes de los recursos humanos.

Igualmente la empresa hace un detallado desglose de las reuniones de coordinación, según su tipología, especificando su periodicidad, las vías de comunicación disponibles, y la definición de los procedimientos, con la aportación de los correspondientes modelos de formularios.

Finaliza este apartado definiendo muy detalladamente la metodología de sustitución del personal, en función de la tipología de la misma, con cobertura máxima del puesto de 1 hora, y disposición de una bolsa de trabajadores, así como un servicio de guardia fuera del horario de oficina.

Respecto a la capacidad estructural por tanto de la empresa, cabe destacar su amplia experiencia, más de 10 años en servicios con gran volumen de personal. Además Bcm cuenta con una amplia experiencia en diferentes servicios, siendo una empresa de gran volumen y alrededor de 1.200 trabajadores, de los cuales el 32,5% están relacionados con los servicios turísticos.

Los recursos humanos son fundamentales en este contrato, ya que en función de su profesionalidad, se prestarán los servicios con mayor o menor calidad, por tanto, todas aquellas medidas que redunden en una mejor satisfacción por parte de los trabajadores, será positivo para el cumplimiento del contrato. Las propuestas aportadas en este sentido por parte de la empresa, así lo son.

- Metodología propuesta para la recogida de información de los datos estadísticos y encuestas de satisfacción de visitantes. Definir la periodicidad y los formularios a utilizar para la realización de estas tareas.

La empresa en este apartado hace una descripción detallada de la recogida de datos estadísticos que se hace en la oficina de turismo, a través de una aplicación municipal del servicio de turismo. Denota conocimiento de esta herramienta y de la importancia de la recogida de información y el tratamiento de los datos, definiendo un sistema de indicadores, que permita interpretar los datos. Indica la empresa igualmente, los modelos de formularios a utilizar, la periodicidad y vías de recogida de los mismos.

Como mejora en este punto la empresa propone, en caso que las herramientas disponibles actualmente por el servicio de turismo del Ayuntamiento, resultaran insuficientes, un programa informático denominado PROGRAMA "R", se trata de un software libre y de código abierto especializado en el análisis estadístico de datos y la visualización gráfica, ideal para el sector turismo. R se ha convertido en una herramienta fundamental para profesionales del turismo que buscan optimizar sus estrategias y mejorar la experiencia del cliente. Además la empresa aporta el protocolo de actuación de este programa, que resulta de muy fácil instalación y uso.

Se valora muy positivamente que la empresa no se limite a definir lo establecido en el pliego técnico, sino que aporta una mejora en este punto, como es el estudio estadístico, que tan importante es en el ámbito turístico, para conocer la tipología de visitantes, de cara a establecer las distintas políticas y estrategias en materia turística, en el ámbito local.

- Metodología propuesta para el control de estocaje de almacén (material promocional, artículos de





merchandising, folletos, etc). Definir la periodicidad y los formularios a utilizar para la realización de estas tareas.

La empresa hace una correcta descripción del tratamiento de control del material promocional, especificando los formularios destinados a esa función y la periodicidad del control de estocaje, definiendo detalladamente, las tareas a ejecutar.

- Definir la metodología de gestión del cobro de los artículos identitarios y de merchandising, así como de la venta de productos y servicios turísticos (venta de entradas, alquiler audioguías, etc). Definir los formularios de control y facturación para un correcto control del cobro.

En este apartado la empresa aporta un formulario para el registro de ventas, y define detalladamente la metodología del protocolo a seguir para la venta de merchandising, desde su recepción y almacenamiento, hasta el registro contable. Se considera, por tanto, acorde y adecuado.

&&&&&&

Podemos concluir por tanto, que respecto a la propuesta del modelo de organización, la empresa cumple satisfactoriamente los aspectos valorables. Hay un conocimiento cierto del objeto del contrato, bien definido en la organización de los recursos humanos, y apoyado en una capacidad estructural de la empresa, que garantiza la prestación del servicio objeto del contrato con los debidos niveles de calidad, avalado por la certificación de calidad ISO 9001:2015, con que cuenta la empresa. Las metodologías propuestas y distintos formularios, son adecuados y se ajustan a la operatividad del servicio, para cada una de las acciones y tareas propuestas en el pliego técnico, mejorándolas en algunos casos.

## **b) Propuesta del modelo de organización de las tareas de promoción:**

- Metodología propuesta de recogida de datos para la actualización de contenidos de la web de turismo y web municipal.

En este apartado la empresa se centra en la tipología de usuarios de nuestras webs. Apuesta por una metodología basada en el sistema de indicadores, que aplicados a los distintos procesos, permite verificar el logro de los objetivos propuestos y su evolución. Este sistema de indicadores se compone de la recogida de datos estadísticos, para realizar un estudio con datos, a través de los cuestionarios propuestos. La empresa aporta varios modelos de formularios, para la recogida de datos, con un contenido acorde a la materia y fácil de rellenar por el turista. Todos esos datos, serán tratados con la herramienta de google analytics, que nos permite un análisis bastante detallado del comportamiento de los usuarios de webs, fundamental para comprender cómo interactúan los visitantes con un sitio web. La empresa hace una detallada descripción de esta herramienta, sus funcionalidades y resultados que obtendremos y, que se volcarán en un informe mensual con los resultados obtenidos.

Aunque se valora muy positivamente esta propuesta con el funcionamiento del servicio, ya que nos aportará datos de los usuarios en relación con nuestra web, que permitirán establecer estrategias a corto, medio y largo plazo, en cuanto a su dinamización, y como herramienta de promoción, la empresa no hace referencia a una metodología para recabar información para la actualización de contenidos de la propia web.

- Propuesta de acciones de promoción del destino a través de redes sociales, de las que dispone el servicio de Turismo. Cronograma y temporalización de las mismas.

La empresa propone establecer un programa de marketing online, que se llevará a cabo a lo largo del servicio, y enumera y define distintas acciones de promoción del destino ( posicionamiento web, email-markteting, redes de afiliados blogs, microblogs etc). Centrándonos en una de esas acciones como son las redes sociales, la empresa hace referencia a las redes en uso actualmente por el servicio de turismo, demostrando así un conocimiento de nuestro entorno, ya que aporta imágenes de cada una de ellas y los tipos de publicaciones según su formato (facebook, twitter, youtube e instagram). Como mejora proponen la implantación de Foursquare y google plus, para replicar las publicaciones de Facebook, tanto en contenidos como en tipos y frecuencias. Para completar esta información, la empresa aporta un detallado cronograma, con las acciones para cada tipo de red social (las existentes más las nuevas propuestas) y su temporalización. Se aporta un ejemplo de temporalización semanal. Se valora muy positivamente este punto por su aportación a la promoción de nuestro destino a través del conocimiento del comportamiento de nuestras redes sociales, como se refleja en el cronograma propuesto y las temáticas.

- Metodología propuesta para la reserva de espacios de los recursos patrimoniales y gestión de visitas de grupos. Definir los formularios a utilizar para un control ordenado y correcto de las mismas.





En este apartado se pone de manifiesto que la empresa tiene conocimiento sobre el procedimiento que se sigue en la oficina de turismo, para las reservas de espacios y gestión de visitas de grupos, tanto en la forma de recabar esta información, como su tratamiento a través de la herramienta google calendar. Este proceso actual, la empresa lo mejora describiendo la metodología paso a paso, así como destacan funcionalidades de esta herramienta, que serían aplicables por el servicio en esta tarea. Aporta un ejemplo de uso de reserva de una visita guiada al Castillo, especificando los distintos pasos y aportando imagen gráfica. La empresa aporta los distintos formularios disponibles para la reserva de espacios de recursos patrimoniales.

- Definir las tareas a desarrollar por la oficina de promoción audiovisual 'Alcalá Film Office', unidad integrada en la Oficina de Turismo, destinada a la promoción del destino, para la facilitación de permisos y trámites, solicitados por la industria audiovisual.

La empresa en este apartado hace una descripción correcta de las tareas a desarrollar por la oficina de promoción audiovisual de Alcalá Film Office, donde se detallan cada una de las fases de acompañamiento, desde el primer contacto hasta la finalización del proyecto. Se aporta modelo de ficha de contacto y de formulario donde se recogen los datos a registrar, a modo de información estadística.

&&&&&&

Podemos concluir por tanto, que respecto a la propuesta de organización de las tareas de promoción, la información aportada por la empresa, avala la viabilidad respecto al objeto del contrato, ya que la Oficina de Turismo, no funciona únicamente como un servicio de atención al turista, sino que desde ella, se recogen los datos necesarios y se planifican las acciones de promoción y comercialización del destino, vital para la atracción de visitantes. Se proponen una serie de formularios escritos y virtuales, para poder recabar la información necesaria, perfectamente compatibles con las metodologías propuestas. Se valora muy positivamente la propuesta de acciones de promoción turística a través de las redes sociales.

### **c) Propuesta de medios materiales:**

- la Uniformidad y/o identificación, definiendo la tipología de uniformidad y/o identificación del personal, diferenciando entre el servicio que se presta en la oficina de turismo, el servicio a prestar en stands promocionales y visitas guiadas.

La uniformidad propuesta por la empresa es correcta y acorde con los colores corporativos. Es adecuada en número y calidad (detallada descripción de los materiales) de las mismas, resaltar que cuentan con dos prendas de cada y sustitución inmediata por desgaste, así como stock mínimo de uniformes. La empresa hará entrega a los empleados de un breve manual de buen uso y cuidado del uniforme. Se valora muy positivamente la propuesta adicional de polos, como prenda superior, para adaptar la uniformidad a las distintas funciones que se desarrollan desde la Oficina de Turismo. También dispondrán de placas identificativas, con los logos y colores corporativos correspondientes.

La empresa hace una propuesta de uniformidad, diferenciando por el sitio donde se preste el servicio, bien en la oficina de turismo, bien en stands promocionales y en visitas guiadas. Para cada propuesta de uniformidad se detallan el conjunto completo que incluye: parte superior, parte inferior, accesorios y zapatos. Se utilizarán los colores corporativos verde, blanco azul y amarillo albero de la harinera. Dos uniformes de forma anual (verano e invierno) + stock mínimo de uniformes para situaciones de urgente necesidad. (se les provee de breve manual de buen uso y cuidado del uniforme). Aporta posibilidad de camisa manga larga vaquera y camisa blanca, polos manga corta amarillo y verde. Se aporta composición de los materiales.

Propuesta oficina de turismo: camisa/ pantalón/ blazer o chaqueta/ accesorios/ zapatos  
propuesta uniformidad stands promocionales y visitas guiadas: polo o camiseta/ pantalones o jeans/ accesorios como gorras o sombreros/ zapatos deportivos o casual y además se incluye chaqueta ligera en colores brillantes para las visitas guiadas.

Se considera por tanto, muy apropiada la uniformidad propuesta, en cuanto, tiene coherencia con los colores corporativos, incorporándolos en las distintas prendas, así como el grado de adaptación de los mismos, en relación con los puestos donde se presta el servicio, ya que no es lo mismo la atención en interior como es la oficina de turismo o stands promocionales; que en el exterior, como son las visitas guiadas y stands en espacios exteriores.

- el material fungible y de oficina, definiendo la metodología a seguir para la gestión de los medios materiales puestos a disposición del objeto del contrato.





La empresa propone la realización de un Inventario para gestionar con mayor eficiencia los materiales destinados al servicio, esto nos permitirá planificar las existencias. El inicio del proceso de adquisición corresponderá a la responsable coordinadora del servicio. Pone a disposición de los empleados diversos medios de comunicación para la gestión de los recursos materiales concretamente: plataforma web interna de la empresa (con su usuario y clave), correo electrónico, telefonía móvil, superior a lo especificado en el pliego técnico (1 móvil para la coordinadora y 4 móviles para los informadores), así como oficina central para envío y entrega de materiales y gestión de los mismos.

La empresa aporta equipo informático, que cumple los requisitos mínimos definidos en el pliego técnico, además de contrato de mantenimiento para las posibles incidencias.

La empresa hace una relación del material fungible y enseres de oficina con los que se dotará el servicio, y añade una mejora en este punto puesto que se equipará el Castillo/ Centro san Miguel de los medios tecnológicos necesarios para el registro de visitas.

- las características definidas del mantenimiento informático y metodología del mismo, así como los softwares informáticos que incluye el portátil.

La empresa cuenta con una empresa de mantenimiento informático (Entorno3) para la cobertura de este servicio, puesto a disposición del objeto del contrato. Se especifican detalladamente sus coberturas, bastante completas y una metodología ágil y práctica, que garantiza un buen servicio a nivel informático, de los equipos (asistencia en 24 horas, mantenimiento preventivo, actualizaciones, test de copias de seguridad, solución de dudas y soporte remoto), e incluso la sustitución del averiado, en caso de que la incidencia requiriera más tiempo. Con ello se garantiza en todo momento, que se pueda seguir prestando el servicio con normalidad.

- la definición de una propuesta anual de costes de social media marketing, tanto a nivel de campañas publicitarias, como herramientas tecnológicas para gestión de redes, webs y plataformas digitales.

En este apartado, la empresa se centra en la propuesta de herramientas tecnológicas para gestión de redes, webs y plataformas digitales, pero no aporta la definición de una propuesta anual de coste de social media marketing.

Respecto a la propuesta de las herramientas tecnológicas se consideran muy adecuadas para gestión de redes, webs y plataformas, incluyendo aplicaciones para diseñar imágenes, gráficos, vídeos etc como la aplicación Canva, y que es muy necesaria para gestionar redes, que se basan principalmente en los elementos visuales. Como herramienta para gestionar centralizadamente redes proponen Meta Business Suite.

- los desplazamientos y dietas, definiendo la metodología a seguir para gestionar los gastos relativos a desplazamientos y dietas del personal, con motivo de la atención de stands promocionales.

La empresa aporta una descripción muy detallada de la metodología a seguir para gestionar los gastos de desplazamientos y dietas. Se establece previamente una planificación de desplazamientos, con idea de que los viajes sean solicitados con antelación; y una gestión de dietas, con los límites diarios permitidos, basados en tarifas estándar de la industria o regulaciones locales. Partiendo de esta premisa, se establecen detalladamente los pasos a seguir para la solicitud de estos gastos por parte de los trabajadores y su seguimiento y resolución. Aporta sendos modelos de formularios de solicitud de desplazamiento y dietas.

#### **d) Propuesta Plan anual de formación:**

este apartado deberá definir la metodología de aplicación de cursos por parte de la empresa a sus recursos humanos en general, así como, la planificación y temática de cursos para los profesionales que vayan a desarrollar el servicio objeto del contrato, en particular.

**La empresa en su organigrama** cuenta con un Área de Formación, y se plantea una estrategia de formación online (teleformación) que garantiza la conciliación laboral de los trabajadores. No obstante el plan de formación diseñado dispone de módulos de formación presencial, online tutorizado o semipresencial. Para desarrollar esta formación la empresa cuenta con su propia plataforma virtual de formación Moodle, ubicada en la URL [aulavirtual.grupobcmgestionarte.es](http://aulavirtual.grupobcmgestionarte.es), que garantiza el acceso por parte de los trabajadores a la formación continua, y a sus otras funcionalidades, redundando positivamente en el servicio.

A continuación la empresa propone varios módulos de formación, debidamente estructurados, tanto en contenido como representación gráfica, a modo de tabla, donde se define detalladamente nombre del curso, temporalización, objetivos, contenidos y horario.

Los cursos propuestos por la empresa son, además del obligatorio en 'Prevención de riesgos laborales', 'Curso de atención al público', 'Curso de atención eficaz a quejas y reclamaciones', 'Diseño de cartelería', 'Lenguaje d







signos. Nivel inicial' e 'Idiomas'. Todos los cursos propuestos son acordes con el objeto del contrato, destacando por su originalidad y operatividad, los de diseño de cartelería y lenguaje de signos, por el valor añadido que aportarían al servicio.

Al final se aporta un gráfico con el cronograma anual de los cursos citados, que detalla claramente, la ejecución de los cursos por trimestres, evitando así una saturación del trabajador, al estar repartidos previamente durante todo el año.

## **e) Mejoras:**

- mayor importe destinado a los costes materiales.

La empresa se compromete a una aportación adicional de 1.500 € anuales para los costes materiales relativos a material fungible y de oficina, y gastos de desplazamientos y dietas, sobre lo previsto en pliegos.

- las relacionadas con la mejora en las condiciones laborales del personal.

En este apartado la empresa propone un Plan de relaciones laborales para el personal partiendo del principio que "la calidad de vida laboral está estrechamente relacionada con las condiciones de trabajo". Por tanto propone un paquete de medidas para crear y mantener buenas condiciones laborales y conseguir su permanencia. Entre esas medidas, el envío de nóminas vía electrónica, seguro médico, flexibilidad, reuniones periódicas y fomento de la puesta en común. Esta política de relaciones laborales se basa en los pilares de: participación, empleo (mantenerlo e incrementarlo cuando sea posible y fomentar la promoción interna), negociación, información, clima laboral y estabilidad en el empleo.

La empresa dedica un apartado amplio y detallado al Plan de igualdad entre Mujeres y hombres.

Por tanto se consideran medidas muy apropiadas para el personal, puesto que se da su lugar a los trabajadores, y se fomenta la participación y resolución de problemas, el capital humano es la base del objeto de este contrato, y si no hay armonía, iría en detrimento de la prestación del servicio.

- otras mejoras no mencionadas que la empresa considere y demuestre que innovan de forma positiva el servicio.

La empresa aporta varias soluciones informáticas interesantes para el servicio:

-Portal e-OER un innovador sistema de comunicaciones entre la empresa y los trabajadores/as. Concretamente: PORTAL e-OER y e-OER FIRMA DIGITAL. e-OER RRHH es una solución especialmente apta para la prestación de servicios ON LINE (e-Services), altamente distribuidos, donde la interacción entre los Departamentos de Recursos Humanos (los centrales y los geográficamente dispersos), los propios Trabajadores y los proveedores externos de servicios especializados hace posible su intervención, permite acceder y "compartir" información gracias a la ubicuidad de Internet fija y/o móvil y al alto nivel de seguridad vinculado a la autenticación de usuarios.

e-OER FIRMA DIGITAL uno de los sistemas biométricos que más se acerca al paradigma de alta seguridad y bajo coste.

- una APLICACIÓN ESPECÍFICA (MICROSOFT SHAREPOINT) con acceso directo y una ruta habilitada para compartir documentos y archivos de manera online.

- CONTROL DE PRESENCIA. BCM dispone una aplicación para el registro de la jornada laboral de cada trabajador y trabajadora. Es de fácil manejo y facilita en tiempo real la información sobre los registros de jornada de cada trabajador/a, así como de las incidencias producidas. La empresa hace una descripción muy detallada de cómo funciona esta aplicación y sus funcionalidades.

Todas las soluciones propuestas redundan de forma positiva en el objeto del contrato, porque van dirigidas a facilitar al trabajador sus tareas, a la vez que cuenta con las garantías de seguridad digital, necesaria para los trámites por medios electrónicos.

## **EMPRESA 2.- SERVICIOS GENERALES DOBLE ERRE, S.L.**

### **a) Propuesta del modelo de organización, desarrollo y planificación del servicio de información turística y atención a los usuarios:**





- Distribución del personal, en base a los perfiles, horarios y puestos definidos en el pliego técnico.

En este apartado la empresa no aporta información respecto a la distribución del personal, tan solo copia lo establecido en el pliego, concretamente el perfil profesional de los recursos humanos adscritos a este contrato y sus tareas. No establece en ningún caso, cuál es la distribución horaria de dichos recursos humanos, que permitan una gestión de calidad del servicio objeto de este contrato.

- Capacidad estructural de la empresa.

La empresa presta sus servicios principalmente en la gestión de eventos, sobre todo de moda y comunicación, pero no específicamente en turismo. Sólo gestiona un servicio de informador turístico en las oficinas de Prodetur, en Sevilla, Plaza del triunfo. No se aporta la estructura de la empresa, tan solo la presentación de la directora de la empresa, por tanto no es posible evaluar, si la empresa cuenta con una estructura apropiada, capaz de dar cobertura y prestar un servicio de calidad, del objeto de este contrato. Con objeto de cuantificar objetivamente este punto, comentar que el punto relativo a la presentación de la empresa licitadora, se hace en unas 15 páginas, donde más del 70% son fotografías.

Para finalizar con este punto, la empresa hace referencia a medidas para solventar incidencias, concretamente sustitución del personal. Describe un escueto pero correcto protocolo de sustitución, y un plazo para atender nuevos servicios o resolver incidencias, de un plazo de 12 horas. La empresa se compromete a nombrar un representante y subrogar el personal, así como disponer de una bolsa de trabajo con personal altamente cualificado.

La información aportada en este punto por la empresa, resulta bastante escasa, ya que no aporta información clara de la estructura de la empresa, áreas o departamentos que la componen, equipo humano de trabajo, ni la interrelación empresa-trabajador.

- Metodología propuesta para la recogida de información de los datos estadísticos y encuestas de satisfacción de visitantes. Definir la periodicidad y los formularios a utilizar para la realización de estas tareas.

En este aspecto la empresa aporta una información bastante escueta y generalista (ocupan 3 páginas) formado por un primer punto básicamente teórico, y dos propuestas de recogida de datos: del perfil del visitante y encuesta de satisfacción, especificando en modo esquema el formato distribución, frecuencia baremo y contenido de formulario. No se aportan los modelos de formulario.

La empresa no aporta ninguna otra información complementaria, relacionado con la importancia de las estadísticas, no sólo de la recogida de datos, sino el tratamiento e interpretación de los mismos, con lo que se considera insuficiente en este punto.

- Metodología propuesta para el control de estocaje de almacén (material promocional, artículos de merchandising, folletos, etc). Definir la periodicidad y los formularios a utilizar para la realización de estas tareas.

Partiendo de la base que la propia empresa reconoce en su propuesta que, a priori, desconocen el nivel de estocaje, ni las dimensiones del almacén de la oficina de turismo, proponen diferentes métodos de gestión de stocks, a aplicar, una vez hecho un análisis previo de la situación.

Si bien es cierto, que uno de los aspectos a valorar en este punto es la adecuación de la metodología a la operatividad del servicio, la aplicación de una de esas metodologías, sería correcta para la gestión del mismo, aunque el contenido se considera demasiado generalista. Como herramienta de gestión proponen un excel, donde se recogería toda la información 3 pestañas diferentes, dándole el formato necesario insertando tablas, fórmulas de cálculos etc.

- Definir la metodología de gestión del cobro de los artículos identitarios y de merchandising, así como de la venta de productos y servicios turísticos (venta de entradas, alquiler audioguías, etc). Definir los formularios de control y facturación para un correcto control del cobro.

En este apartado la empresa define de manera bastante completa la metodología a implantar para la gestión del cobro, dándole la importancia requerida a esta gestión, automatizando los procesos de cobro y definiendo los formularios de control y facturación. Se considera, por tanto, acorde y adecuado.

&&&&&

Podemos concluir respecto a la propuesta del modelo de organización, que la información aportada por la empresa es bastante escasa y generalista, en algunos aspectos. No se aporta información sobre la organización de los recursos humanos, aspecto bastante relevante para la prestación del servicio. En cuanto a la capacidad de la empresa, a pesar de tener 30 años de experiencia, sus servicios se prestan principalmente en la gestión de azafatas/os en eventos, pero apenas tienen experiencia en gestión de oficinas de turismo





servicio de promoción turística, que es el objeto de este contrato. No aporta información en cuanto a su estructura, lo que dificulta conocer si cuenta con una capacidad estructural suficiente, para garantizar la prestación del servicio con los debidos niveles de calidad. Las metodologías a aplicar respecto a las estadísticas, estocaje y gestión del cobro, son correctas, aunque apenas aportan formularios, en el caso de estadísticas, vienen descritos.

## b) Propuesta del modelo de organización de las tareas de promoción:

### - Metodología propuesta de recogida de datos para la actualización de contenidos de la web de turismo y web municipal.

En este apartado la empresa describe la metodología de forma esquemática, para actualizar los contenidos de la web de turismo, concretamente identificación de las fuentes de información, recogida de datos, verificación y validación de datos, actualización de contenidos formularios utilizados (aunque se describe el contenido, pero no se aporta ningún modelo). La información es correcta, aunque algo insuficiente.

### - Propuesta de acciones de promoción del destino a través de redes sociales, de las que dispone el servicio de Turismo. Cronograma y temporalización de las mismas.

La información aportada en este punto por la empresa resulta bastante insuficiente (ocupa una página por ambas caras), se hace una propuesta de acciones con información básica. No se aportan cronogramas ni temporalización específica por tipología de red social.

### - Metodología propuesta para la reserva de espacios de los recursos patrimoniales y gestión de visitas de grupos. Definir los formularios a utilizar para un control ordenado y correcto de las mismas.

En este apartado la empresa desarrolla una metodología pormenorizada para recogida de los datos y el protocolo a seguir para reserva de los espacios y gestión de la visita de grupos, definiendo cada fase hasta el seguimiento final y evaluación. Para ello, se apoyaría en herramientas como google form (para los formularios) y la implementación de un software de gestión de reservas (como Eventbrite, Reservio o SimplyBook.me). En cuanto a los formularios, una vez más, hacen referencia al tipo de formulario y su contenido, que son adecuados en número y contenido, aunque no se aporta ningún modelo, ni imagen gráfica de los mismos.

### - Definir las tareas a desarrollar por la oficina de promoción audiovisual 'Alcalá Film Office', unidad integrada en la Oficina de Turismo, destinada a la promoción del destino, para la facilitación de permisos y trámites, solicitados por la industria audiovisual.

Se valora muy positivamente este apartado, ya que la empresa no sólo ha definido las tareas a desarrollar, para facilitar los permisos y trámites, a las empresas de la industria audiovisual, sino que propone una serie de acciones relacionadas con la promoción del destino, a través de esta herramienta, que es la oficina de Alcalá film office, como: creación de material promocional de la oficina, participación en eventos y ferias, relaciones públicas, talleres y seminarios, y programa de prácticas. No se aportan modelos.

&&&&&

En líneas generales, respecto a la propuesta de organización de las tareas de promoción, aunque la empresa no aporta mucha información, ya que se presenta en modo bastante esquemático, sí recogen las necesidades de este punto, proponiendo formularios para las distintas metodologías, acordes en número y contenido. Se valoran muy positivamente las medidas propuestas para mejorar la promoción la oficina de promoción audiovisual Alcalá film Office, como herramienta de promoción del destino. En contrapunto, no se aporta una buena propuesta de acciones de promoción del destino a través de las redes sociales.

## c) Propuesta de medios materiales:

### - la Uniformidad y/o identificación, definiendo la tipología de uniformidad y/o identificación del personal, diferenciando entre el servicio que se presta en la oficina de turismo, el servicio a prestar en stands promocionales y visitas guiadas.

La empresa propone respecto a la uniformidad dos tipos de uniforme, ya sea invierno o verano, con esta descripción:





propuesta stands promocionales y visitas guiadas: chicas- vestido, chaqueta y abrigo negros. Pañuelo gris, zapato de vestir salón negro de tacón corto. Chicos- traje y chaqueta negros, camisa blanca y abrigo negro. Corbata negra, calzado de vestir negro  
propuesta para oficina de turismo: pantalón vaquero azul, polo blanco forro polar azul y zapatillas deportivas (blancas o negras).  
Respecto a la identificación facilitarán lanyard y/o buff para el cuello con el logo de riberas, que también iría en el uniforme.

La uniformidad propuesta por la empresa no responde satisfactoriamente a las necesidades del servicio, ya que no hay coherencia con los colores corporativos, ya que se trata de prendas estándar de azafatas/os, y que no presentan originalidad alguna, de hecho en el caso de los uniformes para stands y visitas son color negro y sin ningún color corporativo, al igual que el de la oficina de turismo. Por otro lado la valoración respecto al grado de adaptación a los distintos perfiles, resulta completamente inadecuada la uniformidad propuesta para stands promocionales y visitas guiadas. Las visitas en nuestro municipio son por espacios naturales y resulta, francamente difícil hacer una visita guiada con zapatos de tacón y traje de chaqueta. Igualmente los stands promocionales pueden estar en interior o en exterior.  
Respecto a número y calidad de los mismos, la empresa no aporta información en este aspecto.

- el material fungible y de oficina, definiendo la metodología a seguir para la gestión de los medios materiales puestos a disposición del objeto del contrato.

La empresa en este apartado hace una copia de lo establecido en el pliego técnico, y respecto a la metodología propone literal lo siguiente: "el equipo de informadores turísticos estará en continua comunicación con su responsable de la empresa Doble Erre y por tanto, informarán en todo momento de sus necesidades, siendo éste el interlocutor directo con el resto de departamentos de la empresa que gestionarán y solventarán cualquier necesidad o incidencia detectada en cualquier momento por el equipo de informadores". La información aportada por la empresa en este punto es bastante escueto y ambiguo, difícil de considerarse como una metodología.

- las características definidas del mantenimiento informático y metodología del mismo, así como los softwares informáticos que incluye el portátil.

La empresa cuenta con contrato con empresa externa para el servicio de mantenimiento y soporte continuo de equipos informáticos, que pone a disposición del contrato. Mensualmente se realizan revisiones de toda la infraestructura y respecto a los equipos se realiza mediante la creación de incidencias. No se aporta más información al respecto.

El software utilizado será microsoft 365 y todas sus aplicaciones. Nuevamente la información aportada por la empresa es escasa.

- la definición de una propuesta anual de costes de social media marketing, tanto a nivel de campañas publicitarias, como herramientas tecnológicas para gestión de redes, webs y plataformas digitales.

La información propuesta por la empresa en este punto, está en modo esquema, donde respecto al punto de campañas publicitarias, establece una relación de varias redes sociales (facebook, instagram, google ads, linkedIn Ads y twitter) y el coste anual para campañas publicitarias, para cada una de ellas.

Respecto a las herramientas tecnológicas para gestión de redes sociales establece las siguientes: hootsuite, google analytics, canva pro, mailchimp, google search console, cada una de ellas para una función y con su correspondiente coste anual.

Se valora muy positivamente este apartado, porque aunque esquemático, aporta información clara sobre los costes de social media marketing, aptos para este contrato.

- los desplazamientos y dietas, definiendo la metodología a seguir para gestionar los gastos relativos a desplazamientos y dietas del personal, con motivo de la atención de stands promocionales.

La empresa aporta poca información en este apartado, básicamente que para la gestión de gastos de desplazamientos y dietas, facilitará a los trabajadores una tarjeta de crédito para usar en eventos fuera del término municipal, la cantidad asignada para dietas por comida es de 26.67€ y 53,34€ con pernocta. Si tienen que pernoctar fuera de Alcalá, la empresa gestionará directamente los billetes y gastos de desplazamiento y estancia, pero no se determina ninguna metodología a seguir.

#### **d) Propuesta Plan anual de formación:**

este apartado deberá definir la metodología de aplicación de cursos por parte de la empresa a sus





recursos humanos en general, así como, la planificación y temática de cursos para los profesionales que vayan a desarrollar el servicio objeto del contrato, en particular.

El plan de formación propuesto por la empresa consta de una primera parte, previa a la prestación del servicio donde recibirán formación en materia de: Prevención de riesgos laborales / Protección de datos y en Materia de Igualdad; justificando las ventajas que aportan cada uno de estos cursos.

En segundo lugar, se establecería un Plan de Formación más específico, el cual quedaría pendiente de hacer al inicio del contrato, una vez hayan hecho un análisis previo de la experiencia y necesidades del personal subrogado. Tan solo aporta la temática general en que consistirían los cursos: protocolo, comunicación, atención al público, motivación y trabajo en equipo, gestión del stock e inventario, gestión del cobro. En ningún momento se aporta una relación de cursos y sus contenidos y temporalización, que podamos valorar.

Respecto a la metodología que se seguirá para el proceso de formación, nuevamente es una relación modo esquema, donde es difícil interpretar una metodología, y no se hace ninguna mención al grado de adaptabilidad de los cursos, respecto a la conciliación laboral de los trabajadores.

**e) Mejoras:**

- mayor importe destinado a los costes materiales.

La empresa propone mejoras en la uniformidad del personal, concretamente opción de alternar uniformes para acciones promocionales que se realicen tanto en la localidad como en otras localizaciones.

- las relacionadas con la mejora en las condiciones laborales del personal

No se aporta nada en este apartado.

- otras mejoras no mencionadas que la empresa considere y demuestre que innovan de forma positiva el servicio.

La empresa propone en este apartado tres mejoras:

. Alcalá film office, mejora de procesos internos. Propone una nutrida relación de uso de herramientas tecnológicas, mejora de la promoción a través de redes sociales, mejora de la comunicación y relaciones públicas, infraestructura digital etc, en definitiva mejoras que pueden aumentar la eficiencia, visibilidad y efectividad de la oficina de Alcalá film office.

- Itinerario para el análisis y procesamiento de datos. Consiste básicamente en dotar el servicio de una herramienta para el procesamiento y análisis de datos, ya que la simple recogida de datos per se, no aporta información válida, si no se hace un correcto análisis de estos datos. La herramienta propuesta es PowerBI. Se aporta formación para uso de esta herramienta y su periodicidad, así como los beneficios que reporta esta metodología.

- Mejoras en medios materiales, técnicos y humanos puestos a disposición. En este apartado proponen: un servicio de mensajería y paquetería y transporte para acciones puntuales y el departamento de comunicación y relaciones públicas, que propone como acción innovadora para promover y vender Alcalá como destino turístico, que un influencer con gran alcance (+50k seguidores) genere contenido de forma puntual, destacando los atractivos y beneficios de visitar Alcalá, resaltando que esta acción no tendría coste añadido para el Ayuntamiento. Ciertamente se valora muy positivamente esta mejora, por los beneficios que reportaría al servicio.

## 5. VALORACIÓN DE LA OFERTA DEL SOBRE B

En base al análisis de las ofertas presentadas, se detalla en la siguiente tabla la puntuación obtenida, respecto a los criterios evaluables mediante juicio de valor:

	Puntuación máxima	BCM SL	DOBLE ERRE SL
<b>OFERTA TÉCNICA</b>			
a). Propuesta modelo organización servicio información turística.	10	10	4
b). Propuesta modelo organización tareas de promoción.	10	8	7





Ayuntamiento de  
**Alcalá de Guadaíra**

# INFORME

<b>c).Propuesta medios materiales.</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>6</b>
- uniformidad	3	3	0,5
-material fungible y de oficina. Mantenimiento informático.	3	3	1,5
- costes de social media marketing	4	2	3,5
- desplazamientos y dietas	2	2	0,5
<b>d). Plan anual de formación.</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>4</b>
<b>e). Mejoras</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>4,5</b>
<b>TOTAL</b>	<b>49</b>	<b>41</b>	<b>25,5</b>

Por todo lo expuesto, una vez sumados los puntos obtenidos en la valoración de la memoria técnica, de las ofertas presentadas, y teniendo en cuenta que **el umbral mínimo de puntuación en los criterios evaluables mediante juicio de valor es de 24,5 puntos**, se consideran **aptas** para pasar a la apertura del sobre C, las siguientes empresas:

EMPRESA 1.- BCM GESTIÓN DE SERVICIOS, S.L. CIF: B29831112

EMPRESA 2.- SERVICIOS GENERALES DOBLE ERRE, S.L. CIF: B41659491

Es lo que informo a los efectos oportunos.

**Documento firmado electrónicamente**

