

Informe emitido en relación con las ofertas técnicas presentadas por los licitadores del procedimiento abierto de contratación de un servicio especializado de asistencia de experto comercial para el desarrollo, cumplimiento y ejecución del plan de comercialización de su red de establecimientos turísticos, conforme a lo establecido en el expediente C101-11AM-0525-0016

I. OBJETO

El presente informe tiene por objeto la valoración de las ofertas técnicas contenidas en el “sobre 2” de las empresas licitadoras que se han presentado al Procedimiento Abierto para la contratación de la prestación del servicio de comercialización de “Red de Villas Turísticas de Andalucía, S.A.”.

II. EMPRESAS LICITADORAS OBJETO DE VALORACIÓN.

Desde la Unidad de Contratación se han remitido las ofertas presentadas por los siguientes licitadores:

1.- Mandarina Brand Society y Welvia Hotels

2.- Universal Consulting Solutions SL (UCL SL), parte de Hermitage

Grupo III. CRITERIOS DE VALORACIÓN

De conformidad con lo establecido en el Anexo II del Pliego de Cláusulas Particulares se procede a su valoración:

Criterios de adjudicación de puntos por aplicación de un juicio técnico de valoración: 55 puntos.

Para la valoración de los puntos en cuanto a este criterio de valoración ponemos en relevancia los siguientes atributos o valores necesarios para el desarrollo del trabajo:

1. Experiencia y Referencias de empresas hoteleras que han comercializado en mercados nacionales.
 - Importante la fecha en la que se realiza o se ha realizado por los contactos del sector y el conocimiento del mercado.
2. Experiencia comercial de la empresa en mercados internacionales
 - Importante la fuerza comercial y el vínculo con agencias on line y off line
3. Años de experiencia de comercialización directa del equipo comercial y expertos asignados al proyecto
 - Necesario la disponibilidad del equipo para viajar y realizar de manera continua durante el periodo del contrato.
4. Ferias Internacionales y acciones que cubre cada empresa en su propuesta
 - Presencia en el máximo número de ferias internacionales y nacionales.
5. Recursos humanos de los que dispone la empresa a la que quedará adscrito el servicio objeto del contrato.
 - Capacidad y conocimiento comercial de agencias y venta en países emisores
 - Riesgo de cumplimiento de los trabajos. Vinculado al número de profesionales asignados al proyecto con el fin de medir el riesgo por baja o ámbito de cubrimiento de acciones.

Universal / Hermitage GROUP

1.Experiencia y Referencias de empresas hoteleras que han comercializado en mercados nacionales.

- Paradores
- Melia
- Barcelo
- Hoteles independientes
- Destinos Galicia, Turespaña, etc.,

2.Experiencia comercial de la empresa en mercados internacionales

- Presentación a su red de más de 6.000 agencias de viajes en 16 países,

3. Años de experiencia de comercialización directa del equipo comercial y expertos asignados al proyecto.

- Por la documentación revisada y conocimiento del sector es una empresa especializada en la comercialización y su equipo son todos profesionales de la venta y representación comercial de hoteles y cadenas hoteleras nacionales e internacionales.
- Cuenta con más de 30 años de experiencia en la comercialización hoteles a nivel nacional e internacional en todo tipo de segmentos para hoteles de montaña, familia, Mice, aventura, etc.,
- El equipo de profesionales son comerciales de cadenas hoteleras de primer orden como es el caso de Miguel Lázaro Hilton.

4.Ferias Internacionales y acciones que cubre en su propuesta

- **España:**
Fitur (Madrid) y IBTM (Barcelona)
- **Europa:**
World Travel Market (Londres), ITB (Berlin), IMEX (Frankfurt), BTL (Lisboa), ILTM (Cannes), MITT y Ordikh (Moscú), Deluxe Travel Market (Kiev), LTM (Almaty y Astana).
- **Resto del Mundo:**
ATM (Dubai), LTM (Shanghai), Travel Week (Sao Paulo), Virtuoso (Las Vegas), ITB (Singapur), Travel Bazaar (Bakú).

5.Recursos humanos de los que dispone la empresa a la que quedará adscrito el servicio objeto del contrato.

- Vicente Caseiro
- Miquel Lázaro
- Maria Pilipeiko
- Natalia Yavorskaya
- Sofia Poznizheva
- Julia Brodskaya
- Kseniya Nogina
- Julia Kallas

Mandarina Brand Society y Welvia Hotels

1.Experiencia y Referencias de empresas hoteleras que han comercializado en mercados nacionales.

- Sandos Hoteles
- Bahia Principe
- Welvia Hotels (nueva sociedad gestora 1 enero de 2025)

2.Experiencia comercial de la empresa en mercados internacionales

- No especifica

3. Años de experiencia de comercialización directa del equipo comercial y expertos asignados al proyecto.

- Por la documentación revisada y los CVs presentados, la experiencia esta vinculada a la inversión y asset management hotelero, la experiencia en comercialización es de hoteles vacacionales y distribución on Line en años anteriores y la otra experiencia esta vinculada al rediseño y creaciones de marca.

4.Ferias Internacionales y acciones que cubre en su propuesta

- **España:**
Fitur (Madrid)
- **Europa:**
World Travel Market (Londres), ITB (Berlin)

5.Recursos humanos de los que presenta la propuesta a la que quedará adscrito el servicio objeto del contrato.

- Neus Tarres
- Pilar Dominguez

IV PUNTUACIONES

En resumen, de las dos empresas la que tiene un focus mas directo en la necesidad y experiencia en la comercializacion que requieren la Red de Villas de Andalucia es Universal/ Hermitage, ya que es su negocio principal y tiene equipo de profesionales, referencias y relacional de agencias acordes con los mercados internacionales y nacionales que necesitamos atraer, en el plan de marketing y ventas y acciones que se plantearon en la licitacion de asistencia comercial.

No existe una necesidad de cambio o mejora de la marca y la UTE Mandarina/Welvia tiene gran parte de su experiencia en este aspecto.

Las experiencias y referencias de empresas con las que trabajan son en el ambito de Universal / Hermitage muy acordes con lo que se requiere para la potenciacion del area comercial de Villas tanto en el cliente nacional como sobre todo en el internacional, individual, familias y MICE ya que mueven mucho este ambito, asi como el deportivo y aventura. Las cadenas hoteleras que desarrollan o han desarrollado la labor comercial y de representacion son muy buenas referencias.

Las experiencias y referencias de empresas con las que trabajan en Mandarina/Welvia hoteles son bastante reducidas y corresponden a experiencias del pasado personales del equipo, no tanto de la propia empresa y estan focalizadas a hoteles vacacionales de playa en su mayoria, cubriendo otras areas de gestion, incluyendo la comercial.

Los años de desarrollo de la labor principal comercial que se requiere para la licitación en las empresas, hace que la balanza se incline hacia la propuesta de Universal/ hermitage ya que es su actividad principal desde hace muchos años y todo el equipo tiene experiencia en representacion y comercializacion de hoteles en ferias y agencias ON y OFF line en la mayoria de los paises de clientes emisores hacia España.

Los años de desarrollo de la actividad comercial en la propuesta de Mandarina/Welvia Hoteles son muchos en la parte de Mandarina en la labor de agencia creativa de marca y reposicionamiento, sin embargo en Welvia hoteles no llega a un año la antigüedad de la empresa, siendo la que tiene experiencia en el ambito hotelero.

La presencia en ferias y paises, siendo labor fundamental para la licitacion pone a Universal/ Hermitage en una condicion absoluta de ventaja, ya que supera con mucho la presencia en ferias internacionales y la relacional con las agencias.

El numero y capacidades de los equipos de ambas empresas en el ambito comercial denota una gran diferencia a favor de Universal/Hermitage lo que hace que tambien en este aspecto la fortaleza tecnica de esta propuesta sea superior a Mandarina/Hermitage.

Por tanto la valoracion global de este apartado tecnico quedaria como sigue:

- Universal/Hermitage 55 puntos
- Mandarina/Welvia 10 puntos

Sevilla a 05/06/2025

Carlos Berrozpe

CBS ASSET MANAGEMENT S.L.