

EXPEDIENTE TCV02/24: *Contratación de la definición y desarrollo de una estrategia de marketing online de la Comunitat Valenciana de ámbito nacional e internacional. Lote 2: Estrategia Online Mercado chino*

INFORME DE VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS QUE DEPENDEN DE UN JUICIO DE VALOR.

I. Antecedentes.

El Anexo I al Expediente de referencia especifica en su apartado LL los criterios de valoración que dependen de un juicio de valor:

A - Criterios que dependen de un juicio de valor (hasta 40 puntos)

1) Actualización y optimización página web de turismo de la Comunitat Valenciana en China: Hasta un máximo de 10 puntos.

- a. Administración y dinamización de la web: hasta 2 puntos
- b. Plan de marketing de contenidos de la estrategia: coherencia e innovación: hasta 3 puntos
- c. Hosting y propuesta de administración de la plataforma de contenidos: hasta 2 puntos
- d. Nuevos desarrollos: hasta 1 punto
- e. Plan de posicionamiento en buscadores: hasta 2 puntos

2) Estrategia en Redes sociales: Hasta un máximo de 12 puntos.

- a. Plan de comunicación y promoción en las actuales redes sociales: hasta 6 puntos.
- b. Nuevas propuestas de redes sociales: hasta 3 puntos.
- c. Colaboraciones con influencers: hasta 3 puntos.

3) Acciones de comunicación singulares con operadores y agencias online chinas: hasta 10 puntos.

4) Plan de medición: hasta 2 puntos

5) Labores de representación de Turisme Comunitat Valenciana: hasta 6 puntos.

Para la valoración se establecen cuatro niveles en función de la adecuación de la oferta del licitador con lo exigido en el pliego. Los niveles de adecuación y su puntuación serán los siguientes: óptima 100%, aceptable 60%, regular 40% y no puntuable 0%.

Asimismo, se establece un umbral que los licitadores deberán alcanzar en esta valoración para continuar con el proceso selectivo:

UMBRAL –NO INFERIOR AL 50 POR CIENTO DE LA PUNTUACIÓN EN EL CONJUNTO DE LOS CRITERIOS CUALITATIVOS- QUE CADA LICITADOR DEBERÁ ALCANZAR PARA QUE PUEDA CONTINUAR EN EL PROCESO SELECTIVO:

Sí, en ambos lotes los licitadores deberán alcanzar un mínimo del 50% de la puntuación de los criterios que dependan de un juicio de valor para pasar a la fase de valoración de los criterios cuantificables automáticamente.

Al proceso de valoración de esta licitación solo ha llegado la empresa Enasia Gestión S.L.

II. Consideraciones generales y específicas sobre la documentación aportada.

En el examen de la documentación presentada a estos efectos por Enasia Gestión S.L. se valoran los distintos aspectos:

1) Actualización y optimización página web de turismo de la Comunitat Valenciana en China: Hasta un máximo de 10 puntos.

Plantea una estrategia de contenidos basado en tres líneas: El Mediterráneo-estilo de vida, Cultura-gastronomía y buenas infraestructuras-compras. Los tres pilares son consistentes con la estrategia de comunicación de Comunitat Valenciana. Con respecto a la administración y dinamización del portal la propuesta es correcta pero no entra en mucho detalle. Para nuevos desarrollos propone la integración con redes sociales para facilitar la compartición de contenidos, así como la creación de un blog, mapas interactivos y tours virtuales. Se valora muy positivamente la propuesta. El hosting propone mantener el actual e incorporar una serie de servicios relacionados con el rendimiento y la seguridad correctos. En cuanto al plan de posicionamiento en Baidu, incluye un servicio (SEO starter pack) correcto y un monitoreo continuado, la propuesta es aceptable.

- f. Administración y dinamización de la web: óptimo (2 puntos)
- g. Plan de marketing de contenidos de la estrategia: coherencia e innovación: aceptable (1,8 puntos)
- h. Hosting y propuesta de administración de la plataforma de contenidos: óptimo (2 puntos)
- i. Nuevos desarrollos: óptimo (1 punto)
- j. Plan de posicionamiento en buscadores: aceptable (1,2 puntos)

2) Estrategia en Redes sociales: Hasta un máximo de 12 puntos.

Parte de un análisis de la situación actual de la cuenta de Weibo, proponiendo la reasignación parcial de recursos la red Xiaohongshu, pues considera que el público será más receptivo a nuestro contenido. Esta nueva plataforma de comercio social es muy dinámica en China, combinando elementos de red social con elementos de comercio electrónico. Incluye un plan detallado para esta nueva red, también incluye la gestión de Weibo, Wechat y sus canales. El planteamiento para la gestión de las redes sociales es adecuado, detalle el proceso partiendo de la estrategia, el plan de publicación, la supervisión e interacción permanente y la emisión de informe mensual. El equipo de trabajo es correcto. Propone una campaña de influencers en Xiaohongshu bien estructurada, estableciendo el foco en contenidos que responden adecuadamente a Comunitat Valenciana e incluye algunos ejemplos de influencers.

- d. Plan de comunicación y promoción en las actuales redes sociales: aceptable (3,6 puntos).
- e. Nuevas propuestas de redes sociales: aceptable (1,8 puntos).

f. Colaboraciones con influencers: aceptable (1,8 puntos).

3) Acciones de comunicación singulares con operadores y agencias online chinas: hasta 10 puntos.

Incluye información detalladas de 4 operadores o plataformas de servicios vinculadas con los viajes. Plantea una estrategia dirigida a determinados segmentos que responden a jóvenes profesionales, familias, millenials y Zs, viajeros de las tercera edad y viajeros solitarios. La propuesta se considera aceptable. (6 puntos)

4) Plan de medición: hasta 2 puntos

Incluye calendario de los informes a presentar para redes sociales, OTAS, Influencers y web, pero no profundiza en el contenido de estos, se considera aceptable. (1,2 puntos)

5) Labores de representación de Turisme Comunitat Valenciana: hasta 6 puntos.

Se compromete a cumplir las condiciones exigidas en el pliego técnico sin aportar una información más detallada. En la presentación de la empresa incluye servicios similares realizadas para otros destinos. Se valora de forma aceptable. (3,6 puntos)

En resumen:

Empresa Licitadora	Enasia Gestión S.L.
Actualización y optimización página web de turismo de la Comunitat Valenciana en China	Hasta 10 puntos
Administración y dinamización de la web: hasta 2 puntos	2
Plan de marketing de contenidos de la estrategia: coherencia e innovación: hasta	1,8
Hosting y propuesta de administración de la plataforma de contenidos: hasta 2 pu	2
Nuevos desarrollos: hasta 1 punto	1
Plan de posicionamiento en buscadores: hasta 2 puntos	1,2
Estrategia en Redes sociales: Hasta un máximo de 12 puntos	
Plan de comunicación y promoción en las actuales redes sociales: hasta 6 puntos.	3,6
Nuevas propuestas de redes sociales: hasta 3 puntos.	1,8
Colaboraciones con influencers: hasta 3 puntos	1,8
Acciones de comunicación singulares con operadores y agencias online chinas: hasta 10 puntos	
Acciones de comunicación singulares con operadores y agencias online chinas	6
Plan de medición: hasta 2 puntos	
Plan de medición: hasta 2 puntos2	1,2
Labores de representación de Turisme Comunitat Valenciana: hasta 6 puntos.	
Labores de representación de Turisme Comunitat Valenciana:	3,6
	26

Por lo tanto, la puntuación de la empresa Enasia Gestión S.L. es de 26 puntos.

Declaración responsable

Las personas que han participado en la elaboración de este informe declaran expresamente bajo su responsabilidad que conocen el artículo 24 de la Directiva 2014/24/UE sobre contratación pública que establece que:

«El concepto de conflicto de intereses comprenderá al menos cualquier situación en la que los miembros del personal del poder adjudicador, o de un proveedor de servicios de contratación que actúe en nombre del poder adjudicador, que participen en el desarrollo del procedimiento de contratación o puedan influir en el resultado de dicho procedimiento tengan, directa o indirectamente un interés financiero, económico o personal que pudiera parecer que compromete su imparcialidad e independencia en el contexto del procedimiento de contratación»

No mantienen ningún conflicto de intereses con los operadores que han presentado una oferta para esta contratación, incluidas las personas o miembros de un consorcio, ni con los subcontratistas propuestos; y que en caso de que conozcan los subcontratistas con posterioridad y se plantee conflicto con ellos, se abstendrán del procedimiento.

No existen hechos ni circunstancias, pasadas o presentes, o que pudieran producirse en el futuro previsible, que pudieran poner en entredicho su independencia ante las partes.

Si durante el curso del procedimiento descubren que dicho conflicto existe o podría surgir, informarán al poder adjudicador sin demora.

Se les insta a informar de una situación o un riesgo de conflicto de intereses, así como de cualquier tipo de irregularidad o fraude (es decir, denuncia de irregularidades), y de hacerlo, no se les tratará de forma injusta ni serán sancionados.

Conocen que el poder adjudicador se reserva el derecho a verificar la información declarada.

Asimismo, confirman que respetarán la confidencialidad de todas las cuestiones que les sean confiadas; que no comunicarán ninguna información confidencial que les sea revelada o que hayan descubierto y que no harán ningún uso lesivo de la información que les sea confiada.