

LICITACIÓ DEL CONTRACTE DE SERVEIS DE GESTIÓ DE L'OFICINA D'INFORMACIÓ AL VISITANT DE GRANOLLERS

INFORME DE VALORACIÓ DE LES OFERTES (SOBRE 2)

1. Requeriment previ:

La Mesa de Contractació va demanar en data de 9 d'abril a l'empresa Sapiens Travel, SL que presentés en el termini de tres dies un aclariment en relació al preu del contracte, atès que estava expressat per un període de 12 mesos, quan el Plec de Clàusules Administratives Particulars determina que s'expressi per un període de 24 mesos, que és el període executiu del contracte licitat.

L'empresa Sapiens Travel, SL presenta amb data d'11 d'abril de 2018 (registre entrada núm. 306) un escrit d'aclariment on s'expressa el preu del contracte per un període de 24 mesos, de manera correcta.

2. Acreditació de mitjans personals:

La clàusula 3 del Plec de Prescripcions Tècniques estableix les condicions de la prestació del servei, i determina que l'empresa ha de: *«Destinar en tot moment una persona, com a mínim, a prestar el servei d'informació al visitant de manera presencial.»*

La clàusula III.2 del Plec de Clàusules Administratives Particulars estableix que la solvència tècnica o professional de les empreses licitadores s'acreditarà mitjançant el *«coneixement dels idiomes castellà, català, anglès i francès amb nivell B1 o equivalent de la persona o persones que desenvoluparan la tasca d'informació al visitant.»*

La clàusula III.3.2 del Plec de Clàusules Administratives Particulars estableix que dins el sobre núm. 2 cal incorporar: *«El currículum del personal responsable de la tasca d'informació al visitant.»*

L'empresa Sapiens Travel, SL, acredita en el sobre 2, mitjançant currículum vitae, la **disponibilitat de 2 persones** per desenvolupar la funció d'informador/a, que reuneixen el requisit de solvència tècnica.

L'empresa Ouisellyou,scp, acredita en el sobre 2, mitjançant currículum vitae, la **disponibilitat de 1 persona** per desenvolupar la funció d'informador/a, que reuneix el requisit de solvència tècnica.

3. Criteris de valoració:

Atesos els criteris establerts en el Plec de Clàusules Administratives Particulars que regeixen la licitació del contracte, s'emet aquest informe tècnic de valoració final de les proposicions presentades, d'acord amb la clàusula III.5, que diu literalment:

«III.5. Criteris d'Adjudicació.

En la licitació de l'expedient per a l'adjudicació del servei objecte de contracte, es procedirà a la seva valoració fins a una puntuació màxima de 100 punts, derivada del resultat de la suma dels punts obtinguts en els aspectes següents:

A.- Criteris avaluables de forma automàtica: Fins a 100 punts (sobre núm. 2).

a) Milliores en la informació al visitant o al turista: Fins a 10 punts.

L'empresa licitadora descriurà detalladament accions d'informació al visitant o al turista, que podria executar amb els seus propis mitjans, en cas de guanyar aquesta licitació. Aquestes accions d'informació han de ser en format presencial, mitjançant un/ a informador/a, tot i que no necessàriament a dins de l'oficina.

La descripció de cada tipus d'acció no superarà l'extensió d'1 full DIN A4, a una cara. Per poder ser avaluada, la descripció inclourà els següents tres apartats: definició de l'objectiu, descripció de la metodologia o procediment per dur-la a terme, i el nombre màxim d'hores de treball que s'estima requereix l'informador/a per executar l'acció. Cada acció descrita ha de poder executar-se durant el transcurs d'una jornada laboral diària (7 hores/dia).

Les accions proposades hauran de ser clarament diferents entre si. No es consideraran com a accions diferents les repeticions en el temps de la mateixa acció o altres tipus de repeticions i variacions vinculades al calendari anual o al calendari d'esdeveniments de la ciutat, o les variacions en el format material o estètic de l'execució.

La Mesa de contractació podrà considerar com a no avaluable una acció si aquesta no reuneix totes les condicions i característiques anteriors, o si aquesta no està correctament explicada en la descripció. Cada acció d'informació vàlida es puntuarà amb 1 punt.

b) Milliores en la comunicació: Fins a 10 punts.

L'empresa licitadora descriurà detalladament les accions de comunicació que estaria en condicions de dur a terme amb el seus mitjans per donar a conèixer al públic l'existència de la pròpia oficina.

La descripció de cada tipus d'acció de comunicació no superarà l'extensió d'1 full DIN A4, a una cara. Per poder ser avaluada, la descripció inclourà els següents tres apartats: definició de l'objectiu, descripció de la metodologia o procediment per dur-la a terme, i el sistema d'avaluació del seu impacte.

Les accions proposades hauran de ser clarament diferents entre si. No es consideraran com a accions diferents les repeticions en el temps de la mateixa acció o altres tipus de repeticions i variacions vinculades al calendari anual o al calendari d'esdeveniments de la ciutat, ni les variacions en el format material o estètic de l'execució.

La Mesa de contractació podrà considerar com a no avaluable una acció si aquesta no reuneix totes les condicions i característiques anteriors, o si aquesta no està

correctament explicada en la descripció. Cada acció de comunicació vàlida es puntuarà amb 1 punt.

c) Proposta econòmica: Fins a 80 punts.

La puntuació corresponent a la proposta econòmica es calcularà de forma proporcional, tot aplicant la fórmula que segueix, una vegada quantificades cada una de les ofertes econòmiques presentades.

$$\text{Puntuació} = 80 \times \frac{\text{Cost de l'oferta més econòmica}}{\text{Cost de l'oferta a valorar}}$$

4. Relació d'accions de millora presentades per les empreses licitadores:

L'empresa Sapiens Travel presenta un total de 14 accions d'informació i 18 accions de comunicació.

La relació de les accions d'informació al visitant o al turista proposades per SAPIENS TRAVEL, SL són les següents:

Acció 1 – Repartició de flyers davant l'oficina

Acció 2 – Millora de l'aparador de l'oficina

Acció 3 – Punt d'informació mòbil per a esdeveniments

Acció 4 – Punt d'informació mòbil al Teatre Auditori

Acció 5 - Repartició de flyers al Teatre Auditori:

Acció 6 - Punt d'informació mòbil als clubs esportius de Granollers

Acció 7 – Punt de distribució de l'agenda de Granollers a restaurants

Acció 8 – Estand a la fira de l'Ascensió

Acció 9 – Material promocional de Granollers per a convencions i congressos

Acció 10 – Distribució de material promocional al Palau Moja i Palau Robert de Barcelona

Acció 11 - Distribució de material promocional a la Roca Village

Acció 12 - Distribució de material promocional al Circuit

Acció 13 – Punt de distribució de material promocional de Granollers als hotels

Acció 14: Servei d'informació del territori per a grups en hotels

La relació de les accions comunicació proposades per SAPIENS TRAVEL són les següents:

Acció 1 – Creació d'un perfil públic de l'oficina a Twitter

- Acció 2 – Creació d'un perfil públic de l'oficina a Facebook
- Acció 3 – Creació d'un perfil públic de l'oficina a Instagram
- Acció 4 – Publicació de continguts a les diferents xarxes socials
- Acció 5 – Organització d'un concurs de fotografia a Instagram
- Acció 6 – Enviament d'una newsletter o butlletí electrònic
- Acció 7 – Obertura de la fitxa de l'oficina a TripAdvisor
- Acció 8 – Millorar la visibilitat de l'oficina al web de turisme de la ciutat
- Acció 9 – Instal·lació de rètols de senyalització
- Acció 10 – Instal·lació d'un rètol lluminós a la façana exterior de l'oficina
- Acció 11 – Instal·lació d'un monitor a l'aparador de l'oficina
- Acció 12 – Canvi en la decoració interior de l'oficina
- Acció 13 – Localització de l'oficina als mapes
- Acció 14 – Incorporar l'adreça de l'oficina als butlletins informatius
- Acció 15 – Notes de premsa
- Acció 16 – Creació d'una «oficina mòbil» d'informació turística
- Acció 17 – Realització d'enquestes
- Acció 18 – Creació d'un bloc o pàgina web de la pròpia oficina

L'empresa Ouisellyou,scp presenta un total de 15 accions d'informació i de 12 accions de comunicació.

La relació de les accions d'informació al visitant o al turista proposades per OUISELLYOU, SCP són les següents:

ACCIÓ 1 - "ENTREGA D'INFORMACIÓ I INTERCANVI DE CONTACTES AMB ALTRES OFICINES DE TURISME DE LA ZONA"

ACCIÓ 2: "PRESENCIA EN JORNADES DE FORMACIÓ I INFORMACIÓ"

ACCIÓ 3. "RECERCA D'INFORMACIÓ I SUBSCRIPCIÓ A NEWSLETTERS D'OFICINES DE TURISME, I DE SERVEIS DE TERRITORI"

ACCIÓ 4. "RELACIÓ AMB ACTORS DE CIUTAT"

ACCIÓ 5: "CLASSIFICACIÓ DE LA INFORMACIÓ PEL PUBLIC LOCAL I EL VISITANT/TURISTA"

ACCIÓ 6: "OBERTURA ESPECIAL DE LA OFICINA EN DATES ASSENYALADES"

ACCIÓ 7. "FULLS D'ANOTACIONS CORPORATIUS"

ACCIÓ 8. "MANTENIMENT DELS CONTINGUTS DELS PANELLS INFORMATIUS DE LA OFICINA DE TURISME"

ACCIÓ 9: "L'OFICINA AL CARRER"

ACCIÓ 10. "PRESÈNCIA A ESDEVENIMENTS DE CIUTAT"

ACCIÓ 11: "VINE A VIURE EXPERIÈNCIES INOBLIDABLES A PROP DE GRANOLLERS"

ACCIÓ 12: "SABIES QUÈ?"

ACCIÓ 13. "CREACIÓ D'UN RECORREGUT DE CIUTAT"

ACCIÓ 14. "ÊTES-VOUS DÉJÀ UN EXPERT EN GRANOLLERS? – ARE YOU A MASTER ON GRANOLLERS?"

ACCIÓ 15 "CREACIÓ DE PRODUCTES OFERTS A LA OFICINA DE GRANOLLERS"

La relació de les accions de comunicació proposades per OUISELLYOU, SCP són les següents:

ACCIÓ 1: "APARADOR TEMÀTIC"

ACCIÓ 2: "CONCURS DE PREGUNTES – ETS UN BON GRANOLLERÍ O GRANOLLERINA?"

ACCIÓ 3: "MERCHANDISING ATRACTIU"

ACCIÓ 4: "OFICINA COM A PUNT DE RECOLLIDA O VENDA"

ACCIÓ 5: "ANUNCI AL 9 NOU"

ACCIÓ 6. "BLOGGERS"

ACCIÓ 7. "CELEBRACIÓ DE LA DIADA DEL DIA DEL TURISME"

ACCIÓ 8. "COL·LABORACIÓ AMB EL CONSORCI DEL VALLÈS ORIENTAL EN ACCIONS DE PROMOCIÓ"

ACCIÓ 9 "APARÈIXER ALS CATÀLEGS I/O WEBS DE GRANS ESDEVENIMENTS A LA CIUTAT"

ACCIÓ 10: "L'OFICINA A FACEBOOK"

ACCIÓ 11: "PRESENCIA AL WEB DEL CONSORCI DE TURISME DEL VALLÈS"

ACCIÓ 12. "BARCELONA ES MOLT MES"

5. Valoració de les accions d'informació al visitant o al turista:

Totes les accions d'informació presentades per les dues empreses reuneixen el requisit de format que determina l'apartat III.5 següent: "La descripció de cada tipus d'acció no superarà l'extensió d'1 full DIN A4, a una cara. Per poder ser avaluada, la descripció inclourà els següents tres apartats: definició de l'objectiu, descripció de la metodologia o procediment per dur-la a terme, i el nombre màxim d'hores de treball

que s'estima requereix l'informador/a per executar l'acció. Cada acció descrita ha de poder executar-se durant el transcurs d'una jornada laboral diària (7 hores/dia).»

5.1 Accions d'informació presentades per Sapiens Travel

Es considera no apta 1 acció pels motius que s'expliquen:

Acció 5 - Repartició de flyers al Teatre Auditori: Es considera no apta, perquè és una variació en el format material en relació a l'acció 4.

Les altres 13 accions presentades per Sapiens Travel es consideren aptes i es poden puntuar amb 1 punt cadascuna. Per tant, Sapiens Travel ha obtingut la puntuació màxima de 10 punts en aquest apartat.

5.2 Accions d'informació presentades per Ouisellyou

Es consideren no aptes 6 accions d'informació que es relacionen a continuació, pels motius que s'expliquen:

ACCIÓ 2: “PRESENCIA EN JORNADES DE FORMACIÓ I INFORMACIÓ”. Es considera no apta, perquè no és una acció d'informació al visitant o al turista, sinó que és una acció per formar i informar a les persones que fan la funció d'informador/a de l'oficina.

És evident que cal estar format i informat per poder executar qualsevol acció d'informació al visitant o al turista, i que són moltes les formes i canals per fer-ho, però no és aquesta mena d'accions les que demana l'apartat III.5 del Plec de Clàusules Administratives Particulars, atès que el destinatari o beneficiari directe i immediat d'aquesta acció no és el visitant o el turista, sinó el personal de l'oficina d'atenció al visitant, quan diu que l'objectiu és: *«...,els membres de l'oficina de turisme assistiran a totes les jornades organitzades per l'Agència Catalana de Turisme, així com per altres institucions públiques que ofereixin una formació per ampliar coneixements al servei del visitant i/o turista.»*

ACCIÓ 3. “RECERCA D'INFORMACIÓ I SUBSCRIPCIÓ A NEWSLETTERS D'OFICINES DE TURISME, I DE SERVEIS DE TERRITORI”. Es considera no apta, perquè no és una acció d'informació al visitant o al turista, sinó que és una acció per formar i informar a les persones que fan la funció d'informador/a de l'oficina.

Igual que l'acció núm. 2, no és aquesta mena d'accions les que demana l'apartat III.5 del Plec de Clàusules Administratives Particulars, atès que el destinatari o beneficiari directe i immediat d'aquesta acció no és el visitant o el turista, sinó el personal de l'oficina d'atenció al visitant, quan diu que l'objectiu és: *«Estar al dia de les novetats i esdeveniments que es van produint al territori».*

ACCIÓ 4. “RELACIÓ AMB ACTORS DE CIUTAT”. Es considera no apta, perquè no és una acció d'informació al visitant o al turista, sinó que és una acció per formar i informar a les persones que fan la funció d'informador/a de l'oficina.

Igual que l'acció núm. 2 i 3, no és aquesta mena d'accions les que demana l'apartat III.5 del Plec de Clàusules Administratives Particulars, atès que el destinatari o beneficiari directe i immediat d'aquesta acció no és el visitant o el turista, sinó el personal de l'oficina d'atenció al visitant, quan diu que l'objectiu és: *«Obtenir informació actualitzada de tot el que passa a la ciutat, per tal de poder facilitar-la al visitant»*.

ACCIÓ 6: “OBERTURA ESPECIAL DE LA OFICINA EN DATES ASSENYALADES”. Es considera no apta, perquè l'obertura de l'oficina en horari no habitual és una de les condicions de prestació del servei establertes a la clàusula 3 del Plec de Prescripcions Tècniques, que determina que: *«L'empresa adjudicatària prestarà el servei d'acord amb les següents condicions i tasques a desenvolupar: (...) Modificar l'horari d'obertura durant les festivitats locals més importants i durant els dies de celebració d'esdeveniments de màxima afluència de visitants, d'acord amb el responsable del contracte»*

La metodologia descrita per a l'acció 6 diu que: *«L'oficina adaptarà els horaris d'obertura segons els esdeveniments que hi hagi a la ciutat»*, i posa com a exemples l'Open Nigth, la Festa Major i la Granollers Cup.

ACCIÓ 10. “PRESÈNCIA A ESDEVENIMENTS DE CIUTAT”. Es considera no apta, perquè aquesta acció requereix de la presència simultània de 2 persones i l'empresa licitadora no acredita la disponibilitat de 2 persones per prestar el servei.

La metodologia de l'acció explica que: *«s'escolliran els esdeveniments pel nombre d'assistents, així com per trobar-se lluny de l'oficina»*, i posa alguns exemples com la Granollers Cup i el Festival del Motor. Per altra banda, quan explica el nombre d'hores de treball que requereix l'informador/a per executar l'acció diu: *«L'oficina de turisme seguirà oberta i atesa per personal de l'empresa degudament format»*, però l'empresa licitadora no acredita la disponibilitat de 2 persones per prestar el servei a l'oficina a la vegada que està donant informació a l'estan muntat amb motiu de l'esdeveniment,

ACCIÓ 11: “VINE A VIURE EXPERIÈNCIES INOBLIDABLES A PROP DE GRANOLLERS”. Es considera no apta per dos motius, perquè no és una acció d'informació al visitant o al turista, sinó que és una acció per formar i informar a les persones que fan la funció d'informador/a de l'oficina; i perquè és una repetició de l'acció 8-“Manteniment dels continguts dels panells informatius de l'oficina”.

Igual que l'acció núm. 2,3 i 4, no és aquesta mena d'accions les que demana l'apartat III.5 del Plec de Clàusules Administratives Particulars, atès que el destinatari o beneficiari directe i immediat d'aquesta acció no és el visitant o el turista, sinó el personal de l'oficina d'atenció al visitant, quan diu que l'objectiu és: *«Donar a conèixer recursos turístics, que impliquin una experiència i siguin propis del territori, comarca o Granollers. Estar informats sobre totes les possibilitats en quant a activitats que es poden fer a la comarca, perquè el visitant pugui obtenir informació»*.

La metodologia d'aquesta acció consisteix en exposar un cartell expositiu a l'aparador amb el missatge – *Vine a viure experiències inoblidables a prop de Granollers* – i aquesta acció és considerada no apta, perquè és una repetició exacta de l'acció 8, que consisteix en penjar cartells en els panells informatius de l'oficina.

Les altres 9 accions presentades per Ouisellyou es consideren aptes i es poden puntuar amb 1 punt cadascuna. Per tant, Ouisellyou ha obtingut la puntuació de 9 punts en aquest apartat.

6. Valoració de les accions de comunicació

Totes les accions de comunicació presentades per les dues empreses reuneixen el requisit de format que determina l'apartat III.5 següent: *"La descripció de cada tipus d'acció de comunicació no superarà l'extensió d'1 full DIN A4, a una cara. Per poder ser avaluada, la descripció inclourà els següents tres apartats: definició de l'objectiu, descripció de la metodologia o procediment per dur-la a terme, i el sistema d'avaluació del seu impacte»*.

6.1. Accions de comunicació presentades per Sapiens Travel

Es consideren no aptes 2 accions de comunicació que es relacionen a continuació, pels motius que s'expliquen:

Acció 4 – Publicació de continguts a les diferents xarxes socials. Es considera no apta, perquè és una repetició de la mateixa acció recollida a les accions de comunicació 1, 2 i 3, que consisteixen en obrir un perfil públic de l'oficina a tres xarxes socials en concret, essent accions que impliquen també publicar continguts a les esmentades xarxes socials.

Acció 16 – Creació d'una «oficina mòbil» d'informació turística. Es considera no apta, perquè altres accions anàlogues, consistents en muntatge d'oficina mòbil en punts concrets, s'han presentat en l'apartat d'accions d'informació.

Les altres 16 accions presentades per Sapiens Travel es consideren aptes i es poden puntuar amb 1 punt cadascuna. Per tant, Sapiens Travel ha obtingut la puntuació màxima de 10 punts en aquest apartat.

6.2. Accions de comunicació presentades per Ouisellyou

E consideren no aptes 3 accions de comunicació que es relacionen a continuació, pels motius que s'expliquen:

ACCIÓ 3: "MERCHANDISING ATRACTIU". Es considera no apta per dos motius, perquè no compleix amb l'objectiu de *donar a conèixer al públic l'existència de la pròpia oficina*, que és l'objectiu de les accions de comunicació que es demanen; i perquè és una repetició de l'acció 1-«aparador temàtic», que proposa la decoració de l'aparador com a instrument de comunicació.

La metodologia de l'acció 3 explica que el material de merchandising «...l'exposarem a l'aparador per provocar atenció.», «..., per tal que la gent local entri a l'oficina». Es considera que l'existència de la pròpia oficina resulta evident per al vianant una vegada està davant de l'aparador. Si el material de merchandising retolat amb el nom de l'oficina s'enviés per correu postal o estigués en aparadors ubicats en llocs diferents de la pròpia oficina, tindria la funció de donar a conèixer al públic l'existència de la pròpia oficina, però no és aquesta la metodologia que s'explica en aquesta acció.

ACCIÓ 6. "BLOGGERS". Es considera no apta, perquè és una repetició literal de la mateixa acció que està incorporada dins l'acció 8.

L'acció 6 proposa «contactar amb persones que porten els blogs especialitzats amb més seguidors en aquesta àmbit per convidar-los a què vinguin a visitar Granollers, perquè després en parlin al seu blog».

L'acció 8 explica la participació de bloggers per donar a conèixer al públic l'existència de la pròpia oficina, quan diu: «...organització de Blog Trips (bloggers especialistes en viatges nacionals i/o internacionals)».

ACCIÓ 11: "PRESENCIA AL WEB DEL CONSORCI DE TURISME DEL VALLÈS". Es considera no apta per dos motius, perquè és una acció d'informació i perquè no està correctament explicada en la descripció.

La definició de l'objectiu es correspon amb una acció d'informació, quan diu: «Oferir el servei d'informació de l'oficina com a opció d'assessorament personalitzat durant la seva visita a Granollers». La metodologia és una barreja entre acció de comunicació (posar el banner de l'oficina a la web turismevalles.com), amb una acció d'informació (deixar el telèfon i e-mail de contacte, assessorar segons necessitats, etc).

L'acció no està correctament explicada, doncs no hi ha coherència entre el títol de l'acció i la definició de l'objectiu i metodologia. Per altra banda, en Consorci de Turisme del Vallès era un ens local que es va dissoldre fa quatre anys, i avui ja no existeix.

Les altres 9 accions presentades per Ouisellyou es consideren aptes i es poden puntuar amb 1 punt cadascuna. Per tant, Ouisellyou ha obtingut la puntuació de 9 punts en aquest apartat.

7. Valoració de la proposta econòmica:

Les dues empreses presenten la mateixa oferta econòmica:

Sapiens Travel: 56.056,00 euros, més IVA

Ouisellyou: 56.056,00 euros, més IVA

Les dues empreses obtenen la puntuació màxima de 80 punts en aquest apartat.

8. Resultat final de la valoració

Ouisellyou, scp, obté una puntuació total de 98 punts (9 + 9 + 80).

Sapiens Travel, SL, obté una puntuació total de 100 punts (10 + 10 + 80).

Es proposa adjudicar el contracte de gestió de l'oficina d'atenció al visitant a l'empresa Sapiens Travel, SL.

El responsable del contracte

Jordi Táboas Suárez

Granollers, 14 de maig de 2018