



## ACTA DE LA MESA DE CONTRATACIÓN

### CRITERIOS CUANTIFICABLES MEDIANTE JUICIO DE VALOR – SOBRE 2 APERTURA Y VALORACIÓN

### PROCEDIMIENTO ABIERTO - TRAMITACIÓN ORDINARIA CONTRATO DE SERVICIOS SUJETO A REGULACIÓN ARMONIZADA

EXPEDIENTE: TCV02/24

#### OBJETO:

Definición y desarrollo de una estrategia de marketing online de la Comunitat Valenciana de ámbito nacional e internacional.

#### FECHA:

13-06-2024, 10 horas. Aplicación TEAMS. ACTOS 1 y 2.  
25-06-2024, 13:30 horas. Aplicación TEAMS. ACTOS 3 y 4.

#### ASISTENTES

composición de la Mesa conforme a la resolución de órgano de contratación publicada en el perfil del contratante:

**PRESIDENTE SUPLENTE** Actos 1 y 2.  
*Francisco Juan Martínez*, director CDT Benidorm.

**PRESIDENTA TITULAR** Actos 3 y 4  
*Laura Pascual Cervera*, jefa del Servicio de Planificación y Estrategia Turística.

#### VOCALES:

**VOCAL ECONÓMICO-PRESUPUESTARIO SUPLENTE** Actos 1 y 2.  
*Ana María Esteve Crespo*, Técnico del Servicio de Gestión y Programación Económica, con funciones de asesoramiento económico.

**VOCAL ECONÓMICO-PRESUPUESTARIO SUPLENTE** Actos 3 y 4.  
*Ana Espinós Rodríguez*, Técnico del Servicio de Gestión y Programación Económica, con funciones de asesoramiento económico.

**VOCAL ASESORAMIENTO JURÍDICO TITULAR** Actos 1, 2, 3 y 4.  
*María Isabel Fernández Salomón*, Técnico Jurídico y de Asuntos Europeos del Servicio Jurídico y de Contratación, con funciones de asesoramiento jurídico.

**VOCAL 3 TITULAR** Actos 1 y 2.

*Pilar Goñi Pascual*, Técnico del Servicio de Planificación y Estrategia Turística.

**VOCAL 3 SUPLENTE** Actos 3 y 4.

*Lourdes Sánchez López*, Técnico del Servicio de Planificación y Estrategia Turística.

**VOCAL 4 TITULAR** Actos 1, 2, 3 y 4.

*Luisa Almuni Fos*, jefa de Tourist Info Castellón.

**SECRETARIA TITULAR (con voz, pero sin voto).** Actos 1, 2, 3 y 4.

*Ana Vallés Trescolí*, jefa del Servicio Jurídico y de Contratación.

Se comprueba que se halla válidamente constituida la Mesa.

### ORDEN DEL DÍA:

Acto 1.- Apertura criterios basados en juicios de valor – SOBRE 2 – LOTE 1.

Acto 2.- Apertura criterios basados en juicios de valor – SOBRE 2 – LOTE 2.

Acto 3.- Valoración criterios basados en juicios de valor – SOBRE 2 – LOTE 1.

Acto 4.- Valoración criterios basados en juicios de valor – SOBRE 2 – LOTE 2.

### SE EXPONE:

**Acto 1.- 13-06-2024.- Apertura criterios basados en juicios de valor – SOBRE 2 – LOTE 1.**

En este acto la Mesa procede a la apertura de los sobres electrónicos 2 presentados por las mercantiles admitidas a licitación en el Lote 1, EMOTIONAL BUSINESS ALKEMY IBERIA, UTE; LLORENTE Y CUENCA MADRID, S.L.; WE ARE MARKETING, S.L. y WEADDYOU, S.L. La documentación contenida en dichos sobres se traslada al Área de Marketing y Producto Turístico – Servicio de Marketing Online y Publicidad para su análisis detallado y redacción del informe técnico de valoración.

**Acto 2.- 13-06-2024.- Apertura criterios basados en juicios de valor – SOBRE 2 – LOTE 2.**

En este acto la Mesa procede a la apertura del sobre electrónicos 2 presentado por la mercantil ENASIA GESTIÓN, S.L., admitida a licitación en el Lote 2. La documentación contenida en dicho sobre se traslada al Área de Marketing y Producto Turístico – Servicio de Marketing Online y Publicidad para su análisis detallado y redacción del informe técnico de valoración.

**Acto 3.- 25-06-2024.- Valoración criterios basados en juicios de valor – SOBRE 2 – LOTE 1.**

Emitido en fecha 21/06/2024 por el Área de Marketing y Producto Turístico – Servicio de Marketing Online y Publicidad informe técnico de valoración de los criterios cuantificables mediante juicio de valor, Lote 1, la Mesa, por unanimidad de todos sus miembros con derecho a voto aprueba dicho informe que se adjunta a esta acta, siendo la puntuación

otorgada a los licitadores por los criterios cuya ponderación depende de un juicio de valor la siguiente:

Empresa Licitadora	KDV Y ALKEMY	LLYC	WAY	WAM	
<b>Administración y dinamización del portal turístico: Hasta un máximo de 6 puntos</b>					
Plan de marketing de contenidos, coherencia e innovación	3	3	3	1,2	1,8
Administración de la plataforma de contenidos	1	0,6	1	0,4	1
Estrategia SEO	2	2	2	1,2	2
<b>Videoblog Turístico de la CV - Hasta un máximo de 3 puntos</b>					
Diseño y estrategia del Videoblog de la CV a nivel nacional e internacional	2	2	1,2	0	2
Innovación en la propuesta de videoblog	1	1	0,4	0	0,6
<b>Agenda de Eventos Turísticos - Hasta un máximo de 2 puntos</b>					
Planificación de agenda de eventos turísticos y fiestas	1	0,6	0,6	0	1
Innovación de la propuesta	1	0,6	1	0,4	1
<b>Marketing en Redes Sociales - Hasta un máximo de 4 puntos</b>					
Plan de acciones a desarrollar en las redes sociales y su planificación temporal	3	1,8	3	1,2	3
Acciones especiales propuestas	1	1	1	0	1
<b>Marketing de Influencers - Hasta un máximo de 4 puntos</b>					
Contenidos propuestos tanto editoriales como multimedia y las propuestas de colaboración	2	1,2	2	0,8	2
Perfiles de los influencers incluidos en la propuesta	2	1,2	2	0,8	2
<b>Marketing Mobile - Hasta un máximo de 1 punto</b>					
Calidad e innovación de la propuesta de Marketing mobile	1	1	0,6	0	1
<b>Estrategia email marketing y segmentación de BBDD Hasta 3 puntos</b>					
Planificación de envíos y contenidos en cada uno de los mercados propuestos, así como la innovación en la propuesta (2 puntos)	2	0,8	2	0,8	1,2
Estrategia de segmentación de la base de datos de contactos del portal turístico y boletín (1 punto)	1	0,6	0,6	0	0,6
<b>Estrategia en Operadores Turísticos, Agencias Online Hasta un máximo de 4 puntos</b>					
Coherencia e innovación en las acciones	4	0	2,4	1,6	4
<b>Estrategia en Redes Sociales Turísticas y Metabuscadorees Hasta un máximo de 2 puntos</b>					
Coherencia e innovación en las acciones	2	0,8	1,2	0,8	1,2
<b>Estrategia en Redes Sociales - Hasta un máximo de 3 puntos</b>					
Coherencia en su conjunto, originalidad, innovación y flexibilidad	3	1,2	3	1,8	1,8
<b>Estrategia SEM y otras acciones publicitarias Hasta un máximo de 1 punto</b>					
Coherencia e innovación	1	0,4	0,6	0,4	0,6
<b>Plan de medición Hasta 1 punto</b>					
Plan de medición	1	0,6	1	0,6	1
<b>Comunicaciones Hasta 1 punto</b>					
Estrategia, propuesta de materiales y su innovación	1	0,6	0,6	0,6	0,6
		21	29,2	12,6	29,4

Vista la puntuación otorgada a los licitadores en el informe aprobado y la conclusión del mismo, así como lo establecido en el apartado LL del Anexo I al PCAP “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” (que en este lote serían 17,50 puntos) la Mesa de Contratación acuerda, en el Lote 1, la exclusión del licitador WEADDYOU, S.L.

#### Acto 4.- 25-06-2024.- Valoración criterios basados en juicios de valor – SOBRE 2 – LOTE 2.

Emitido por el Área de Marketing y Producto Turístico – Servicio de Marketing Online y Publicidad informe técnico de valoración de los criterios cuantificables mediante juicio de valor, Lote 2, la Mesa, por unanimidad de todos sus miembros con derecho a voto aprueba dicho informe que se adjunta a esta acta, siendo la puntuación otorgada al único licitador de este lote, por los criterios cuya ponderación depende de un juicio de valor la siguiente:

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

Puntuación ésta que supera el 50% de la puntuación total (40 puntos) de los criterios que dependen de un juicio de valor en este lote. Por lo que el licitador pasa la siguiente fase.

No habiendo más asuntos que tratar, se da por finalizada la sesión, firmándose la presente acta en prueba de conformidad.