

**INFORME TÉCNICO SOBRE LA CONTRATACIÓN POR PROCEDIMIENTO ABIERTO, EN RÉGIMEN DE ALQUILER, DEL STAND PARA LA PARTICIPACIÓN DE ANDALUCÍA EN LAS FERIAS INTERNACIONALES ITB Y WTM 2024 Y ORGANIZACIÓN DE UNA ACCIÓN PARALELA EN EL MARCO DE AMBAS FERIAS. LICITACIÓN ELECTRÓNICA (SIREC).
Expediente: C101-06FB-1123-0089**

Título: STAND PARA LA PARTICIPACIÓN DE ANDALUCÍA EN LAS FERIAS INTERNACIONALES ITB Y WTM 2024 Y ORGANIZACIÓN DE UNA ACCIÓN PARALELA EN EL MARCO DE AMBAS FERIAS. **Código CPV: 79340000-9**

1. INTRODUCCIÓN

Tal y como se indica en el Pliego de Prescripciones técnicas de esta licitación, el objetivo de estos stands es dar a conocer la oferta y los recursos turísticos de Andalucía a los profesionales del sector, consolidando e internacionalizando la marca a través de la imagen desarrollada en la campaña de comunicación vigente, cuyo claim es "Andalusian Crush".

Además de ser una plataforma de promoción de destino y de la marca Andalucía, se busca que estos stands sean una plataforma de promoción B2B que facilite a las empresas andaluzas su labor empresarial.

Las ferias son, sin duda, el reflejo del aumento de la competitividad, y en ellas se experimenta la pujanza entre los actores del mercado, con nuevos destinos en alza y destinos maduros, redefiniendo sus estructuras empresariales, marcas turísticas y vías de promoción en un entorno de cambio permanente y con un escenario internacional muy cambiante y puntualmente dubitativo.

La construcción y el diseño que se solicita, debe seguir paradigmas indisociables del destino Andalucía: Sostenibilidad, conectividad, versatilidad y modernidad.

Sostenibilidad, como clave del futuro en todos los ámbitos. El stand debe ser sostenible y vender el destino como sostenible. Ese es el equilibrio absoluto y obligado y no comprenderemos un diseño e imágenes que no estén ligada a este concepto.

Con "conectividad", debemos transmitir la imagen de Andalucía como destino abierto a nuevas oportunidades y apetecible para abrir nuevas rutas.

Con "versatilidad", es obvio que, como todo stand de éxito, debe interpretarse su función expositiva como lugar de trabajo, exposición e imagen primera del destino ante sus posibles prescriptores.

Y, por último, con modernidad, exigimos que el diseño sea moderno, rompedor, vanguardista, y que nos diferencie del resto de expositores de la feria.

La cultura de Andalucía, el gran acervo cultural de la Comunidad, debe verse reflejada en los elementos constructivos y decorativos del espacio, así como en los mensajes proyectados en soportes tecnológicos disponibles al visitante, por el personal de apoyo y dinamización y en las pantallas centrales y de información distribuidas por todo el stand.

Queremos que el expositor de Andalucía sea un espacio experiencial, donde el visitante pueda sentir emociones acordes a un territorio inigualable, un micro continente que albergue todo lo que un viajero pueda buscar para desconectar de su día a día. La experiencia del visitante deberá ser global, estando siempre el profesional en el centro de todo.



Acompañando a estos grandes valores de diseño, tenemos que tener en cuenta otros muchos aspectos importantes, como la apuesta por las TICs, las Redes sociales, la diferenciación constructiva, los servicios a la carta para el visitante o la imagen dinámica de la feria. Hablamos de un expositor inteligente, donde se muestre equilibrio entre tecnología y tradición.

2. VALORACIÓN DE LAS OFERTAS POR PARTE DE LA DIRECCION DE TURISMO

Han presentado oferta técnica las cuatro empresas que se listan a continuación:

- A- VIAJES EL CORTE INGLÉS S.A. / N.I.F.: A28229813
- B- ABSOLUTE COMUNICACION S.L. / N.I.F.: B91348755
- C- TARS DESIGN FROM I TO C, S.L. / N.I.F.: B86531001
- D- VIAJES PACIFICO S.A. / N.I.F.: A08644932

Si bien, la Empresa Viajes Pacífico S.A., aunque presenta un diseño de stand elegante [REDACTED] no ha presentado ninguna propuesta para las acciones paralelas solicitadas en el marco de cada certamen internacional, por lo que es imposible realizar una valoración completa de toda la oferta y, por tanto, se procede a descartar la misma.

En virtud de lo expuesto, a continuación, se valoran las ofertas de las tres empresas restantes, en función de los criterios establecidos:

Criterios de adjudicación por aplicación de un juicio técnico de valoración:

• Diseño del stand ITB/WTM valorando estética, originalidad, funcionalidad, calidad, variedad de materiales, así como la asistencia técnica y mantenimiento global del stand.	25 puntos
• Incorporación al stand ITB/WTM de nuevas tecnologías de la información aplicadas en el concepto del pabellón inteligente, herramientas de medición, etc., así como aplicación web profesional y Sistema de acreditaciones al stand ITB/WTM	15 puntos
• Originalidad y diseño acción paralela ITB en conjunto.	5 puntos
• Originalidad y diseño acción paralela WTM en conjunto.	5 puntos



DISEÑO DEL STAND VALORANDO ESTÉTICA, ORIGINALIDAD, FUNCIONALIDAD, CALIDAD, VARIEDAD DE MATERIALES, ASÍ COMO LA ASISTENCIA TÉCNICA Y MANTENIMIENTO GLOBAL DEL STAND. PUNTUACIÓN MÁXIMA 25 puntos.

A - VALORACIÓN DE LA OFERTA RECIBIDA POR PARTE DE VIAJES EL CORTE INGLÉS S.A. (VECI)

OFERTA PARA ITB 2024 / VECI

Estética: Stand bonito y agradable a la vista, en el que predominan los arcos de herradura que nos trasladan en la imaginación a la Mezquita de Córdoba o a otros monumentos andaluces como la Alhambra de Granada o el Alcázar de Sevilla. El diseño fusiona el legado histórico y cultural de Andalucía con elementos vanguardistas ya que la estructura del stand cambia suavemente de color ofreciendo un espectáculo lumínico inmersivo. La marca Andalucía y el claim actual de nuestra campaña "Andalusian Crush", se encuentran presentes en múltiples espacios del expositor y los aéreos que se proponen cumplen con la finalidad para la que son creados, de dar visibilidad al expositor andaluz y restar ésta de los destinos colindantes competidores de Andalucía.

Originalidad: Presentan una propuesta que aboga por la reinterpretación de los modelos arquitectónicos más icónicos de Andalucía. Toman como referencia la obra del artista Eduardo Tresoldi, que construye espacios arquitectónicos haciendo uso de una malla de acero galvanizado, que está compuesta por líneas que se cruzan entre sí, simulando redes que representan la conectividad entre culturas y otros lugares del mundo.

El material del que se compone la malla encarna, además, la permeabilidad de la cultura andaluza, que se cuela por los poros del visitante y cala hasta lo más profundo, quedándose en su interior. Siguiendo las líneas de la campaña, que advierte de las "peligrosas consecuencias" de viajar a Andalucía, VECI propone un concepto alegórico que parte del uso que tradicionalmente se le ha dado a la malla metálica, desde elemento de protección, elemento para delimitar espacios, hasta ser usado como jaula, para manifestar abiertamente que "Andalucía te atrapa".

Funcionalidad: Tal y como se solicita en el PPT, presentan una distribución diáfana y accesible desde cualquier punto. Todo el stand será construido sobre tarima elevada con 10cm de altura, con la que se evitará resaltos y cableado, y sobre la que se instalará una moqueta gris antracita. Mantienen la estructura divisoria habitual de delimitación de espacios que hemos tenido en certámenes anteriores, en la que los profesionales cuentan con un espacio privilegiado tanto en la isla central como en las dos parcelas laterales. La única diferencia es que en esta ocasión la zona de patronatos se encuentra distribuida en los perímetros de la isla central, permitiéndoles atender a los visitantes profesionales con mayor facilidad y convivir a su vez, con los empresarios.

El stand cuenta con: Punto de bienvenida e información; Área de Empresas; Zona de Patronatos; Sala Institucional o sala de presentaciones con capacidad para 40 personas sentadas; Sala de Prensa con capacidad para 10 medios y provista de taquillas para objetos personales, con conexión eléctrica, línea ADSL y wifi; Despacho para Consejería de 25m2 equipado con mesa de reuniones para 8 personas y espacio distendido con sofás para 4 personas. Esta sala tendrá acceso directo a la sala de presentaciones y al resto del stand y contará con ordenador, impresora, wifi, cafetera, hervidor de agua y un juego de banderas de Andalucía, España y Europa.

El espacio destinado a la zona de empresas, es más abierto que en ediciones anteriores. Presenta un diseño de 30 mesas altas con enchufes encastrados y pantallas tablets de 10 pulgadas para identificación y uso de las mismas. Cada mesa contará con 4 taburetes. Esta zona central ha sido dotada de un almacén que contará con una taquilla para cada empresa. De este modo se evita sobrecargar las mesas de trabajo y se destina exclusivamente una zona a almacenamiento para abrigos, maletas y taquillas. Los empresarios andaluces a su llegada al mostrador podrán solicitar una taquilla, en caso de no haberla reservado con anterioridad. Todas las mesas estarán numeradas y la zona de trabajo contará con una aplicación online, que asignará las mesas a las empresas y que se actualizará constantemente en el directorio virtual, situado en el mostrador de información y en la zona de reuniones. De esta forma se aporta dinamismo al área de trabajo y se evitan mesas desocupadas durante largos periodos de tiempo.



La zona de trabajo contará también con una pantalla táctil de 55 pulgadas en la que se podrá visualizar las mesas ocupadas y más datos de las empresas participantes.

Asimismo, el stand contará con 3 almacenes: uno de uso para Turismo Andaluz, un segundo para uso de los Patronatos con 8 taquillas y otro para el de las empresas del área de trabajo, provisto con 30 taquillas. Además, habrá un office para uso exclusivo de Turismo Andaluz provisto de 4 taquillas, nevera, estanterías, fregadero con agua caliente y mesa de descanso.

El expositor en sí, es completamente funcional y cumple con lo establecido en el pliego de prescripciones técnicas

Calidad y variedad de materiales: La propuesta que presentan se compromete con la sostenibilidad en todo el proceso de diseño, producción, montaje, desarrollo y desmontaje del stand, tomando como referencia los ODS de la Agenda 2030. Esto se verá reflejado tanto en los materiales utilizados en la construcción, como en la aplicación de buenas prácticas durante el montaje y el desmontaje, que llevarán a cabo gracias a la exclusiva aplicación NOW2030, una nueva herramienta que certificará las acciones que desarrollen. Se da prioridad a los materiales reutilizables y con un bajo impacto ambiental. Se evitará al máximo la generación de residuos y todas las acciones serán registradas en la aplicación mencionada, y se reflejarán en las pantallas del stand, mostrando el impacto y la compensación durante el montaje, celebración y desmontaje.

Con el fin de mejorar la imagen del stand, se dispondrá de vegetación arbórea para su distribución por el expositor. Con esto se pretende crear un mayor impacto visual y estético, haciendo el espacio más atractivo.

En general, todos los materiales detallados en la oferta se consideran variados y de aparente calidad, según lo solicitado en el pliego.

Asistencia Técnica y mantenimiento global: VECI garantizará personal técnico a plena disposición del stand durante la feria ITB 2024. Para ello contará con la presencia de dos técnicos durante todo el proceso de montaje y desmontaje, así como durante los días del evento, para atender las necesidades que pudiesen surgir, durante el desarrollo del mismo. Además, pondrá a disposición de Turismo Andaluz personal auxiliar multilingüe para cada una de las zonas del expositor durante los días de la muestra.



OFERTA PARA WTM 2024 / VECI

Estética: Stand igualmente agradable a la vista. Se trata de la misma propuesta presentada para ITB, con un diseño similar, adaptado al espacio y superficie reservados para esta feria en el Recinto ferial Excel de Londres. El stand fusiona el legado histórico-cultural de Andalucía con valores actuales como sostenibilidad, conectividad e innovación que ofrecen un sinfín de posibilidades a través de la construcción. La marca Andalucía y el claim actual de nuestra campaña "Andalusian Crush", se encuentran presentes en múltiples espacios del expositor y los aéreos que se proponen cumplen con la finalidad para la que son creados.



Originalidad: Se sigue el mismo hilo conductor que el presentado para ITB, por lo que los argumentos expuestos en este apartado para la oferta de Berlín, son aplicables a la oferta presentada para Londres.

Funcionalidad: Se aplica el mismo concepto de "Open Space" descrito para ITB. Los profesionales contarán con un espacio privilegiado en el centro de la parcela reservada y estarán visibles desde todos los accesos principales. Los patronatos contarán con un espacio a pie de parcela para poder atender a los visitantes profesionales y a la vez podrán convivir con los empresarios que han reservado mesa en el área de trabajo. El mostrador de información se ubicará en la entrada principal.

El expositor contará con un mostrador principal y zona de bienvenida dotada de pantalla 5x3 y pantalla táctil de 32 pulgadas incrustada en el mostrador de información; Área de empresas con espacio para 30 Pymes provista en cada mesa de Tablet de 10" para identificación de la empresa; Zona de Patronatos ubicada en la periferia de la parcela; Sala de Prensa debidamente equipada con capacidad para 10 medios; Sala Polivalente para presentaciones de 60m2 con capacidad para 40 personas sentadas; Despacho para Consejería de 22m2 completamente equipado tanto para reuniones con mesa para ocho personas y con zona de descanso provista de sofás, equipada con los mismos elementos y servicios que en la oferta presentada para ITB; Almacenes exclusivos para taquillas, abrigos y maletas.

El expositor en sí, es completamente funcional y cumple con lo establecido en el pliego de prescripciones técnicas.

Calidad y variedad de materiales: La propuesta que presentan se compromete con la sostenibilidad en todo el proceso de diseño, producción, montaje, desarrollo y desmontaje del stand, tomando como referencia los ODS de la Agenda 2030. La propuesta es idéntica a la presentada para Berlín, por lo que nos remitimos a lo expuesto en este apartado sobre la feria berlinesa.

En general, todos los materiales detallados en la oferta se consideran variados y de aparente calidad, según lo solicitado en el pliego.

Asistencia Técnica y mantenimiento global: Al igual que en Berlín, para WTM 2024 VECI garantizará personal técnico a plena disposición del stand durante toda la feria. Para ello contará con la presencia de dos técnicos durante todo el proceso de montaje y desmontaje, así como durante los días del evento, para atender las necesidades que pudiesen surgir durante el desarrollo del mismo. Además, pondrá a disposición del Turismo Andaluz personal auxiliar multilingüe para cada una de las zonas del expositor, durante los días de la muestra:

[Redacted text block]



B - VALORACIÓN DE LA OFERTA RECIBIDA POR PARTE DE ABSOLUTE COMUNICACIÓN SL

OFERTA PARA ITB 2024 / ABSOLUTE

Estética: Stand muy bonito, elegante y rompedor que combina modernidad con tradición. Grupo Absolute presenta un concepto "Experiencial Open Space" para profesionales de los destinos andaluces, generador de negocios, que pretende una fusión real entre las imágenes gráficas de la campaña "Andalusian Crush" y su aplicación estética con el espacio, así como con su desarrollo en los contenidos AV en pantallas.

Mezclando los colores negros propios de la campaña con un cromado en verde muy elegante y luces de neón flex de ese mismo color, el diseño hace un recorrido por nuestra historia mostrando personajes de diversas civilizaciones que han pasado por nuestra tierra y que han dejado un legado artístico-cultural que se refleja en la estética del expositor.

Nos muestran un diseño espacial con identidad propia que armoniza elementos modernos e innovadores con elementos clásicos de la cultura andaluza. Una simbiosis visual entre el 3D y el 2D, entre lo arquitectónico y lo impreso, resultando un expositor muy atractivo que llama la atención y despierta el interés de quien lo observa.

Asimismo, cabe mencionar que el stand de ITB rompe con la distribución habitual de ediciones anteriores. Plantean nuevas ubicaciones para las diferentes zonas, lo que aporta versatilidad a los espacios, convirtiendo éstos en multifuncionales e irá decorado hasta en 4 puntos diferentes con árboles frutales como naranjos y limoneros, así como con otros elementos vegetales que, sin duda, mejorarán la imagen del expositor.

Originalidad: El aspecto que más llama la atención, nada más ver la propuesta, y que convierte al expositor en una construcción muy original, es la arquitectura espacial que lo conforma. Nos encontramos con una desfragmentación arquitectónica inspirada en nuestras principales joyas monumentales y con un planteamiento tridimensional muy atrayente, que se perfila con iluminación de neón flex en color verde, generando un volumen de simulación de un entorno digital muy representativo de nuestro concepto espacial que, combinado con las imágenes de la nueva campaña y los contenidos audiovisuales de cada uno de nuestros destinos en el perímetro del stand, le confieren a la estructura un carácter provocador, moderno, digital y a la vez tradicional.

Asimismo, en la propuesta de stand, Absolute propone un "contrabriefing" que tiene como objetivo la puesta en valor de la "Marca Andalucía" de una forma disruptiva que nos empodere como destino y transmita lo que realmente es Andalucía, su realidad vanguardista y tecnológica, sin perder de vista la cultura y la tradición. Este "briefing evolucionado", como ellos lo llaman, propone la puesta en valor de la industria turística, y la necesidad de una plataforma en vivo y digital, que conecte a empresas, una a profesionales, sea inspiradora e innovativa, y permita, además, conocer las tendencias del mercado y de los diferentes sectores. De la persecución de este objetivo surge la propuesta de un diseño de marca e identidad visual que se adapta y da solución a cualquier aplicación que se necesite durante la feria. Inspirado en la nueva campaña, utilizan la tipografía del claim como base principal y añaden el término "LINK" con un toque de color que marcará el desarrollo gráfico del resto de aplicaciones tanto físicas como digitales. Se presenta incluso una evolución de este diseño para las ediciones del 2025.

Igualmente se considera novedoso la creación de los denominados "Crushers", personajes de nuestra cultura que lucirán de forma física y fija en el expositor y que, llegado el momento, cobrarán vida e interactuarán con los asistentes para convertir el espacio en un stand más vivo. Nos referimos a personajes como la Diosa Minerva, Hércules o el Emperador Trajano, los cuales realizarán performances in situ y serán los encargados de dinamizar el área de trabajo, entregar las pulseras a las empresas asistentes, así como animar a la participación en el "Crush Link".

Funcionalidad: Tal y como se ha mencionado con anterioridad en el apartado de "estética", el Grupo Absolute propone para la edición de ITB 2024, romper con la distribución habitual de ediciones anteriores y da una vuelta al concepto de stand, proponiendo un espacio "Open Space" sin barreras y obstáculos divisorios, minimizando al máximo la tabiquería.



En la página 48 de la Memoria Justificativa del stand de ITB, se presenta una lista con la distribución de espacios y se describen algunos de ellos, si bien, muy superficialmente, y sin proporcionar detalles relativos al equipamientos de salas, capacidad de almacenes, etc. ya que éstos se listan en un documento independiente titulado "Inventario General" en el que se enumeran todos y cada uno de los elementos que se incluyen en el stand, desde carpintería, electricidad e iluminación, mobiliario, hasta grafismos y oferta de asistencia técnica durante el evento.

En la memoria se indica que el expositor contará con salas nobles de reuniones y despachos planteados como "semi-abiertos" para preservar su privacidad, pero a la vez estar aislados acústicamente. Serán los casos del despacho para Consejería y el de Prensa.

Se propone una zona de trabajo única situada en la zona central donde se mezclarán las empresas en mesas altas y bajas, ya sean éstas fijas o temporales. Habrá una zona de reuniones relajadas tipo "lobby" ubicada en la isla lateral izquierda; una zona específica para los patronatos de turismo, apostando por un mostrador corrido con logotipos traseros y grandes pantallas en el aéreo para mostrar los destinos;

Calidad y variedad de materiales:

Todos los elementos que proponen son de alta calidad en sus acabados y cumplirán la normativa vigente del recinto ferial.

En general, todos los materiales detallados en la oferta se consideran variados y de aparente calidad, según lo solicitado en el pliego.

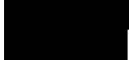
Asistencia Técnica y mantenimiento global: Grupo Absolute oferta la siguiente asistencia técnica para ITB 2024:



OFERTA PARA WTM 2024 / ABSOLUTE

Estética: En la misma línea que la presentada para ITB, [REDACTED] el stand propuesto para WTM de Londres mantiene su elegancia y estilo vanguardista y rompedor, combinando perfectamente modernidad con tradición.

El expositor en Londres será una reutilización adaptada del stand de Berlín, por lo que seguimos observando el mismo concepto "Experiencial Open Space", [REDACTED]



Todos los argumentos descritos en el apartado de "Oferta ITB/Estética" en la página 9 de este informe, son igualmente aplicables al stand de WTM, resultando un expositor muy bonito, atractivo y novedoso, que llama la atención y despierta el interés de quien lo observa.

Originalidad: Nos remitimos al apartado anterior de la oferta para ITB, al ser la misma, pero adaptada a la superficie del Recinto Ferial Excel de Londres.

Igualmente mantiene ese carácter tan original y exclusivo, gracias [REDACTED]



En definitiva, una propuesta muy original y rompedora.

Funcionalidad: Basándose en la parcela de 555,5 m2 donde se ha situado Andalucía en la última edición de WTM 2023, Absolute establece una distribución funcional que cumple las necesidades expresadas en el Pliego, variando en algunas zonas la habitual distribución.

La zona de trabajo dedicada a empresas es similar a la de ITB y posee las mismas características.



Calidad y variedad de materiales: Todos los elementos que proponen son de alta calidad en sus acabados y cumplirán la normativa vigente del recinto ferial.

En general, todos los materiales detallados en la oferta se consideran variados y de aparente calidad, según lo solicitado en el pliego.

Asistencia Técnica y mantenimiento global: [REDACTED]





C - VALORACIÓN DE LA OFERTA RECIBIDA POR PARTE DE TARS DESIGN FROM I TO C, S.L.

OFERTA PARA ITB 2024 / TARS DESIGN

Estética: Tars Design presenta una estructura de stand moderna y elevada en forma de galería, compuesta por cubos y/o cuadrados que enmarcan todo el expositor. Aunque en la memoria este espacio se describe como una zona diáfana, - especialmente haciendo referencia a la zona de trabajo central-, la estructura laminada que lo envuelve, encierra demasiado la zona de empresas, confiriéndole, en nuestra opinión, un carácter completamente opuesto.

Originalidad: Si bien es cierto que el claim de la nueva campaña y las imágenes de ésta se encuentra muy presentes y distribuidas por toda la estructura del stand, acogándose a lo establecido en el pliego, la oferta que se presenta no se considera especialmente original o novedosa.

Funcionalidad: El expositor en sí, es completamente funcional y cumple con lo establecido en el pliego de prescripciones técnicas.

Calidad y variedad de materiales:

En general, todos los materiales detallados en la oferta se consideran variados y de aparente calidad, según lo solicitado en el pliego.

Asistencia Técnica y mantenimiento global:

En la memoria presentada por Tars Design se hace mención a este apartado, si bien de una manera muy general, sin entrar en detalles del número de técnicos o personal especializado que estará a disposición de Turismo Andaluz y del expositor, durante todos los días de la muestra.

A continuación, se transcribe literalmente lo indicado en la oferta:

Además de todo lo anterior, la propuesta de servicios de TARS Design para el stand incluye también: Personal técnico disponible para el stand y auxiliares multilingües para todas las zonas durante toda la duración del evento, incluyendo azafatos, camareros, técnicos y coordinadores generales.

No se indica nada sobre la contratación de los servicios de limpieza durante los días de feria.

OFERTA PARA WTM 2024 / TARS DESIGN

Estética: Tars Design presenta para Londres la misma estructura de stand moderna y elevada en forma de galería, compuesta por cubos y/o cuadrados que enmarcan todo el expositor, si bien, adaptada al espacio que Andalucía ha reservado en el recinto Excel de la capital británica. Nos remitimos a lo expuesto en el apartado de "estética" sobre la oferta para ITB y nos ratificamos en la opinión de que el stand no muestra una imagen de expositor abierto, sino que transmite la sensación contraria de lugar cerrado y con falta de espacio.

Originalidad: La oferta que se presenta no se considera especialmente original o novedosa.



Funcionalidad: El expositor en sí, es completamente funcional y cumple con lo establecido en el pliego de prescripciones técnicas.

Calidad y variedad de materiales:

En general, todos los materiales detallados en la oferta se consideran variados y de aparente calidad, según lo solicitado en el pliego.

Asistencia Técnica y mantenimiento global:

La oferta sobre asistencia técnica y mantenimiento es la misma para ambas ferias internacionales, por lo que nos remitimos a lo expuesto en la oferta anterior.

No se indica nada sobre la contratación de los servicios de limpieza durante los días de feria.

Incorporación al stand ITB/WTM de nuevas tecnologías de la información aplicadas en el concepto del pabellón inteligente, herramientas de medición, etc., así como aplicación web profesional y Sistema de acreditaciones al stand ITB/WTM. PUNTUACIÓN MÁXIMA 15 puntos.

A - Valoración de la oferta recibida por parte de VIAJES EL CORTE INGLÉS S.A. (VECI)

Oferta para ITB 2024 y WTM 2024 / VECI

La propuesta tecnológica de VECI se basa en la presentación de la herramienta **VEMS (Virtual Event Management Systems)** que gestiona tanto los contenidos como las interacciones de profesionales dentro del evento. No queda claro si la herramienta es un portal propio de VECI en el que Turismo tenga su espacio, o una web Ad hoc para estas ferias, pues mencionan su conexión a una web general Andalucía2024 que se desconoce si se refiere a la plataforma de promoción turística de Turismo Andaluz, y que no se concreta en el desarrollo de la oferta (o no se interpreta así).

La plataforma contempla las funcionalidades solicitadas en el pliego, pero desarrolladas por funciones:

- Inscripción al evento.
- Agenda Personal
- Reserva de espacio de trabajo (y personalización de mesa de trabajo)
- Generación de acreditaciones, pero sólo por código QR, sin NFC. Las acreditaciones serán efectivas por el código QR en el móvil

También menciona el uso de métricas asociadas a interacciones en la aplicación, como personas dentro de una zona, número de reuniones cerradas o mesas reservadas, pero se echa en falta la explicación del funcionamiento de la detección de la credencial, ya que no se dispone de sistemas de localización personal basados en NFC o tecnología similar.

En resumen, el workflow de generación de acreditación -> uso en feria está desdibujado, pues, aunque muestran todas las posibilidades, no tiene una definición de uso, y se echan de menos tecnologías a emplear que se solicitan en el pliego.

Cabe destacar una novedad interesante: monedero virtual de acreditaciones, para usar en control de consumiciones o servicios bajo demanda en feria.

No se han encontrado acciones digitales reseñables en la propuesta, ni conexión con la herramienta VEMS presentada.

Por último, mencionar que el mockup gráfico de la herramienta VEMS no se adapta al grafismo de la acción, y desde el punto de vista del técnico evaluador, no es uniforme en sus apartados, y pobre en recursos gráficos y adaptación de contenidos.

En resumen, la propuesta se queda a mitad de camino en la efectividad solicitada, incumpliendo algunos requisitos del pliego, como el uso de tecnología NFC, y sin conseguir un hilo conductor entre los apartados y la realización física de la feria.



B – Valoración de la oferta recibida por parte de ABSOLUTE COMUNICACIÓN S.L.

Oferta para ITB 2024 y WTM 2024 / ABSOLUTE

La propuesta tecnológica de Absolute se presenta como una estrategia digital uniforme para ambas acciones, que sólo varía en localización y por el contexto de cada acción, y que llegan incluso a definir con una marca-concepto denominada "Andalusian Crush LINK", válido para todas las acciones internacionales.

Dentro de este concepto se definen y enlazan todas las herramientas digitales solicitadas en el pliego:

- **Aplicación WEB profesional.** Una WebApp, elegida de forma muy acertada para evitar los problemas de registro en las principales plataformas de Apps de Apple y Android, dentro de un portal con url propia: andalusiancrushlink.com que dispone de:
 - Registro asociado con pulseras inteligentes con NFC y QR
 - Sección CrushLink Meeting, en la que cada profesional puede gestionar su agenda de reuniones, reservas de espacio, búsqueda de perfiles, recomendaciones de perfiles de interés y publicación de contenido propio
 - Sección Seguir a Profesionales, para fomentar la conectividad personal dentro de los eventos
 - Mensajería SMS y WhatsApp conectada, para notificaciones personales y grupales
 - Videos Crush, con entrevistas a cada expositor
 - Sección especial para contenidos de Turismo Andaluz

Cabe resaltar la propuesta gráfica, muy cuidada y fiel al grafismo del stand. Incluyen mockups de adaptación responsive a todo tipo de dispositivos.

- **Sistema de Acreditaciones.** Basado en una pulsera con NFC y QR, que no sólo monitoriza el número de asistentes y su ubicación en el stand, también interacciones, intercambios de tarjetas virtuales y participación en reuniones. Cada QR incluye vinculación con el perfil vCard para intercambiar tarjetas virtuales. La tecnología UHF y NFC proporciona un sistema ágil de localización, tanto voluntaria (NFC) como automática (UHF) para su introducción en la webapp.

Como punto positivo adicional, presentan una infografía del flujograma de acreditaciones perfectamente clarificadora tanto para los técnicos de Turismo Andaluz como para los profesionales asistentes.

- **Acciones Digitales.** Describen varias con recursos tecnológicos aplicados de forma didáctica y adaptados a la nueva campaña:
 - Convierte Andalucía en un instante. IA aplicada a la generación de imágenes partiendo de la foto del usuario
 - Reserva de mesas. Descrito anteriormente, también disponible en las pantallas interactivas
 - Contenido vivo en las pantallas. Se muestran dash-boards de distintos datos interesantes de la campaña, así como contenido publicado por profesionales, Smart-data, Agenda de actividades
 - Welcome to Andalusian Crush Link, punto de bienvenida al pabellón

- **Medición automatizada del visitante.** Monitorización inteligente en tiempo real mediante un sistema avanzado de cámaras de inteligencia artificial conectadas a un software de Big Data

En resumen, la propuesta de Absolute contempla todos los aspectos solicitados en el pliego, y aporta valor adicional, presentando un ecosistema, con propuesta de marca, de todos los aspectos tecnológicos de las ferias.



C – Valoración de la oferta recibida por parte de TARS DESIGN FROM I TO C, S.L.

Oferta para ITB 2024 y WTM 2024 / TARS

La propuesta de TARS no presenta especificaciones concretas sobre los puntos solicitados en el pliego. La única mención que se encuentra en su propuesta es un párrafo en el que se habla sobre un sistema avanzado de pantallas táctiles con una interfaz intuitiva en la cual gestionar la reserva de espacios y la visualización de contenidos, pero no desarrollan ninguna de estas ideas, por lo que no se puede valorar.

Originalidad y diseño acción paralela ITB en conjunto. PUNTUACIÓN MÁXIMA 5 puntos.

A - VALORACIÓN DE LA OFERTA RECIBIDA POR PARTE DE VIAJES EL CORTE INGLÉS S.A. (VECI)

En su propuesta de acción paralela para Berlín, VECI presenta una oferta detallada con información sobre la creatividad en la que se presentan ejemplos de cada elemento decorativo, modelo invitación, fondo de escenario, etc., a nuestro parecer muy adecuados, así como propuesta de claim basada

a partir de la cual se producirán todas las creatividades.

En general la propuesta se considera auténtica y atractiva, y se acoge a nuestras necesidades establecidas en el pliego.

B- VALORACIÓN DE LA OFERTA RECIBIDA POR PARTE DE ABSOLUTE COMUNICACIÓN, S.L.

Grupo Absolute presenta una propuesta que se integra dentro del concepto "Andalusian Crush Link" de forma global, integrado en la propuesta de stand, con el fin de que sea una continuidad de éste, por lo que la escenografía y creatividad presentada para la acción paralela de Berlín, es una réplica del "Open Space" del expositor andaluz propuesto para ese certamen internacional.

Proponen un gran corporeo en la sala principal de la Französischer Dom en centro y altura, enmarcado con partes de las estructuras de los arcos a modo de gran portada, iluminado con neón flex en tonos verdes y decorado con fragmentos de columna en el mismo color. En la parte inferior se propone una pantalla de protección y un atril diseñado ad hoc con formas de grietas siguiendo el concepto también iluminado, que acompañado de los "crushers", le dará dinamismo y creará gran expectación entre los asistentes.

La distribución que proponen del espacio se adecua a las necesidades de Andalucía para este evento, así como a lo solicitado en el pliego.

En la oferta incluyen también la realización de una pieza audiovisual de bienvenida con una doble funcionalidad: Dar valor tanto al destino que se está promocionando (Andalucía), como al destino emisor sede del acto (Alemania). Se trata de un video dinámico y atractivo que mostrará hitos, personajes ilustres y rasgos más característicos de ambos destinos, a través de la representación visual de dicha dualidad. Y todo ello como siempre, adaptado a la estética de concepto "Andasian Crush Link".

Toda la creatividad a llevar a cabo se describe detalladamente, enumerando elementos y servicios según lo establecido en el pliego.



Respecto al espectáculo cultural-musical, aunque será Turismo Andaluz quien elija éste, se presenta una propuesta de artista, en este caso, la actuación de Rocío Pérez Armenteros, conocida artísticamente como Roko, cantante y compositora jiennense multidisciplinar. Propuesta interesante, pero sin cabida para la acción de Berlín, por tener Turismo Andaluz ya contratado este servicio con los artistas Arcángel y Argentina.

La oferta incluye además una acción de captación de medios, agencias y empresarios para asegurar asistencia al evento.

Igualmente, proponen una acción durante el mismo, tipo juego, bajo el lema "Atrévete a conectar con 'The Andalusian Crush Link Action'". Un juego sencillo para los participantes para fomentar la conexión e interacción entre los distintos asistentes.

Respecto al merchandising, proponen el diseño y producción de estatuas y figuras en formas de llaveros, fabricados en 3D con filamento Reciflex TPU flexible 100% de origen reciclado, al cual le añadirán el código QR que enlazará con la plataforma online. Los llaveros irán guardados en sus correspondientes bolsas de regalo que serán hechas, igualmente, con material sostenible.

En general la propuesta se considera muy auténtica y atractiva, y se acoge a nuestras necesidades establecidas en el pliego.

C- VALORACIÓN DE LA OFERTA RECIBIDA POR PARTE DE TARS DESING

En su propuesta TARS Design se compromete a llevar a cabo una ejecución excepcional de los eventos paralelos en el marco de ITB y WTM, tomando como referencia creativa la actual imagen de comunicación de Andalucía, si bien, no se aportan detalles concretos ni una propuesta de claim y diseños específicos.

A continuación, se transcriben los elementos creativos que aportarían:

Claim (Lema): *Desarrollaremos un claim impactante que encapsule la esencia de Andalucía, sirviendo como lema distintivo para el evento y destacando los valores únicos de la región.*

Decoración y Señalética: *Nos encargaremos de la creación de una decoración auténtica y una señalética clara que sumerja a los participantes en la cultura andaluza. Desde flying banners, hasta displays y tótems, cada elemento se diseñará para crear un ambiente inolvidable.*

Invitación y Convocatoria: *El diseño de la invitación será atractivo y reflejará la personalidad de Andalucía. La convocatoria se llevará a cabo con un enfoque estratégico, aprovechando la base de datos proporcionada por Turismo y Deporte de Andalucía, complementada con asistencia local para maximizar la participación.*

Listado de Asistentes: *Proporcionaremos un listado detallado de asistentes al evento en formato Excel, incluyendo nombres, nombres comerciales de las empresas y correos electrónicos, facilitando así un seguimiento efectivo y la gestión post-evento.*

Regalos Sostenibles: *Se entregarán en cada evento artículos de regalo o merchandising sostenibles y relacionados con el destino Andalucía para los 150 invitados. Se proponen los siguientes regalos: Tazas metálicas estilo vintage, una opción que no solo son elegantes y duraderas, sino que también reducen la dependencia de productos desechables. Estas tazas serán un recordatorio duradero de la experiencia en Andalucía y contribuirán a minimizar el impacto ambiental al fomentar el uso sostenible, y bolsas de papel ya que son una opción respetuosa con el medio ambiente. Fabricadas con materiales reciclables y biodegradables, estas bolsas no solo son prácticas para el transporte, sino que también reflejan el compromiso de Andalucía con la sostenibilidad ambiental. Ambos regalos estarán cuidadosamente identificados con la marca de*



Andalucía y la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte. Esta identificación no solo agregará un toque personalizado, sino que también destacará el respaldo institucional a la sostenibilidad y al bienestar ambiental. Nos esforzamos por ofrecer regalos que no solo sean apreciados por su diseño y utilidad, sino que también contribuyan a la construcción de una conciencia ambiental positiva. Estamos ansiosos por contribuir al éxito de estos eventos paralelos y crear recuerdos sostenibles y significativos para los participantes. Nuestra visión es transformar estos eventos paralelos en experiencias auténticas, contribuyendo al éxito estratégico de Turismo y Deporte de Andalucía en las ferias internacionales. Estamos comprometidos con la excelencia creativa y la implementación impecable de cada detalle.

A nuestro parecer, la propuesta que se presenta está incompleta, falta de detalles, y carece de elementos creativos a valorar.

Originalidad y diseño acción paralela WTM en conjunto. PUNTUACIÓN MÁXIMA 5 puntos.

A - VALORACIÓN DE LA OFERTA RECIBIDA POR PARTE DE VIAJES EL CORTE INGLÉS S.A. (VECI)

Viajes el Corte Inglés ofrece para la presentación de destino en Londres en el marco de la WTM dos lugares emblemáticos con características diferentes, pero ambos con puntos en común, que ofrecen un escenario perfecto para la celebración del evento:

Central Hall Westminster
Battersea Arts Center

Central Hall Westminster

Estamos ante un edificio de patrimonio y arquitectura únicos. Situado en Westminster, es utilizado principalmente como iglesia y centro de conferencias. Se trata de un edificio que mezcla tres tipos de arquitecturas: Barroca, Eduardina y Renacentista. Es conocido por ser el lugar para eventos más grande de Londres y cuenta con impresionantes espacios interiores, incluida una galería de arte. La ubicación del edificio es privilegiada, frente a la Abadía de Westminster y a escasos minutos andando del centro de Londres.

Si bien, el venue está sujeta a disponibilidad en el momento de la adjudicación y tiene una condición especial en el caso de que sea el lugar seleccionado, relativa al consumo de alcohol, ya que, al tratarse de una sede abierta al culto religioso, solo se permite el consumo de media botella de vino por asistente al evento.

Se presenta una oferta detallada con información sobre la creatividad, que sigue el mismo hilo conductor de la de Berlín, en la que se presentan ejemplos de cada elemento decorativo, modelo invitación, fondo de escenario, etc., así como



[REDACTED]

En general la propuesta se considera auténtica y atractiva, y se acoge a nuestras necesidades establecidas en el pliego. En el caso de ser VECI la empresa licitadora ganadora del concurso se propone confirmar el segundo espacio ofertado [REDACTED]

B- VALORACIÓN DE LA OFERTA RECIBIDA POR PARTE DE ABSOLUTE COMUNICACIÓN, S.L.

Grupo Absolute propone para la acción paralela de Londres el [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

La propuesta creativa para Londres sigue el mismo hilo conductor que la presentada para Berlín y cuenta con los mismos servicios técnicos, por lo que nos remitimos a lo expuesto en el apartado anterior.

En general la propuesta se considera muy auténtica y atractiva, y se acoge a nuestras necesidades establecidas en el pliego.

C - VALORACIÓN DE LA OFERTA RECIBIDA POR PARTE DE TARS DESING

TARS Desing NO presenta ninguna propuesta específica para la acción paralela en Londres. A continuación, se transcribe lo indicado en la memoria de la oferta:

LOCACIÓN EN LONDRES (AÚN SIN ESPECIFICAR)

En Londres, se está trabajando activamente para seleccionar una locación igualmente emblemática que se equipare al FRANZÖSISCHER DOM en Berlín. Aunque aún no se ha especificado el lugar exacto, se garantiza que la elección final será cuidadosamente considerada para asegurar una experiencia similarmente única y atractiva para los participantes. La intención es encontrar un espacio que refleje la riqueza cultural y arquitectónica de Londres, proporcionando así un entorno adecuado para la realización del evento paralelo en el marco de la feria WTM.

La elección de lugares emblemáticos en ambas ciudades busca no solo ofrecer un contexto visualmente atractivo, sino también crear una conexión más profunda entre el evento y la identidad cultural de cada ubicación. Esto contribuirá a resaltar la presencia de Turismo y Deporte de Andalucía de manera distintiva en ambas ferias internacionales.



RESUMEN CUADRO DE VALORACIÓN

CRITERIOS DE VALORACIÓN:

Criterios de adjudicación por aplicación de un juicio técnico de valoración:

• Diseño del stand ITB/WTM valorando estética, originalidad, funcionalidad, calidad y variedad de materiales, así como la asistencia técnica y mantenimiento global del stand.	25 puntos
• Incorporación al stand ITB/WTM de nuevas tecnologías de la información aplicadas en el concepto del pabellón inteligente, herramientas de medición, etc., así como aplicación web professional y Sistema de acreditaciones al stand ITB/WTM	15 puntos
• Originalidad y diseño acción paralela ITB en conjunto.	5 puntos
• Originalidad y diseño acción paralela WTM en conjunto.	5 puntos

Criterios de adjudicación por aplicación de fórmulas:

• Oferta económica:	50 puntos
---------------------	-----------

Una vez analizadas las tres propuestas y, a falta de abrir los sobres con las ofertas económicas, entendemos que la mejor propuesta de todas, tanto a nivel de diseño, como de aplicación de nuevas tecnologías de la información aplicadas al concepto de stand inteligente, es la que presenta el GRUPO ABSOLUTE.

Respecto al "Diseño del stand", se han valorado de manera independiente, la estética, la originalidad, la funcionalidad, la variedad y calidad de los materiales, así como la asistencia técnica y el mantenimiento global del stand, tanto para ITB como para WTM Londres. Las ofertas son en general las mismas para ambos certámenes, solo que adaptadas cada una al espacio que Andalucía ha contratado en cada recinto ferial.

Tanto VECI como Grupo Absolute han presentado stands con diseños muy atractivos y originales, fusionando nuestro legado histórico-artístico y cultural con elementos vanguardistas y luces de colores, si bien, la oferta presentada por Absolute, la consideramos más rompedora, más original, y estéticamente más llamativa que la presentada por VECI, de ahí que haya obtenido mayor puntuación.

La oferta presentada por TARS Design, aunque presenta una estructura de stand moderna y elevada en forma de galería, compuesta por cubos y/o cuadrados que enmarcan todo el expositor, no termina de convencer pues, aunque en la memoria este espacio se describe como una zona diáfana y abierta, - especialmente haciendo referencia a la zona de trabajo central -, la estructura laminada que lo envuelve, encierra demasiado esta zona, confiriéndole, en nuestra opinión, un carácter completamente opuesto, motivo por el que se ha valorado con menor puntuación.

En relación a la funcionalidad y operativa del stand, todas las ofertas han sido muy similares.

Respecto al criterio de Incorporación de nuevas tecnologías de la información, ha sido sin lugar a dudas, la propuesta de Absolute, la que mejor ha contemplado todos los aspectos solicitados en el pliego y ha aportado, además, un valor adicional, presentando un ecosistema con propuesta de marca en todos los aspectos tecnológicos de la feria.

Del análisis de las ofertas presentadas se desprende la siguiente puntuación:



CRITERIO:	Diseño del Stand ITB/ WTM, valorando: 1. Estética 2. Originalidad, 3. Funcionalidad 4. Calidad y variedad de los materiales 5. Asistencia técnica y mantenimiento	Incorporación nuevas Tecnologías de la información aplicadas en el concepto de pabellón inteligente.	Originalidad y diseño Acción Paralela ITB en conjunto	Originalidad y diseño Acción Paralela WTM en conjunto	TOTAL
PUNTUACIÓN	25	15	5	5	50
VECI	23	10	5	5	43
ABSOLUTE	24	15	5	5	49
TARS DESING	18	0	2	0	20

Firma de la comisión técnica, en Málaga a 08 de enero 2024

Fátima Blanco Villaverde Jefe Departamento Acciones en Mercados	Manolo Polo Jefe Área de Sistemas	Moisés Rubiño Jefe Departamento Marketing Digital
---	---	---