



Informe de valoración de los criterios evaluables mediante juicio de valor para la adjudicación del Servicio de asistencia técnica para el desarrollo y ejecución de la Estrategia de Activación de la marca turística 360º Ambroz-Cáparra, en el marco del Plan de Sostenibilidad Turística en el Valle de Ambroz-Cáparra, cofinanciado en un 40% por la Secretaría de Estado de Turismo, un 40% por la Junta de Extremadura (Consejería de Cultura, Turismo y Deportes) y un 20% por la Diputación de Cáceres, correspondiente al lote 1

1.- Objeto del informe

En fecha 29 de marzo de 2023 los representantes de la mesa de contratación del expediente de referencia proceden a la apertura de los sobres correspondientes a criterios subjetivos presentados telemáticamente por los licitadores relacionados en el punto 2. Se emite en citada fecha certificado de registro de entrada por el responsable del Servicio de Compras y Suministros relativo a las ofertas presentadas en el expediente de contratación arriba reseñado y se procede a la apertura del sobre número 1 que contiene las propuestas relativas a los criterios evaluables mediante juicio de valor que han formulado las empresas admitidas a la licitación.

Por parte del Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud y Turismo de Diputación de Cáceres, se designa al personal técnico Carolina Moreno como Técnica de Turismo, del Plan de Sostenibilidad Turística en el Valle de Ambroz-Cáparra para que proceda al examen y evaluación de las ofertas de los licitadores y emita el informe correspondiente al asunto de referencia para su elevación a la Mesa.

De conformidad con la cláusula 19 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares los criterios evaluables mediante juicio de valor son los siguientes:

1. Propuesta técnica, con una puntuación máxima de 6 puntos.
2. Ejemplo de newsletter, con una puntuación máxima de 10 puntos.
3. Propuesta de micro-vídeo, con una puntuación máxima de 9 puntos.
4. Ejemplo de un plan de medios, con una puntuación máxima de 6 puntos.
5. Creatividad para una campaña en formatos megabanner y A4, con una puntuación máxima de 7 puntos.
6. Ejemplo de publicación en redes sociales, con una puntuación máxima de 7 puntos.

2. Empresas licitadoras

Han presentado oferta, un total de dos empresas, la relación de las cuales es la siguiente:

- 1.- ACTIVIDADES DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DE EXTREMADURA S.L.U.
- 2.- MARTÍN MAHILLO FÁTIMA





DIPUTACIÓN DE CÁCERES

ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENTUD Y TURISMO

Todas las empresas presentan propuesta conforme a los contenidos solicitados en la cláusula 19 del PCAP.

3. Forma de valorar los criterios.

A tal efecto, para todos los ítems se seguirá el siguiente procedimiento:

1º.-Todas las ofertas serán valoradas de mejor a peor respecto a dichos criterios, en función de sus características, nivel de detalle y de su comparación con el resto de las ofertas, teniendo en cuenta su mayor adecuación a la mejora y perfeccionamiento de la ejecución del objeto del contrato.

2º.-A la que se considere mejor oferta respecto de un criterio se le asignará el valor 10, al que corresponderá el máximo de los puntos de ponderación correspondiente a dicho criterio. Si una oferta no contiene respecto a un criterio toda la información solicitada se la calificará de insuficiente y se la otorgarán 0 puntos.

3º.-Al resto de las ofertas se les asignará un valor de cero a diez, otorgándoles, en consecuencia, los puntos de ponderación que proporcionalmente les correspondan por su diferencia con la mejor oferta, de acuerdo con la siguiente fórmula (fórmula directa):

$$Po = Pm * O / 10$$

Po= puntuación de la oferta

Pm= puntuación máxima

O= Valoración de la Oferta del licitador sobre 10 asignada a la oferta que está puntuando

10= Valoración correspondiente a la mejor oferta

Para otorgar la puntuación se tendrá en cuenta los hitos valorables establecidos para cada uno de los criterios.

En relación a los criterios recogidos en la cláusula 19 se detalla la valoración para cada uno de ellos.

3.1.- Propuesta técnica.

Se otorgará la máxima puntuación, **esto es 6 puntos**, a la propuesta técnica descriptiva que presente mayor claridad expositiva y sintética de la propuesta técnica global de las prestaciones a realizar, la coherencia temporal (cronograma con hitos), perfiles asignados a la ejecución de las tareas del contrato, metodología, justificación e idoneidad de la propuesta de trabajos a realizar en el territorio de intervención para la consecución de los fines pretendidos, así como propuestas que optimicen los trabajos a desarrollar y resultados a conseguir. Las pautas a seguir para la valoración de cada uno de los parámetros son los siguientes:

- INSUFICIENTE: La información suministrada no hace referencia a todos los apartados. 0 puntos.
- SUFICIENTE: La información suministrada contempla todos los apartados pero no los concreta o no los desarrolla adecuadamente. Hasta 3 puntos.
- BUENA. La información suministrada hace referencia a todos los apartados y están concretados y desarrollados de manera conveniente. Hasta 6 puntos.

La puntuación máxima se asignará en aquella propuesta que demuestre un servicio de alta calidad.

3.2.- Ejemplo de newsletter





Este apartado se valorará en referencia al documento aportado de newsletter. Se valora hasta un **máximo de 10 puntos**, atendiendo a la calidad de la propuesta visual, el estilo turístico del texto, el mensaje y la incorporación de elementos que consigan la atención y conexión con el público objetivo presentadas en la propuesta técnica. Las pautas a seguir para la valoración de cada uno de los parámetros son los siguientes:

- INSUFICIENTE: La información suministrada no hace referencia a todos los apartados. 0 puntos.
 - SUFICIENTE: La información suministrada contempla todos los apartados pero no los concreta o no los desarrolla adecuadamente. Hasta 5 puntos.
 - BUENA. La información suministrada hace referencia a todos los apartados y están concretados y desarrollados de manera conveniente. Hasta 10 puntos.
- La puntuación máxima se asignará en aquella propuesta que demuestre un servicio de alta calidad.

3.3.- Propuesta de microvídeo

Este apartado se valora hasta un **máximo de 9 puntos** atendiendo a la originalidad y la coherencia de la acción recogida en la propuesta técnica. Las pautas a seguir para la valoración de cada uno de los parámetros son los siguientes:

- INSUFICIENTE: La información suministrada no hace referencia a todos los apartados. 0 puntos.
- SUFICIENTE: La información suministrada contempla todos los apartados pero no los concreta o no los desarrolla adecuadamente. Hasta 5 puntos.
- BUENA. La información suministrada hace referencia a todos los apartados y están concretados y desarrollados de manera conveniente. Hasta 9 puntos.

3.4.- Ejemplo de un plan de medios

Se valorará hasta un máximo de **6 puntos** atendiendo al resumen de la planificación estratégica de las acciones recogidas en el pliego de prescripciones técnicas particulares, identificando al menos: público objetivo, medios y plazos para la consecución de los objetivos marcados. Las pautas a seguir para la valoración de cada uno de los parámetros son los siguientes:

- INSUFICIENTE: La información suministrada no hace referencia a todos los apartados. 0 puntos.
- SUFICIENTE: La información suministrada contempla todos los apartados pero no los concreta o no los desarrolla adecuadamente. Hasta 3 puntos.
- BUENA. La información suministrada hace referencia a todos los apartados y están concretados y desarrollados de manera conveniente. Hasta 6 puntos.

3.5.-Creatividad para una campaña en formatos megabanner y A4

Se valorará hasta un máximo de **7 puntos** atendiendo a la forma innovadora y estratégica en la que se transmiten los mensajes y los elementos utilizados, como tipografía, colores, claim... y las pautas a seguir para la valoración de cada uno de los parámetros son los siguientes:

- INSUFICIENTE: La información suministrada no hace referencia a todos los apartados. 0 puntos.





DIPUTACIÓN DE CÁCERES

ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENTUD Y TURISMO

- SUFICIENTE: La información suministrada contempla todos los apartados pero no los concreta o no los desarrolla adecuadamente. Hasta 4 puntos.

- BUENA. La información suministrada hace referencia a todos los apartados y están concretados y desarrollados de manera conveniente. Hasta 7 puntos.

3.6.- Ejemplo de publicación en redes sociales.

Se valorará hasta **un máximo de 7 puntos** atendiendo a que el copy sea inspirador y cree expectativas, además del uso de emoticonos, hashtag, contenido audiovisual, nombrar otros perfiles... de la forma más adecuada para una mayor visibilidad de la publicación, teniendo en cuenta el funcionamiento del algoritmo actual de cada red social. Las pautas a seguir para la valoración de cada uno de los parámetros son los siguientes:

- INSUFICIENTE: La información suministrada no hace referencia a todos los apartados. 0 puntos.

- SUFICIENTE: La información suministrada contempla todos los apartados pero no los concreta o no los desarrolla adecuadamente. Hasta 4 puntos.

- BUENA. La información suministrada hace referencia a todos los apartados y están concretados y desarrollados de manera conveniente. Hasta 7 puntos.

4. Metodología.

La metodología seguida en cada criterio en consonancia con las pautas descritas anteriormente ha sido la siguiente.

1. Se ha realizado una lectura pormenorizada de la documentación presentada por cada una de las licitadoras para la valoración de cada criterio evaluable (propuesta técnica, newsletter, microvídeo, plan de medios, creatividad para una campaña en formatos megabanner y A4, publicación en redes sociales) y se comprueba que todas ellas contienen la propuesta y contenidos mínimos requeridos de acuerdo a lo especificado en la cláusula 19 del PCAP.

2. Se procede a calificar las ofertas y puntuarlas en función del grado de concreción y desarrollo y adecuación a los pliegos que rigen la contratación. La puntuación final se ha determinado no solo atendiendo a la bondad de la propuesta sino también por comparación entre las ofertas presentadas.

3. Por último en un apartado de conclusiones se califican las empresas y se otorgan las puntuaciones correspondientes.

5. Propositiones rechazadas.

No se rechaza ninguna propuesta

6. Criterios

1.- Propuesta técnica.

Para la valoración de este apartado se tiene en cuenta la claridad expositiva y sintética de la propuesta técnica global de las prestaciones a realizar, la coherencia temporal (cronograma con hitos), perfiles asignados a la ejecución de las tareas del contrato, metodología, justificación e





DIPUTACIÓN DE CÁCERES

ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENTUD Y TURISMO

idoneidad de la propuesta de trabajos a realizar en el territorio de intervención para la consecución de los fines pretendidos, así como propuestas que optimicen los trabajos a desarrollar y resultados a conseguir.

La licitadora **C20 Comunicación** presenta una propuesta que por la tipografía y el diseño apaisado utilizado dificulta su lectura y por tanto la legibilidad de la misma. No detalla las tareas a llevar a cabo por cada perfil de trabajo dentro de su equipo técnico. La empresa plantea una metodología de trabajo en la que desgana las actuaciones requeridas en el pliego en el cronograma y propone otras actuaciones adicionales sin detallar metodología de trabajo, ni calendario, por lo que no se carece de información respecto a cómo las va a implementar y su temporalización. No clarifica la metodología a emplear. **Puntuación: 3 puntos**

Por su parte la empresa **Fátima Martín Mahillo** hace una exposición de los trabajos en la que se evidencia de forma clara cómo va a ejecutar los mismos. Propone una metodología participativa acorde con el pliego de prescripciones técnicas y con la filosofía de trabajo del Plan de Sostenibilidad Ambroz-Cáparra. El cronograma es atractivo visualmente hablando identificando los perfiles con los colores corporativos. Ha aprovechado el cronograma para asignar las tareas a los perfiles muy acertadamente. **Puntuación: 6 puntos**

2.- Ejemplo de newsletter

Se valora en este apartado la calidad de la propuesta visual, el estilo turístico del texto, el mensaje y la incorporación de elementos que consigan la atención y conexión con el público objetivo presentadas en la propuesta técnica.

La licitadora **C20 Comunicación** propone un ejemplo de newsletter muy limpia en el que llama la atención las imágenes utilizadas de los tres productos estrellas. El mensaje de “un lugar para reconectar contigo mismo” es muy atractivo y va en sintonía con el resto del texto de conectar con las aguas sanadoras de Baños de Montemayor o con el pasado romano de Cáparra. Pero el texto carece del carácter inspirador y evocador que desprende el de la empresa Fátima Martín **Puntuación: 6 puntos**

Por su parte **Fátima Martín** presenta una propuesta que si bien la imagen que muestra es menos atractiva, porque en la primera visual solo se puede apreciar el texto, el mismo contiene un mensaje mucho más evocador y sugerente al utilizar un texto narrado en primera persona trasladándote con todos los sentidos al destino. Este tipo de narración conecta más con el target de la estrategia.

Puntuación: 8 puntos

3.-Propuesta de microvideo

Este ítem valora la originalidad y la coherencia de la acción recogida en la propuesta técnica presentada a través de enlace para su visualización.



Plan de Sostenibilidad Turística en el Valle de Ambroz-Cáparra





DIPUTACIÓN DE CÁCERES

ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENTUD Y TURISMO

La empresa **C2O comunicación** presenta dos videos promocionales mediante enlace, ambos sin locución, uno es tipo documental y el otro es un reels de Instagram rodado en vertical.

El primero es un vídeo de 1'40" que excede de los tiempos establecidos (de 20 a 59 segundos). Muestra imágenes excesivamente oscuras y con contrastes de claroscuros.

El segundo vídeo está realizado en vertical para mostrar la versión del tipo de videos realizados para la promoción en redes sociales, es un vídeo sencillo realizado con dron para visualizar Cáparra de una vista panorámica 360º, muestra un video con unos cielos y tonos excesivamente blancos.

Puntuación: 4 puntos

Fátima Martín Mahillo presenta una propuesta de vídeo ad hoc donde el protagonista es el tiempo y la importancia que tiene en las vidas. Finaliza diciendo que aquí se para el tiempo para descubrir, desconectar y descansar, muy al hilo del claim del logo de Ambroz Cáparra Descanso Activo. El texto es sugerente y atractivo, muestra este descanso activo a través de imágenes sugestivas donde el ritmo es tranquilo y evocador. **Puntuación: 9 puntos**

4.- Ejemplo de un plan de medios

Este criterio valora el resumen de la planificación estratégica de las acciones recogidas en el pliego de prescripciones técnicas particulares, identificando al menos: público objetivo, medios y plazos para la consecución de los objetivos marcados.

La empresa **C2O Comunicación** no desarrolla este criterio. **Puntuación: 0 puntos**

La licitadora **Fátima Martín Mahillo**, en su propuesta identifica los puntos más destacados del plan de medios. Indica que uno de los objetivos es crear identidad territorial, define el público objetivo, define la estrategia de marketing de contenidos basada en la metodología Inbound Marketing, distinguiendo las estrategias entre las diferentes RRSS. Muestra cómo será la campaña de pagos. La propuesta demuestra la forma de comunicar y de conseguir captar la atención e interés de la audiencia. **Puntuación: 5 puntos**

5.-Creatividad para una campaña en formatos megabanner y A4

Este criterio valora la forma innovadora y estratégica en la que se transmiten los mensajes y los elementos utilizados, como tipografía, colores, claim...

La empresa **C2O Comunicación** plantea un diseño atractivo e inspirador que consigue captar la atención e interés de la audiencia. El mensaje o claim utilizado de "un lugar para reconectar contigo mismo", es mensaje muy atractivo y acorde con la idea de descanso activo de posicionamiento del destino. **Puntuación: 6 puntos**

La licitadora **Fátima Martín Mahillo**, presenta una gráfica de banner y megabanner en la que incorpora gran cantidad de elementos que distorsionan y emborronan la imagen a proyectar del destino. **Puntuación: 4 puntos**





6.- Ejemplo de publicación en redes sociales.

Este ítem valora que el copy sea inspirador y cree expectativas, además del uso de emoticonos, hashtag, contenido audiovisual, nombrar otros perfiles... de la forma más adecuada para una mayor visibilidad de la publicación, teniendo en cuenta el funcionamiento del algoritmo actual de cada red social.

C2O Comunicación. El diseño de la comunicación es el mismo que el del banner no siendo tan llamativo para la publicación en redes sociales. Destaca más el copy que el elemento multimedia, cuando lo importante en las RRSS es llamar la atención con elementos multimedia acompañado de un copy adecuado. Al nombrar los perfiles no se han tenido en cuenta los perfiles del destino.

Puntuación: 4 puntos

La licitadora **Fátima Martín Mahillo**, presenta una redacción del copy evocadora e inspiradora creando expectativas para viajar al destino. Utiliza todos los elementos solicitados. Cita no solo los perfiles de la provincia sino también del destino mejorando la visibilidad del territorio y aportando carrusel. **Puntuación: 7 puntos**

7.-Conclusiones y puntuaciones

CRITERIO	C2O Comunicación	Fátima Martín Mahillo	PUNTUACIÓN MÁXIMA DEL ÍTEM
1.-Propuesta técnica	3	6	6
2.-Newsletter	6	8	10
3.- Propuesta de microvídeo	4	9	9
4.- Propuesta de plan de medios	0	5	6
5.-Creatividad para campaña (Megabanner)	6	4	7
6.-Ejemplo publicación en redes sociales	4	7	7
PUNTUACIÓN FINAL	23	39	45

La empresa que presenta mejor oferta técnica y por tanto obtiene mayor valoración en los criterios evaluables mediante juicio de valor es **Fátima Martín Mahillo con un total de 39 puntos**, seguida de **C2O Comunicación con 23 puntos**.



URL de verificación: https://sede.dip-caceres.es/carpetaCiudadano/Enlaces.do?id=validacion&cve=validacion=DIPCC-PF20F54U022M0BR78W00E0X8400QDL00
Código Seguro de Verificación: DIPCC-PF20F54U022M0BR78W00E0X8400QDL00 | Este documento es Copia Auténtica según el artículo 27 de la Ley 39/2015, de 1 de Octubre
Firmantes: CAROLINA MORENO PANIAGUA - TECNICO TURISMO (DIPUTACION DE CACERES)
DIR3 Órgano: L02000010
Sello de tiempo: 14/04/2023 08:40
Página: 7/22





DIPUTACIÓN DE CÁCERES

ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENTUD Y TURISMO

Informe de valoración de los criterios evaluables mediante juicio de valor para la adjudicación del Servicio de asistencia técnica para el desarrollo y ejecución de la Estrategia de Activación de la marca turística 360º Ambroz-Cáparra, en el marco del Plan de Sostenibilidad Turística en el Valle de Ambroz-Cáparra, cofinanciado en un 40% por la Secretaría de Estado de Turismo, un 40% por la Junta de Extremadura (Consejería de Cultura, Turismo y Deportes) y un 20% por la Diputación de Cáceres, correspondiente al lote 2

1. Objeto del informe

En fecha 29 de marzo de 2023, los representantes de la mesa de contratación del expediente de referencia proceden a la apertura de los sobres correspondientes a criterios subjetivos presentados telemáticamente por los licitadores relacionados en el punto 2. Se emite en citada fecha certificado de registro de entrada por el responsable del Servicio de Compras y Suministros relativo a las ofertas presentadas en el expediente de contratación arriba reseñado y se procede a la apertura del sobre número 1 que contiene las propuestas relativas a los criterios evaluables mediante juicio de valor que han formulado las empresas admitidas a la licitación.

Por parte del Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud y Turismo de Diputación de Cáceres, se designa al personal técnico Carolina Moreno como Técnica de Turismo, del Plan de Sostenibilidad Turística en el Valle de Ambroz-Cáparra para que proceda al examen y evaluación de las ofertas de los licitadores y emitan el informe correspondiente al asunto de referencia para su elevación a la Mesa.

De conformidad con la cláusula 19 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares los criterios evaluables mediante juicio de valor son los siguientes:

1. Plan de trabajo, con una puntuación máxima de 15 puntos.
2. Portfolio de fotografías, calidad creativa, con una puntuación máxima de 20 puntos.
3. Portfolio de fotografías, calidad técnica, con una puntuación máxima de 10 puntos.

2. Empresas licitadoras

Han presentado oferta, un total de cuatro empresas, la relación de las cuales es la siguiente:

- 1.- External Consultoría y Outsourcing, S.A.
- 2.-Francisco Pulido Fuentes (Paco Pulido fotografía y vídeo)
- 3.- Carlos José Criado Arce
- 4.-Abstracto Producciones

Todas las empresas presentan propuesta conforme a los contenidos solicitados en la cláusula 19 del PCAP.

3. Forma de valorar los criterios.





DIPUTACIÓN DE CÁCERES

ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENTUD Y TURISMO

A tal efecto, para todos los ítems se seguirá el siguiente procedimiento:

1º.-Todas las ofertas serán valoradas de mejor a peor respecto a dichos criterios, en función de sus características, nivel de detalle y de su comparación con el resto de las ofertas, teniendo en cuenta su mayor adecuación a la mejora y perfeccionamiento de la ejecución del objeto del contrato.

2º.-A la que se considere mejor oferta respecto de un criterio se le asignará el valor 10, al que corresponderá el máximo de los puntos de ponderación correspondiente a dicho criterio. Si una oferta no contiene respecto a un criterio toda la información solicitada se la calificará de insuficiente y se la otorgarán 0 puntos.

3º.-Al resto de las ofertas se les asignará un valor de cero a diez, otorgándoles, en consecuencia, los puntos de ponderación que proporcionalmente les correspondan por su diferencia con la mejor oferta, de acuerdo con la siguiente fórmula (fórmula directa):

$$Po = Pm * O / 10$$

Po= puntuación de la oferta

Pm= puntuación máxima

O= Valoración de la Oferta del licitador sobre 10 asignada a la oferta que está puntuando

10= Valoración correspondiente a la mejor oferta

Para otorgar la puntuación se tendrá en cuenta el grado de desarrollo, concreción y viabilidad de la información contenida.

En relación a los criterios recogidos en la cláusula 19 se detalla la valoración para cada uno de ellos.

3.1.-Plan de trabajo.

Se valorará sobre la propuesta de la licitadora, la coherencia en la planificación del trabajo en las distintas localizaciones para poder cubrir todo el territorio en el tiempo de ejecución estimado, así como la metodología y coordinación con el destino. En particular, se tendrán en cuenta:

- Nivel de detalle.
- Guía para la ejecución del reportaje fotográfico o de producción y montaje de vídeo según tipo de recurso turístico, protocolo de recogida de información y documentación base, permisos, pautas de edición y montaje.
- Coherencia en los tiempos marcados para cada sesión dentro del proyecto, teniendo en cuenta las características del territorio, y que debe recoger todas las estaciones del año.
- Metodología y coordinación con los agentes del destino.

Se otorga un máximo de 15 puntos y las pautas a seguir para la valoración de este ítem son las siguientes:

- INSUFICIENTE: La información suministrada no hace referencia a todos los apartados. 0 puntos.

- SUFICIENTE: La información suministrada contempla todos los apartados pero no los concreta o no los desarrolla adecuadamente. Hasta 8 puntos.

- BUENA. La información suministrada hace referencia a todos los apartados y están concretados y desarrollados de manera conveniente. Hasta 15 puntos.

La puntuación máxima se asignará en aquellas propuestas que demuestren un servicio de alta calidad.





DIPUTACIÓN DE CÁCERES

ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENTUD Y TURISMO

3.2.- Portfolio de fotografías de destino turístico. Calidad creativa.

Se valora la calidad creativa sobre el portfolio de fotografías aportado por la licitadora, incidiendo en aspectos como el enfoque artístico de los trabajos presentados; la capacidad para emocionar; la capacidad de captar elementos esenciales del evento, recurso o hecho fotografiado; la capacidad de atraer la atención; la originalidad de las tomas, y la calidad e interés de los encuadres, así como el potencial como material promocional turístico del destino.

Se otorga un máximo de 20 puntos y las pautas a seguir para la valoración de este ítem son las siguientes:

- INSUFICIENTE: La información suministrada no hace referencia a todos los apartados. 0 puntos.
- SUFICIENTE: La información suministrada contempla todos los apartados pero no los concreta o no los desarrolla adecuadamente. Hasta 10 puntos.
- BUENA. La información suministrada hace referencia a todos los apartados y están concretados y desarrollados de manera conveniente. Hasta 20 puntos.

La puntuación máxima se asignará en aquellas propuestas que demuestren un servicio de alta calidad.

3.3.-Portfolio de fotografías de destino turístico. Calidad técnica.

Se valora la calidad técnica del servicio sobre el portfolio de fotografías aportado por la licitadora, incidiendo en aspectos como la iluminación, el equilibrio en la composición y el color.

Se valora con un máximo de 10 puntos y las pautas a seguir para la valoración de este ítem son las siguientes:

- INSUFICIENTE: La información suministrada no hace referencia a todos los apartados. 0 puntos.
- SUFICIENTE: La información suministrada contempla todos los apartados pero no los concreta o no los desarrolla adecuadamente. Hasta 5 puntos.
- BUENA. La información suministrada hace referencia a todos los apartados y están concretados y desarrollados de manera conveniente. Hasta 10 puntos.

La puntuación máxima se asignará en aquellas propuestas que demuestren un servicio de alta calidad.

4. Metodología.

La metodología seguida en cada criterio en consonancia con las pautas descritas anteriormente ha sido la siguiente:

1. Se ha realizado una lectura pormenorizada de la documentación presentada por cada una de las licitadoras para la valoración de cada criterio evaluable (plan de trabajo, portfolio de fotografías de destino turístico en la que se constate la calidad creativa y la calidad técnica) y se comprueba que todas ellas contienen la propuesta y contenidos mínimos requeridos de acuerdo a lo especificado en la cláusula 19 del PCAP.
2. Se procede a calificar las ofertas y puntuarlas en función del grado de concreción y desarrollo y adecuación a los pliegos que rigen la contratación. La puntuación final se ha determinado no solo atendiendo a la bondad de la propuesta sino también por comparación entre las ofertas presentadas.





DIPUTACIÓN DE CÁCERES

ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENTUD Y TURISMO

3. Por último en un apartado de conclusiones se califican las empresas y se otorgan las puntuaciones correspondientes.

5. Proposiciones rechazadas.

No se rechaza ninguna.

6. Criterios

6.1.- Plan de trabajo.

Este criterio tiene en cuenta:

- 1) Nivel de detalle.
- 2) Guía para la ejecución del reportaje fotográfico o de producción y montaje de vídeo según tipo de recurso turístico, protocolo de recogida de información y documentación base, permisos, pautas de edición y montaje.
- 3) Coherencia en los tiempos marcados para cada sesión dentro del proyecto, teniendo en cuenta las características del territorio, y que debe recoger todas las estaciones del año.
- 4) Metodología y coordinación con los agentes del destino.

Carlos Criado detalla exhaustivamente todas las actividades del proyecto a realizar. Establece pautas claras y coherentes en la ejecución y planificación de los trabajos en coordinación con el territorio, así como en la realización del trabajo de campo y entregables solicitados tal y como se requiere en el pliego técnico. En el cronograma establece las fases para cada uno de los trabajos ajustándose a las tareas y fases del proyecto. **Puntuación: 13 puntos.**

Francisco Pulido detalla minuciosamente los trabajos a realizar tratando de manera diferenciada los distintos trabajos de fotografías, vídeos, imágenes 360 y recorridos virtuales. Detalla adecuadamente la metodología de trabajo y la creatividad en el desarrollo de las distintas prestaciones solicitadas, presenta una adecuada cronología de los trabajos a realizar y de coordinación con los agentes del territorio. Propone locuciones profesionales para algunos vídeos. **Puntuación: 13 puntos.**

Abstracto Producciones., detalla de forma somera el plan de trabajo y el cronograma está referido a fases de preproducción, producción rodaje y postproducción y no a las prestaciones a realizar según pliego técnico. **Puntuación: 4 puntos.**

La licitadora **External Consultoria y Outsourcing**, el cronograma y planificación de los trabajos que plantea se basa en días/localización agrupando sesiones fotográficas y cortes de vídeo con una planificación horaria que no es acertada en cuanto se han de tomar fotografías y vídeos en distintos momentos abarcando también actividades nocturnas y recursos que interesa fotografiar/grabar de noche para poner en valor los cielos del destino y la noche. Las áreas de interés desarrolladas no cubre la totalidad de los trabajos solicitados. El cronograma refiere las fases de pre producción,





DIPUTACIÓN DE CÁCERES

ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENTUD Y TURISMO

rodaje y posproducción sin entrar en detalle ni asociarlas a las prestaciones del contrato. **Puntuación: 6 puntos.**

6.2.- Portfolio de fotografías de destino turístico. Calidad creativa.

Se valora la calidad creativa sobre el portfolio de fotografías aportado por cada una de las licitadoras, incidiendo en aspectos como el enfoque artístico de los trabajos presentados; la capacidad para emocionar; la capacidad de captar elementos esenciales del evento, recurso o hecho fotografiado; la capacidad de atraer la atención; la originalidad de las tomas, y la calidad e interés de los encuadres, así como el potencial como material promocional turístico del destino.

Carlos Criado presenta dos imágenes en las que muestra la calidad creativa y otras dos en las que no muestra la calidad creativa, si no técnica. Hay dos imágenes que al no mostrar actores son imágenes descriptivas de lugares, han captado el momento, pero no muestran un escenario creado por el artista para comprobar la calidad creativa. En las otras dos imágenes, sin embargo, la composición es creativa y utiliza actores. Vislumbra la monumentalidad del escenario por un lado y la expresión del rostro y pose de los actores, lo cual despierta la curiosidad de conocer los lugares que muestran. **Puntuación: 10 puntos.**

La licitadora **Francisco Pulido** muestra en las imágenes que ha presentado una composición en la que ha sabido conjugar los recursos principales del territorio como birding, naturaleza o artesanía, con perspectivas diferentes de los mismos y con la emoción que muestran los actores en la realización de esas actividades. Además, estos actores muestran naturalidad, autenticidad generando gran atracción y el deseo de realizar también la actividad. **Puntuación: 20 puntos.**

La licitadora **Abstracto producciones** por su parte trata de mostrar en todas las imágenes planos muy amplios en los que el personaje se ve muy poco o en pequeño, con lo cual al no verse la expresión del rostro de esos personajes no genera la emoción ni despierta el interés en querer realizar esa actividad o visitar el lugar. Es más, en algunas imágenes donde los personajes salen en planos más cercanos tienen expresiones poco naturales o forzadas, motivo por el cual sigue sin animar o generar el deseo de visitar el lugar. En la composición se da más importancia al recurso que a la expresión del actor. **Puntuación: 5 puntos.**

External Consultoria y Outsourcing presenta cuatro imágenes de las cuales dos no son imágenes creativas. Las imágenes creativas y experienciales no transmiten las ganas de realizar la actividad porque no se ven los rostros. Lo que transmite el deseo de visita es un rostro feliz y contento de estar realizando la actividad y esto no se desprende de las fotografías aportadas que deben tener potencial como material promocional turístico del destino. **Puntuación: 8 puntos.**

6.3.-Portfolio de fotografías de destino turístico. Calidad técnica.

Se valora la calidad técnica del servicio sobre el portfolio de fotografías aportado por cada una de las licitadoras, incidiendo en aspectos como la iluminación, el equilibrio en la composición y el color.





DIPUTACIÓN DE CÁCERES

ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENTUD Y TURISMO

La empresa **Carlos Criado** presenta más imágenes de las que se solicitan no ajustándose al requerimiento de cuatro fotografías que se pedían. La empresa trabaja bien la técnica. La iluminación y composición están bien conseguidos en las imágenes. Compone generando equilibrio visual en las imágenes. **Puntuación: 7 puntos.**

La licitadora **Francisco Pulido** por su parte muestra un gran dominio de la iluminación artificial y natural. Juega muy bien con la composición aun siendo simétrica, pues genera equilibrio visual, técnica bastante compleja. Es una forma más arriesgada de componer imágenes consiguiendo excelentes resultados y diferenciándose del resto de licitadoras. **Puntuación: 10 puntos**

Abstracto Producciones por su parte muestra en las imágenes aportadas carencias a nivel compositivo. No demuestra dominio de los juegos de luces y sombras, evidenciando un insuficiente manejo de la iluminación. **Puntuación: 3 puntos**

External Consultoria y Outsourcing presenta imágenes en las que demuestra el dominio del juego de las luces y las sombras, de tal modo que se puede ver la imagen perfectamente en los espacios de sombra. Además, también domina la composición de la imagen. Juega con los tiempos de obturación para conseguir el efecto aguasada. **Puntuación: 8 puntos**

CRITERIO	Carlos Criado	Paco Pulido	Abstracto Producciones	External Outsourcing	Puntuación Total Ítems
1.-Plan de Trabajo	13	13	4	6	15
2.-Calidad Creativa	10	20	5	8	20
3.-Calidad Técnica	7	10	3	8	10
PUNTUACIÓN TOTAL	30	43	12	22	45

La empresa que presenta mejor oferta técnica y por tanto obtiene mayor valoración en los criterios evaluables mediante juicio de valor es **Francisco Pulido con un total de 43 puntos.**

URL de verificación: <https://sede.dip-caceres.es/carpetaCiudadano/Enlaces.do?id=validacion&cve=validacion=DIPCC-PF20P54U022M0BR78W00E0X8400QDL00>
DIPCC-PF20P54U022M0BR78W00E0X8400QDL00 | Este documento es Copia Auténtica según el artículo 27 de la Ley 39/2015, de 1 de Octubre

Firmantes: CAROLINA MORENO PANIAGUA - TECNICO TURISMO (DIPUTACION DE CACERES)

URL de verificación:
Código Seguro de Verificación:

DIR3 Órgano: L02000010

Sello de tiempo: 14/04/2023 08:40

Página: 13/22





DIPUTACIÓN DE CÁCERES

ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENTUD Y TURISMO

Informe de valoración de los criterios evaluables mediante juicio de valor para la adjudicación del Servicio de asistencia técnica para el desarrollo y ejecución de la Estrategia de Activación de la marca turística 360º Ambroz-Cáparra, en el marco del Plan de Sostenibilidad Turística en el Valle de Ambroz-Cáparra, cofinanciado en un 40% por la Secretaría de Estado de Turismo, un 40% por la Junta de Extremadura (Consejería de Cultura, turismo y Deportes) y un 20% por la Diputación de Cáceres, correspondiente al lote 3

1.- Objeto del informe

En fecha de 29 de marzo de 2023 los representantes de la mesa de contratación del expediente de referencia proceden a la apertura de los sobres correspondientes a criterios subjetivos presentados telemáticamente por los licitadores relacionados en el punto 2. Se emite en citada fecha certificado de registro de entrada por el responsable del Servicio de Compras y Suministros relativo a las ofertas presentadas en el expediente de contratación arriba reseñado y se procede a la apertura del sobre número 1 que contiene las propuestas relativas a los criterios evaluables mediante juicio de valor que han formulado las empresas admitidas a la licitación.

Por parte del Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud y Turismo de Diputación de Cáceres, se designa al personal técnico Carolina Moreno como Técnica de Turismo, del Plan de Sostenibilidad Turística en el Valle de Ambroz-Cáparra para que proceda al examen y evaluación de las ofertas de los licitadores y emita el informe correspondiente al asunto de referencia para su elevación a la Mesa.

De conformidad con la cláusula 19 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares los criterios evaluables mediante juicio de valor son los siguientes:

1. Propuesta de trabajo y cronograma, con una puntuación máxima de 10 puntos.
2. Propuesta de texto, con una puntuación máxima de 10 puntos.
3. Propuesta de página de segundo nivel web y distribución de contenidos, con una puntuación máxima de 15 puntos.
4. Otras funcionalidades, con una puntuación máxima de 5 puntos.
5. Propuesta de ficha de recursos/servicios, con una puntuación máxima de 5 puntos.

2. Empresas licitadoras

Han presentado oferta, un total de cuatro empresas, la relación de las cuales es la siguiente:

- 1.- ACTIVIDADES DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DE EXTREMADURA S.L.U.
- 2.- EXTERNAL CONSULTORÍA Y OUTSOURCING, S.A.
- 3.- 6TEMS COMUNICACIÓ INTERACTIVA, SL
- 4.- PECES GORDOS ESTUDIO





DIPUTACIÓN DE CÁCERES

ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENTUD Y TURISMO

Todas las empresas presentan propuesta conforme a los contenidos solicitados en la cláusula 19 del PCAP, a excepción de Peces Gordos que no presenta propuesta técnica.

3. Forma de valorar los criterios.

A tal efecto, para todos los ítems se seguirá el siguiente procedimiento:

1º.-Todas las ofertas serán valoradas de mejor a peor respecto a dichos criterios, en función de sus características, nivel de detalle y de su comparación con el resto de las ofertas, teniendo en cuenta su mayor adecuación a la mejora y perfeccionamiento de la ejecución del objeto del contrato.

2º.-A la que se considere mejor oferta respecto de un criterio se le asignará el valor 10, al que corresponderá el máximo de los puntos de ponderación correspondiente a dicho criterio. Si una oferta no contiene respecto a un criterio toda la información solicitada se la calificará de insuficiente y se la otorgarán 0 puntos.

3º.-Al resto de las ofertas se les asignará un valor de cero a diez, otorgándoles, en consecuencia, los puntos de ponderación que proporcionalmente les correspondan por su diferencia con la mejor oferta, de acuerdo con la siguiente fórmula (fórmula directa):

$$Po=Pm*O/10$$

Po= puntuación de la oferta

Pm= puntuación máxima

O= Valoración de la Oferta del licitador sobre 10 asignada a la oferta que está puntuando

10= Valoración correspondiente a la mejor oferta

Para otorgar la puntuación se tendrá en cuenta el grado de desarrollo, concreción y viabilidad de la información contenida.

En relación a los criterios recogidos en la cláusula 19 se detalla la valoración para cada uno de ellos.

3.1.- Propuesta de trabajo y cronograma

Se valorará la propuesta técnica que sea sintética y descriptiva y que presente un cronograma con la totalidad de las tareas que deberá realizar la empresa. Se tendrá en cuenta el nivel de detalle, solución que se propone atendiendo a la situación de partida del destino, planificación, organización del proyecto, metodología documentación a entregar, características de módulos que se incluyen dentro del gestor de contenidos y la coherencia en los tiempos marcados para cada tarea dentro del proyecto

Se otorga un máximo de 10 puntos y las pautas a seguir para la valoración de este ítem son los siguientes:

- INSUFICIENTE: La información suministrada no hace referencia a todos los apartados. 0 puntos.

- SUFICIENTE: La información suministrada contempla todos los apartados pero no los concreta o no los desarrolla adecuadamente. Hasta 5 puntos.

- BUENA. La información suministrada hace referencia a todos los apartados y están concretados y desarrollados de manera conveniente. Hasta 10 puntos.

La puntuación máxima se asignará en aquellas propuestas que demuestren un servicio de alta calidad.





DIPUTACIÓN DE CÁCERES

ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENTUD Y TURISMO

3.2.- Propuesta de texto

Este apartado valora que el texto sea inédito y contener la lista del top 10 experiencias en el destino Ambroz-Cáparra. Se tendrá en cuenta la calidad del texto, la capacidad de seleccionar las mejores experiencias, el grado de originalidad y rigurosidad con la que describe el destino y la capacidad de plasmar aspectos de interés para el Plan de Sostenibilidad Turística del Destino Ambroz-Cáparra.

Se otorga un máximo de 10 puntos y las pautas a seguir para la valoración de este ítem son los siguientes:

- INSUFICIENTE: La información suministrada no hace referencia a todos los apartados. 0 puntos.
- SUFICIENTE: La información suministrada contempla todos los apartados pero no los concreta o no los desarrolla adecuadamente. Hasta 5 puntos.
- BUENA. La información suministrada hace referencia a todos los apartados y están concretados y desarrollados de manera conveniente. Hasta 10 puntos.

La puntuación máxima se asignará en aquellas propuestas que demuestren un servicio de alta calidad.

3.3.- Imagen que incluya la propuesta de página de segundo nivel de la web y de distribución de contenidos.

Este ítem valora la calidad y originalidad del diseño, la capacidad de mostrar la identidad del destino turístico y la capacidad de síntesis, funcionalidad y coherencia.

Se otorga un máximo de 15 puntos y las pautas a seguir para su asignación son los siguientes:

- INSUFICIENTE: La información suministrada no hace referencia a todos los apartados. 0 puntos.
- SUFICIENTE: La información suministrada contempla todos los apartados pero no los concreta o no los desarrolla adecuadamente. Hasta 7 puntos.
- BUENA. La información suministrada hace referencia a todos los apartados y están concretados y desarrollados de manera conveniente. Hasta 15 puntos.

La puntuación máxima se asignará en aquellas propuestas que demuestren un servicio de alta calidad.

3.4.- Otras funcionalidades consideradas de interés no incluidas en el pliego.

Se valora la inclusión de componentes no previstos que mejoren la usabilidad, la seguridad, la disponibilidad, posicionamiento y estadísticas.

Se otorga un máximo de 5 puntos y las pautas a seguir para su asignación son los siguientes:

- INSUFICIENTE: La información suministrada no hace referencia a todos los apartados. 0 puntos.
- SUFICIENTE: La información suministrada contempla todos los apartados pero no los concreta o no los desarrolla adecuadamente. Hasta 3 puntos.





DIPUTACIÓN DE CÁCERES

ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENTUD Y TURISMO

- BUENA. La información suministrada hace referencia a todos los apartados y están concretados y desarrollados de manera conveniente. Hasta 5 puntos.

3.5.-Propuesta de ficha de recursos/servicios para el área privada de la web

Este ítem se valora sobre la ficha descriptiva aportada por las licitadoras en la que se justifique y desarrolle los campos que se consideren necesarios para la recogida y muestra de la información de los recursos, atendiendo a su finalidad, el diseño, la metodología de recogida de información, la validación de los contenidos.

Se otorga un máximo de 5 puntos y las pautas a seguir para su asignación son las siguientes:

- INSUFICIENTE: La información suministrada no hace referencia a todos los apartados. 0 puntos.
- SUFICIENTE: La información suministrada contempla todos los apartados pero no los concreta o no los desarrolla adecuadamente. Hasta 3 puntos.
- BUENA. La información suministrada hace referencia a todos los apartados y están concretados y desarrollados de manera conveniente. Hasta 5 puntos.

4. Metodología.

La metodología seguida en cada criterio en consonancia con las pautas descritas anteriormente ha sido la siguiente:

1. Se ha realizado una lectura pormenorizada de la documentación presentada por cada una de las licitadoras para la valoración de cada criterio evaluable de este lote y de cada empresa (propuesta de trabajo y cronograma, propuesta de texto, propuesta de página de segundo nivel, propuesta de otras funcionalidades consideradas de interés y propuesta de ficha de recursos) y se comprueba que todas ellas contienen la propuesta pero no todas tienen los contenidos mínimos requeridos para valorar los cinco criterios objeto de valoración de acuerdo a lo especificado en la cláusula 19 del PCAP, por tanto algunos de los criterios evaluables no se podrán evaluar o se valorarán con 0 puntos.
2. Se procede a calificar las ofertas y puntuarlas en función del grado de concreción y desarrollo y adecuación a los pliegos que rigen la contratación. La puntuación final se ha determinado no solo atendiendo a la bondad de la propuesta sino también por comparación entre las ofertas presentadas.
3. Por último en un apartado de conclusiones se califican las empresas y se otorgan las puntuaciones correspondientes.

5. Proposiciones rechazadas.

No se rechaza ninguna propuesta

6. Criterios

A) Propuesta de trabajo y cronograma





DIPUTACIÓN DE CÁCERES

ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENTUD Y TURISMO

External Outsorcing hace su propuesta en la que la calidad del texto es buena ya que es directa, si bien no llama suficientemente la atención a los posibles lectores de la web, los textos deben ser sugerentes y se les incite a visitar el territorio. Le falta la utilización de más palabras atractivas y adjetivos sugerentes. Tienen en cuenta los productos turísticos más relevantes del territorio y del Plan de Sostenibilidad Turística Ambroz-Cáparra para tomarlos como experiencias. Trata los top como actividades o productos, dando un toque de originalidad para una página web turística y no como lugares top que es lo común en este tipo de webs. **Puntuación: 8 puntos**

C2O Actividades de Marketing y Comunicación plantea una propuesta de Top 10 experiencias muy atractiva y original. Presenta una calidad léxica muy atractiva y evocadora que invita a saber más y querer viajar. Utiliza un lenguaje sugerente y que llama a la acción profundizando en los recursos lo que denota conocimiento de los recursos y del territorio. El texto en general está tratado con bastante rigurosidad y conocimiento del destino. **Puntuación: 10 puntos**

Finalmente, **6TEMS** ha seleccionado su Top 10 basándose en los recursos más destacados del territorio, donde el componente cultural es el más importante para la empresa.

Se trata de un texto escaso donde explican los aspectos más destacados y sin entrar en detalles, no es atractivo al no utilizar palabras o adjetivos que produzcan la emoción o ganas de visitar el territorio. El contenido denota el grado de desconocimiento de algunos de los detalles más destacados de los recursos seleccionados. La empresa no ha tenido en cuenta los productos de senderismo, ecoturismo, turismo ornitológico, el astroturismo o el turismo de bienestar y el termalismo tan importantes para el Plan de Sostenibilidad Ambroz-Cáparra. **Puntuación: 3 puntos**

C) Propuesta de página web de segundo nivel de la web y de distribución de contenidos

Una licitadora hace desarrollo de página de primer nivel y las otras dos han presentado propuesta de una página de segundo nivel.

Se valora en este apartado:

- Calidad y originalidad del diseño
- Capacidad de demostrar la identidad del destino
- Capacidad de síntesis coherencia

La licitadora **External Outsorcing** ha presentado propuesta de página web, muy atractiva y visual utilizando los colores y textos de la imagen corporativa de Ambroz Cáparra pero no es una muestra de página de segundo nivel. **Puntuación: 0 puntos**

Por su parte la empresa **C2O Actividades de Marketing y Comunicación** ha presentado un ejemplo de página de segundo nivel del recurso municipio. Plantea una página sencilla en la que se ofrece información de la localidad con cajas de imágenes alternando con texto. El texto es informativo y de festividades de eventos de la localidad. Finaliza con una ubicación en una página de Google de la localidad. Se trata de un diseño claro, sencillo y a la vez fácil de ver las diferentes partes, las cuales están compuestas de información general de la localidad. Sintetiza este recurso de un simple vistazo,





DIPUTACIÓN DE CÁCERES

ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENTUD Y TURISMO

lo ubica en el mapa y da las pinceladas básicas del municipio con las imágenes más atrayentes de manera visual **Puntuación: 10 puntos**

La empresa **6TEMS** desarrolla varias páginas de segundo nivel de varias secciones. El diseño es atractivo y acorde con la actualidad, porque muestra los contenidos de las subsecciones con un sistema de cuadros con un corazón para incluirlo en la lista de deseos. Recoge los colores y letras corporativas de la imagen de marca de Ambroz-Cáparra. Con respecto a la capacidad de síntesis, la ficha de recurso por ejemplo es muy extensa teniendo demasiada información de la localidad en su sección, que podría estar en otras secciones. **Puntuación: 13 puntos**

D) Otras funcionalidades consideradas de interés no indicadas en el pliego

Se valora en este criterio la inclusión de componentes no previstos en el pliego que mejoren la usabilidad del portal turístico, la seguridad, la disponibilidad, el posicionamiento, las estadísticas...

Dos de las licitadoras plantean propuestas de funcionalidades adicionales no descritas en el pliego y una de ellas no aporta propuesta para poder valorar este criterio.

La empresa **External Outsourcing** propone como funcionalidad añadida al pliego la realización de visitas virtuales para acercar al usuario a diferentes puntos de interés, dando la posibilidad de recorrer libremente, con la particularidad de poder interactuar con los elementos. La propuesta muestra imágenes de Granadilla. Esta funcionalidad mejoraría el posicionamiento de la web porque es una herramienta muy atractiva visualmente hablando y útil para conocer recursos de manera virtual y de aumentar la permanencia en la página. **Puntuación: 5 puntos**

La licitadora **C2O Actividades de Marketing y Comunicación** no presenta propuesta de otras funcionalidades **Puntuación: 0 puntos**

Por su parte la empresa **6TEMS** desarrolla algunas funcionalidades añadidas al pliego de prescripciones técnicas como la utilización de una newsletter ágil con la que se podrá enviar contenido directamente al listado de correos generado de la suscripción al boletín o acciones de testeo de usabilidad de la web mediante encuestas a un grupo de usuarios. Elementos como la analítica de datos o accesibilidad no aportan valor porque ya se pide en el pliego de prescripciones técnicas. Las acciones de Cloudfare o pentesting al estar la web alojada en los servidores propios de la Diputación de Cáceres podrían llevarse a cabo por la empresa **Puntuación :2 puntos**

E) Propuesta de ficha de recursos/ servicios para el área privada de la web

Se valora sobre la aportación de una ficha descriptiva, justificada y desarrollada con los campos que se consideren para la recogida y muestra de la información de los recursos/servicios para el área privada B2B

Se valora:

- Finalidad





DIPUTACIÓN DE CÁCERES

ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENTUD Y TURISMO

La empresa que presenta mejor oferta técnica y por tanto obtiene mayor valoración en los criterios evaluables mediante juicio de valor es **C20 Comunicación con un total de 30 puntos**, seguida de **6TEMS con 23 puntos**, y en tercera posición **External Consultoría y Outsourcing con 19 puntos**.

En Cáceres, a fecha de firma electrónica

<https://sede.dip-caceres.es/carpetaCiudadano/Enlaces.do?id=validacion&cveValidacion=DIPCC-PF20F54U022M0BR78W00E0X8400QDL00>
DIPCC-PF20F54U022M0BR78W00E0X8400QDL00 | Este documento es Copia Auténtica según el artículo 27 de la Ley 39/2015, de 1 de Octubre

Firmantes: CAROLINA MORENO PANIAGUA - TECNICO TURISMO (DIPUTACION DE CACERES)

URL de verificación:

Código Seguro de Verificación:

DIR3 Órgano: L02000010

Sello de tiempo: 14/04/2023 08:40

Página: 22/22

