INFORME VALORATIVO OFERTAS RECIBIDAS PARA LA CONTRATACIÓN POR PROCEDIMIENTO ABIERTO, DE LOS SERVICIOS DE COORDINACIÓN, EJECUCIÓN Y REALIZACIÓN DE LAS JORNADAS PROFESIONALES DE COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA DE ANDALUCÍA EN ESPAÑA 2026, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO SUJETO A REGULACIÓN ARMONIZADA. LICITACIÓN ELECTRÓNICA (SIREC). Expediente: C101-06MC-0725-0062

Se procede al estudio de las ofertas presentadas por parte de las empresas ACCIONA INGENIERIA CULTURAL S.L., CORPORACIÓN COMUNICACIÓN IBEROAMERICANA BARCELO ASOCIADOS, S.L., INTEGRACIÓN AGENCIAS DE VIAJES, S.A., MAKYRE EVENTOS C2T, S.L., VIAJES EL CORTE INGLÉS, S.A. y S22 DIGITAL, S.L. para la contratación por procedimiento abierto, de los servicios de coordinación, ejecución y realización de las Jornadas Profesionales de Comercialización Turística de Andalucía en España 2026, mediante procedimiento abierto sujeto a regulación armonizada.

DOCUMENTOS REQUERIDOS EN SOBRE B CONFORME ANEXO I – apartado 8.A

Se detalla, a continuación, documentación requerida en sobre B conforme el Anexo I – apartado 8.A:

- Propuesta de venues y dinamización durante workshops. Mínimo de 2 venues por ciudad, en el que conste nombre espacio, web, descripción salones (plano, dimensiones y fotografías), características y ubicación del mismo. En relación a la dinamización se debe aportar detalle y descripción de la dinamización propuesta durante el workshop para fomentar networking.

- Menú cóctel/Degustación de productos andaluces. Se deberán presentar mínimo 2 propuestas.

- Dinamización durante el cóctel. Nombre, descripción y enlace para ver la propuesta. Se deberán presentar mínimo 2 propuestas.

- Descripción de materiales, ejemplos de material impreso y web específica y elementos decorativos salas. Descripción, detalle general y específico de calidad del papel y ejemplo visual de materiales impresos y web específica del evento.

- Estrategia establecida para certificación perfil AAVV invitados. Descripción y certificación de estratégica establecida para determinar perfil de los agentes de viaje invitados y aceptados para asistencia a las jornadas.

Tras estudio de la documentación aportada por las empresas ACCIONA INGENIERIA CULTURAL S.L., CORPORACIÓN COMUNICACIÓN IBEROAMERICANA BARCELO ASOCIADOS, S.L., INTEGRACIÓN AGENCIAS DE VIAJES, S.A., MAKYRE EVENTOS C2T, S.L., VIAJES EL CORTE INGLÉS, S.A. y S22 DIGITAL, S.L. y a efectos de cumplimiento formal del Anexo I, todas las empresas licitadoras han presentado la totalidad de los documentos requeridos en el Sobre B (propuesta de venues y dinamización durante workshops, menús de cóctel, dinamización durante el cóctel, descripción de materiales y estrategia de certificación del perfil de AAVV). No obstante, el nivel de detalle, la calidad técnica de la información aportada (especialmente en planos, metros cuadrados, aforos y enlaces) y el grado de alineación con el espíritu del pliego de prescripciones técnicas, difieren notablemente entre ofertas, tal y como se desarrolla en la valoración cualitativa de cada apartado

PROPOSICIONES QUE NO SE AJUSTAN A LAS ESPECIFICACIONES TÉCNICAS ESTABLECIDAS EN EL PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS.

Dentro del apartado de referencia, se considera que, las ofertas presentadas por parte de ACCIONA INGENIERIA CULTURAL S.L., CORPORACIÓN COMUNICACIÓN IBEROAMERICANA BARCELO ASOCIADOS, S.L., INTEGRACIÓN AGENCIAS DE VIAJES, S.A., MAKYRE EVENTOS C2T, S.L., VIAJES EL CORTE INGLÉS, S.A. y S22 DIGITAL, S.L. cumplen con las especificaciones técnicas establecidas en el Pliego de Prescripciones Técnicas, en cuanto a los criterios establecidos por Turismo y Deporte de Andalucía, para asegurar que cada una de las jornadas profesionales celebradas cumplan los objetivos estratégicos de la empresa, así como con las expectativas del público objetivo y la proyección de la imagen de la región. El cumplimiento de estos criterios asegura que las propuestas presentadas responden a los objetivos estratégicos de Turismo y Deporte de Andalucía y contribuyen a reforzar la imagen de Andalucía como destino turístico de excelencia e innovación, y garantizan una experiencia satisfactoria tanto para los agentes de viaje invitados como para las empresas andaluzas participantes.

- Propuesta de venues y dinamización durante workshops. Se valorará la adecuación, singularidad y funcionalidad de los espacios propuestos para la celebración de los workshops, así como la creatividad, dinamismo e impacto de las actividades planteadas durante el desarrollo del evento. Ambos aspectos son clave para favorecer la interacción entre oferta y demanda, crear un entorno profesional y atractivo, y reforzar la experiencia del asistente.
La Propuesta de venues y dinamización durante los workshops es un criterio determinante porque integra todos los elementos que configuran la experiencia central del evento, aquella en la que se produce el contacto directo entre las empresas andaluzas y los agentes de viaje nacionales. La correcta elección del espacio y la calidad de la dinamización no solo afectan a la logística del montaje, sino que inciden directamente en la percepción del evento, en la predisposición de los asistentes, en la calidad de las interacciones profesionales y, en última instancia, en el retorno comercial que estas jornadas generan. Asimismo, la dinamización adecuada es clave para activar el networking, mantener el interés de los asistentes y coordinar la dinámica del evento sin interferir en su propósito principal. Por todo ello, este apartado no se limita a verificar un cumplimiento formal, sino que evalúa elementos estratégicos que inciden directamente en los objetivos institucionales y comerciales del proyecto: mejorar la visibilidad del destino, fortalecer la relación con el canal de distribución y consolidar una imagen moderna, profesional y atractiva de Andalucía.

- Menú cóctel / Degustación de productos andaluces. La propuesta gastronómica constituye un elemento clave de proyección de la identidad andaluza. Se valorará la variedad, calidad, presentación y coherencia con la cultura culinaria de Andalucía, así como su adaptación al perfil profesional del público asistente. Esta parte del evento representa un momento esencial de networking y de vivencia sensorial del destino.
La gastronomía es un componente esencial de la cultura andaluza y una herramienta de promoción clave. Este criterio permite evaluar si la empresa contratada puede ofrecer un cóctel que represente la gastronomía local de manera atractiva y acorde a los gustos del público profesional, mejorando la experiencia del evento. Las propuestas presentan un enfoque variado y que permite mostrar la gastronomía andaluza como una experiencia sofisticada y memorable, que no solo satisface el paladar, sino que también transmite el espíritu de la región a través de cada bocado. Además, la variedad de la oferta es fundamental para garantizar que el cóctel sea inclusivo y atractivo para un amplio espectro de asistentes, respetando posibles preferencias o restricciones alimentarias. La excelencia en la ejecución y presentación del cóctel contribuye a mejorar significativamente la experiencia global del evento, reforzando la percepción de Andalucía como un destino que combina tradición, calidad y creatividad en todos sus aspectos.

- Dinamización durante el cóctel. Se valorarán las propuestas de actividades culturales, artísticas o participativas durante el cóctel, especialmente aquellas que refuercen la identidad andaluza o propicien un ambiente distendido y memorable. La dinamización durante el cóctel contribuye a mantener el interés, el recuerdo del evento y la conexión emocional con la marca Andalucía.

La dinamización durante el cóctel es un componente esencial dentro del diseño global de las jornadas profesionales, ya que constituye el segundo gran momento de interacción entre los agentes de viaje y las empresas andaluzas, después del workshop. Su función no es meramente lúdica: cumple un papel estratégico en la creación de un entorno más cercano, relajado y propicio para la consolidación de relaciones comerciales. Este criterio valora especialmente la capacidad de las empresas licitadoras para proponer actividades culturales, artísticas o participativas que refuercen la identidad andaluza, generen un ambiente distendido y, sobre todo, construyan una experiencia memorable. Además, la dinamización durante el cóctel tiene un impacto directo en la percepción de calidad del evento. Un cóctel bien animado mantiene el interés y prolonga el recuerdo positivo de la jornada. En este sentido, la creatividad, la originalidad y el impacto de las actividades planteadas son factores determinantes para evaluar el valor añadido que cada empresa puede aportar. Desde una perspectiva estratégica, este criterio permite verificar que las empresas licitadoras cuentan con una planificación clara para atraer y retener la atención del público

- Descripción de materiales, ejemplos de material impreso, web específica y elementos decorativos de las salas. Este criterio evalúa la calidad del diseño, la usabilidad, la coherencia gráfica y la capacidad informativa de los materiales físicos y digitales que se entregarán a los asistentes. También se valora la ambientación y decoración de los espacios, como elementos clave de imagen de marca, profesionalidad y uniformidad estética del evento.

Los materiales impresos deben presentar un diseño claro, funcional y coherente con la identidad visual corporativa. Su usabilidad y capacidad informativa resultan fundamentales para facilitar la orientación del asistente, reforzar la imagen institucional y proporcionar una experiencia fluida y ordenada. La calidad del papel, la legibilidad y los acabados son indicadores del nivel de profesionalidad del evento. La web específica, como herramienta previa y complementaria al evento, desempeña un papel decisivo en la inscripción, gestión y difusión de la información. Una web bien estructurada, accesible y visualmente coherente facilita el proceso de registro, mejora la comunicación con los participantes y contribuye a proyectar la imagen digital de Andalucía como destino innovador y profesional. Su diseño debe alinearse con la gráfica del resto de materiales, garantizando uniformidad estética en todos los canales. La decoración y ambientación de las salas es un componente clave para transformar los espacios y dotarlos de personalidad, identidad y calidez. La decoración adecuada permite reforzar la presencia de la marca Andalucía, crear un entorno visualmente coherente y generar una atmósfera acorde con el prestigio y relevancia institucional del evento. Estos elementos son determinantes para elevar la calidad percibida.

- Estrategia para la certificación del perfil de AAVV invitadas. Se valorará la metodología propuesta por la empresa para asegurar que las personas convocadas a las jornadas corresponden efectivamente a agencias de viaje (minoristas o mayoristas), tal como exige el objeto del contrato. La eficacia en este control impacta directamente en el retorno comercial de la acción, en el cumplimiento del perfil de público objetivo y en la rendición de cuentas institucional.

La estrategia de certificación del perfil de las agencias de viaje invitadas es un criterio fundamental dentro de la valoración técnica, ya que garantiza la idoneidad, calidad y pertinencia del público asistente a las jornadas profesionales. El objetivo del evento es facilitar encuentros de negocio entre la oferta turística andaluza y agentes de viaje con capacidad real de promoción y comercialización del destino; por tanto, la adecuada selección y validación de los participantes es determinante para asegurar el retorno de la acción. Este criterio evalúa la metodología propuesta por las empresas licitadoras para verificar que los asistentes pertenecen efectivamente a agencias de viaje minoristas o mayoristas, tal como exige el objeto del pliego de prescripciones técnicas. Este proceso constituye un filtro estratégico que permite garantizar que el esfuerzo comercial de los empresarios andaluces se dirige a interlocutores profesionales y relevantes para ellos.

Tras el análisis realizado, puede afirmarse que todas las empresas licitadoras cumplen con el estándar de calidad requerido en el pliego de prescripciones técnicas para el desarrollo de las jornadas profesionales. Cada una de ellas presenta propuestas que, en términos generales, responden a los criterios establecidos para garantizar la correcta ejecución del evento y alcanzar los objetivos estratégicos de Turismo y Deporte de Andalucía. En los distintos bloques valorados se observa que todas las ofertas aportan soluciones funcionales suficientes para asegurar que la jornada pueda desarrollarse con ciertos niveles de calidad y profesionalidad.

Si bien las empresas alcanzan, en mayor o menor medida, el estándar solicitado en el pliego, el grado de desarrollo y aportación de información de cada propuesta presenta diferencias entre ellas, en algunos casos la diferencia es bastante notable. Algunas empresas ofrecen planteamientos más elaborados y originales, con opciones muy acordes a la imagen de Andalucía; otras cumplen, pero con propuestas más simples. El conjunto de la documentación entregada permite evaluar las propuestas con criterios comparables y asegura que el evento pueda llevarse a cabo conforme a unas exigencias mínimas previstas.

En este sentido, la valoración técnica distingue entre las ofertas que no solo cumplen con lo establecido, sino que además aportan un valor añadido. Algunas propuestas destacan por la singularidad de los espacios seleccionados, la riqueza gastronómica, la creatividad en la dinamización. Asimismo, hay empresas que no se limitan a presentar el mínimo de actividades o alternativas requeridas, sino que ofrecen un abanico mucho más amplio de opciones, lo que refleja un alto nivel de implicación y profesionalidad. Esta amplitud de propuestas se considera especialmente positiva, ya que ofrece a Turismo y Deporte de Andalucía mayor capacidad de elección, más flexibilidad operativa y más garantías para adaptar cada jornada a las necesidades específicas de cada ciudad.

En conclusión, todas las empresas cumplen con el estándar de calidad exigido en el pliego, aunque con niveles de aportación diferenciados, lo cual se refleja proporcionalmente en la puntuación otorgada según los criterios de valoración establecidos.

CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN POR APLICACIÓN DE UN JUICIO DE VALOR SEGÚN ANEXO I – apartado 8.A.

ACCIONA INGENIERIA: TOTAL 16,7 PUNTOS

Estudiada la propuesta de Acciona Ingeniería, debe señalarse que presenta carencias estructurales y documentales que afectan a su valoración en este apartado. En primer lugar, la relación de venues se presenta en orden aleatorio por ciudades y sin una lógica, no sigue la estructura ni el orden operativo establecidos en el PPT. Esta organización dificulta la revisión y la correspondencia directa con los criterios del pliego.

Además, en numerosos casos la oferta muestra un nivel de detalle insuficiente, ya que no se aportan planos, no se indican dimensiones, y en varias salas no se especifican los aforos. Esta documentación es imprescindible para verificar la correcta implantación del workshop y del cóctel. Es especialmente relevante señalar que, al no especificarse los metros cuadrados en muchas ocasiones, aunque el aforo declarado pueda indicar que el evento es susceptible de llevarse a cabo, la ausencia de dimensiones genera dudas sobre su viabilidad, dado el formato del evento y la necesidad de una disposición perimetral de mesas que garantice circulación, accesibilidad y distancias adecuadas.

Asimismo, la propuesta no siempre cumple con la tipología de venues preferente que establece el pliego, que prioriza espacios singulares y hoteles de 5*. En su lugar, se recurre en numerosos casos a palacios de congresos y centros de convenciones, venues funcionales, pero con escaso atractivo y alejados del tipo de espacio valorado de manera más favorable según los criterios del PPT.

ALICANTE:

Si bien ambos son espacios funcionales y preparados para eventos corporativos, la propuesta presenta varias debilidades técnicas. En primer lugar, no se aportan planos. Además, en el caso del , la sala propuesta para el workshop presenta dimensiones muy ajustadas para la dinámica del workshop.
Ni el pueden considerarse venues con atractivo diferencial, lo que reduce su aportación al criterio de singularidad.
En conjunto, aunque son espacios técnicamente operativos, no alcanzan el nivel de singularidad ni la adecuación estética recomendada en el pliego.

CIUDAD REAL:

El puede considerarse un espacio emblemático y con atractivo para la convocatoria; sin embargo, la propuesta no incluye planos, dimensiones ni distribución detallada de los salones, lo que obliga a basar la valoración únicamente en el aforo declarado. Aun así, al plantearse dos espacios diferenciados para el workshop y el cóctel, y aunque la capacidad indicada resulta ajustada, podría considerarse operativamente adecuado para el formato del evento.
, aunque es un establecimiento 5* con encanto, queda demasiado lejos del centro de la ciudad (aproximadamente una hora en coche), por lo que no resulta operativo ni adecuado para un evento que requiere accesibilidad y desplazamientos breves por parte de los asistentes.

BARCELONA:

, aunque es un espacio singular, no cumple con las dimensiones mínimas para el aforo requerido ni con la tipología del evento, en una ciudad como Barcelona con el número previsto de asistentes.
Por su parte, sí ofrece un espacio atractivo y con dimensiones adecuadas al formato del workshop, siendo el único de los dos venues que puede valorarse positivamente.

CÓRDOBA:

es un lugar emblemático y con valor histórico para la convocatoria de invitados, cumple con requisitos solicitados en pliego.
es un hotel moderno, bien ubicado y de fácil acceso, lo que contribuye positivamente a la logística general de la jornada.
Ambos espacios cuentan con salones que cumplen lo solicitado en pliego según necesidades del pliego.

BILBAO:

.
Los dos espacios propuestos, resultan opciones atractivas y adecuadas para la jornada en Bilbao.
ofrece un entorno moderno, siendo referencia de diseño en la ciudad. Propuesta de salones limitada en cuanto a m2 y en distintas plantas, lo que no permite la unificación de las mismas.
Por su parte, destaca como un espacio innovador y visualmente atractivo, con una estética actual. Es un venue ya contrastado en este tipo de acciones: se han celebrado allí jornadas anteriores con el mismo formato, obteniendo buenos resultados de asistencia y dinámica de trabajo.

A CORUÑA:
[redacted]
Los dos espacios propuestos para A Coruña cumplen correctamente con los criterios establecidos en el pliego.
[redacted], hotel de 5 estrellas, se ajusta plenamente a la tipología de venue preferente solicitada. Cuenta con una ubicación favorable, cercana al centro y bien conectada, y dispone de salas con dimensiones adecuadas para la implantación del workshop y el desarrollo fluido de la rotación entre mesas.
Por su parte, el [redacted] aporta un componente de espacio emblemático y representativo dentro de la ciudad. Ofrecen un entorno atractivo para la convocatoria, y las salas propuestas presentan dimensiones apropiadas para el formato del evento.

SANTIAGO DE COMPOSTELA:
[redacted], por su carácter histórico y su relevancia patrimonial, constituye un venue emblemático, ideal para la convocatoria de las jornadas, aunque las dimensiones de la sala propuesta para el workshop no son suficientes para el correcto desarrollo del evento.
Por otro lado, el [redacted], ofrece un entorno moderno y bien comunicado y con espacios suficientemente dimensionados según el aforo detallado, pues para la zona del cóctel no se indican dimensiones como solicitado en pliego.

CÁCERES:
[redacted], aunque funcional para eventos corporativos, no se ajusta a la tipología de venue solicitado en el pliego, que otorga mayor valoración a espacios con atractivo singular o hoteles de 5 estrellas. Su diseño es más convencional y no aporta el componente distintivo.
Por otro lado, el [redacted] sí presenta interés y encanto, alineándose mejor con el tipo de espacio valorado positivamente en el pliego. Sin embargo, su ubicación está excesivamente alejada de la ciudad de Cáceres, lo que dificulta la logística del evento y la asistencia de los invitados. Además, la sala propuesta para el cóctel corresponde únicamente a una carpa, que no mantiene el nivel estético.

BADAJOZ:
[redacted], hotel de 5 estrellas, cumple en cuanto a la tipología de venue valorada positivamente en el pliego. Sin embargo, la propuesta carece de los detalles necesarios para realizar una valoración técnica completa. No se aportan planos, ni dimensiones de las salas, ni aforos concretos, lo que impide verificar información del workshop y del cóctel. Además, en la información publicada en la web no se localizan claramente los nombres de las salas mencionadas, lo que añade dificultad al análisis de idoneidad y capacidad.
Por su parte, [redacted] es un espacio con encanto, pero presenta el inconveniente de encuentrarse a aproximadamente 30 minutos en coche del centro de Badajoz, una distancia que no resulta operativa para la celebración de las jornadas profesionales, motivo por el cual no se considera viable como sede.

GRANADA:
[redacted] es un lugar emblemático, destacado y con encanto, muy representativo de la ciudad. Según el aforo indicado en la propuesta, el venue cumpliría con la capacidad necesaria; sin embargo, no se aportan planos, ni se encuentran dimensiones verificables en la web. Además, las fotografías incluidas en la propuesta muestran espacios que parecen reducidos para el formato del evento, lo que genera dudas sobre la idoneidad real del montaje del workshop y la separación de zonas.
Por su parte, el [redacted] es un hotel de 5 estrellas, por lo que cumple con la tipología preferente indicada en el pliego. Dispone de dimensiones y capacidades adecuadas, lo que

aporta fiabilidad operativa. No obstante, es un venue más convencional, con menor atractivo singular para la convocatoria, aportando funcionalidad, pero no un valor especialmente diferenciador.

LEÓN:

[redacted] es un lugar emblemático, con atractivo y muy adecuado para la convocatoria, además de contar con una ubicación excelente dentro de la ciudad. Sin embargo, la propuesta no incluye información técnica necesaria para valorar correctamente su idoneidad: faltan dimensiones de los salones, aforo detallado y planos, elementos imprescindibles para comprobar la correcta implantación del workshop y la separación de zonas.
Por otro lado, el [redacted] no resulta una elección adecuada para el tipo de evento solicitado. Se trata de un espacio impersonal, poco singular y alejado del tipo de venue preferente según el pliego. Además, no se aportan datos sobre dimensiones ni aforos, y las fotografías incluidas muestran salas excesivamente grandes, frías y poco acogedoras, lo que no contribuye al ambiente profesional y cercano que caracteriza estas jornadas.

LOGROÑO:

[redacted]
En el caso de [redacted], la web proporcionada en la propuesta no dirige al espacio indicado, sino a una página genérica de Visit Logroño. Tras navegar por la web turística, se localiza un recinto denominado [redacted], que por la imagen de fachada parece coincidir con el propuesto. Este venue dispone de un único espacio de celebraciones con un aforo aproximado de 120 personas, dato que no se alinea con las capacidades, características ni la configuración requerida para el workshop según el PPT. Además, no se aportan planos, dimensiones ni distribución, lo que impide verificar su idoneidad real. El espacio propuesto para la parte del cóctel parece con dimensiones suficientes para celebrar la totalidad del evento, aunque parece ser el hall del espacio.
En cuanto al [redacted], presenta las mismas limitaciones detectadas en el caso de León: es un espacio impersonal, poco singular, las fotografías muestran espacios demasiado amplios y fríos, aunque las dimensiones y capacidad se cumplen en este caso.

MADRID:

[redacted], establecimiento de 5* y considerado un venue emblemático y con encanto, cumple en principio con la tipología solicitada en el pliego. No obstante, la información aportada es insuficiente para realizar una valoración técnica completa: no se especifican los metros cuadrados de los salones, el aforo indicado no se corresponde con las necesidades reales de implantación del workshop, y no se aportan planos, ni siquiera se indica el nombre del salón propuesto para chequeo en la web del espacio. Esta falta de detalle dificulta verificar la adecuación del espacio al formato requerido.
Por su parte, [redacted] se presenta como un espacio de estilo coworking moderno, pero no queda claro si aporta un atractivo singular, más allá de ser un espacio funcional y actual. La oferta no incluye información suficiente ni tan siquiera en la descripción del espacio, lo que impide evaluar si puede considerarse un venue adecuado o alineado con los requisitos del pliego. En la web del espacio, la sala propuesta cuenta con 1.000m2, sin embargo, la oferta de esta empresa indica que el aforo es de 250 personas.
En conjunto, la propuesta para Madrid se considera poco atractiva teniendo en cuenta la variedad de alternativas que ofrece la ciudad.

VIGO:

[redacted]
Como se ha valorado anteriormente, la alternativa del [redacted] se considera impersonal, poco singular, las fotografías muestran espacios demasiado amplios y fríos, aunque las dimensiones y capacidad se cumplen en este caso.
En el caso del [redacted], cumple en todo caso con lo solicitado en pliego, siendo una opción muy buena para la ciudad.

MURCIA:

[redacted] es, estéticamente, un espacio atractivo y en principio alineado con el tipo de venue solicitado en el pliego. Su imagen singular lo convierte en una opción que podría haberse valorado positivamente. Sin embargo, la propuesta no aporta información completa para su evaluación técnica: no se incluyen datos sobre accesibilidad o ubicación, metros cuadrados, aforos, ni distribución de salas. Tampoco la web del espacio facilita esta información, por lo que, no es posible realizar un estudio adecuado de su idoneidad para el formato del workshop.
En cuanto a [redacted], aunque la oferta presenta las mismas carencias en cuanto a falta de planos, dimensiones y aforos, se trata de un venue ampliamente conocido por Turismo de Andalucía en la organización de jornadas anteriores, donde ha demostrado cumplir con los requisitos operativos, de capacidad y de calidad solicitados en el pliego.

TOLEDO:

[redacted] es un hotel con encanto y un entorno representativo, lo que aporta valor estético a la convocatoria. Según el aforo indicado en la oferta, el espacio podría cumplir con los requisitos de capacidad, aunque la falta de planos, metros impide confirmarlo con certeza. Además, su ubicación algo alejada del centro de Toledo puede resultar menos operativa teniendo en cuenta la previsión de asistencia del evento.
Por su parte, el [redacted] comparte características estéticas similares, ofreciendo también un espacio atractivo y adecuado para este tipo de jornadas. A diferencia del [redacted], presenta mejor ubicación y accesibilidad, factores que se valoran de forma positiva.

PAMPLONA:

[redacted], además de presentar poco atractivo y carácter impersonal, tal y como se ha señalado en valoraciones similares de otros palacios de congresos, no resulta válido para el workshop. La sala indicada en la propuesta no dispone del aforo ni de las dimensiones necesarias para realizar la implantación requerida: disposición perimetral de mesas, circulación fluida de agentes de viaje y separación entre zonas. Ante la ausencia de planos y metros cuadrados, y considerando la capacidad necesaria, se concluye que el montaje del workshop no podría ejecutarse según el formato exigido.
[redacted] se presenta como un espacio con encanto, pero la información de la propuesta no se ajusta a la realidad: no se encuentra a 8 km de la ciudad, sino aproximadamente a 13 km, lo que supone unos 19 minutos de trayecto, una distancia que, para una ciudad pequeña como Pamplona, puede resultar demasiado alejada y afectar negativamente a la convocatoria. Además, no se aportan datos de las salas propuestas (dimensiones, aforo, distribución) y dicha información tampoco aparece en la web del espacio, lo que impide valorar su idoneidad técnica.

MÁLAGA:

[redacted], considerado uno de los espacios más emblemáticos y con más encanto de la ciudad, destaca por su arquitectura, su ubicación y su categoría de 5*, lo que lo sitúa dentro de la tipología de venue preferente solicitada en el PPT. Por dimensiones indicadas en la web del hotel, las salas cumplen con solicitado en pliego y presentan una estética cuidada.
[redacted], por su parte, es también un espacio con atractivo singular. Además, dispone de salas amplias que, en principio, resultan adecuadas para el formato requerido, pero su estética y trayectoria lo convierten en un espacio valorable de forma positiva.
En conjunto, la propuesta para Málaga reúne dos venues con encanto, representatividad y alineación con el tipo de espacio solicitado en el pliego, ofreciendo un alto nivel de garantía para el correcto desarrollo de la jornada.

ZARAGOZA:

[redacted] pertenece a la misma tipología que los [redacted] ya mencionados en otras ciudades: es un espacio funcional e impersonal, sin un atractivo singular que se alinee con la tipología de venue preferida por el pliego. Si bien puede ser operativo para eventos corporativos, no aporta el valor diferencial ni la representatividad que se espera para una jornada profesional de este tipo.

En cuanto a [redacted], se trata de un espacio de referencia en la ciudad, con potencial para acoger eventos institucionales. Sin embargo, tras revisar la web y la información disponible, no es posible localizar la sala indicada para la realización del workshop, ni se aportan datos técnicos mínimos (metros cuadrados, aforos, planos) que permitan confirmar su adecuación al formato del evento. Esta falta de información impide proceder a una valoración completa del espacio. Por el contrario, la sala propuesta para el cóctel sí resulta adecuada y cumple con lo solicitado en el pliego.

SEVILLA:

[redacted] es uno de los espacios más emblemáticos y representativos de la ciudad, con una categoría de 5*, excelente ubicación y una estética histórica y elegante que aporta un fuerte valor añadido a la convocatoria. Se considera un venue que cumple con todos los requerimientos de capacidad, imagen y operatividad necesarios para el workshop y el cóctel.

[redacted] comparte igualmente un alto nivel de atractivo y representatividad. Se trata de un espacio histórico, de gran encanto arquitectónico y con un ambiente que refuerza la calidad y singularidad del evento. Aporta una alternativa igualmente sólida y de gran valor para la convocatoria.

En conjunto, la propuesta para Sevilla destaca de manera notable por su atractivo singular, pero no se puede valorar la idoneidad de los espacios por falta de información.

VALENCIA:

[redacted]

Los dos espacios propuestos para Valencia son venues ampliamente conocidos por Turismo de Andalucía por haber acogido jornadas profesionales en ediciones anteriores, lo que aporta un grado de confianza adicional en cuanto a su funcionamiento real y su adecuación al formato del evento.

Tanto [redacted] cumplen con lo solicitado en el pliego en términos de dimensiones, capacidad y configuración de salas, ofreciendo espacios lo suficientemente amplios para garantizar la correcta implantación del workshop y la fluidez en la rotación de agentes de viaje. Ambos venues cuentan también con buena accesibilidad, ubicación céntrica y experiencia en eventos corporativos, factores que contribuyen positivamente a la operatividad y a la asistencia.

VALLADOLID:

[redacted] presenta las mismas características ya observadas en otros recintos de este tipo dentro de la propuesta: es un espacio funcional, impersonal y sin atractivo singular, que no se ajusta a la tipología preferente solicitada en el pliego. Además, no se aportan planos, dimensiones ni aforos detallados, lo que impide comprobar su idoneidad para la implantación del workshop y la separación de zonas.

Por su parte, el [redacted] es, previsiblemente, un lugar emblemático y con capacidad adecuada, alineado con el tipo de venue valorado positivamente en el pliego. Sin embargo, presenta un inconveniente determinante: está ubicado a aproximadamente 43 km de la ciudad de Valladolid, una distancia considerable que compromete la operatividad, la logística y la asistencia al evento.

Dinamización durante workshop.
La propuesta plantea una dinamización tecnológica, basada en [redacted]. El objetivo es sustituir el modelo tradicional de "pasar por todas las mesas" por un [redacted]

Antes del evento, cada participante [redacted]

Propuesta atractiva, no interrumpe el desarrollo de reuniones y fomenta la interacción y el networking pero, la empresa licitadora no menciona si aporta [redacted], por lo que no queda acreditada la disponibilidad real de los recursos necesarios para la ejecución de la dinámica.

COMUNICACIÓN IBEROAMERICANA TOTAL 17,5 PUNTOS

La propuesta se presenta de forma detallada en cuanto a desglose de servicios a desarrollar por la empresa adjudicataria en la gestión de espacios y organización del workshop. Se incluye una numeración de ciudades siguiendo el orden de celebración de las Jornadas Profesionales, aunque no existe una agrupación por jornadas.

La información aportada para cada venue incluye un breve y escueto descriptivo del espacio, enlaces web (muchos de ellos no funcionan), ubicación, accesibilidad, una fotografía de la sala. No obstante, la oferta no menciona el aforo real de las salas ni aporta planos, también se echan en falta las dimensiones de salones propuestos, elementos esenciales para poder evaluar adecuadamente la implantación del workshop y la viabilidad operativa de cada espacio según los requisitos del PPT.

Propuesta con dimensiones o aforos reducidos de algunos salones y que no genera tranquilidad para la celebración de las jornadas de referencia con los datos aportados.

Asimismo, la propuesta no siempre cumple con la tipología de venues preferente que establece el pliego, que prioriza espacios singulares y hoteles de 5*. En su lugar, se recurre en algunos casos a palacios de congresos y centros de convenciones, venues funcionales, pero con escaso atractivo y alejados del tipo de espacio valorado de manera más favorable según los criterios del PPT.

PAMPLONA:
[redacted], además de presentar poco atractivo y carácter impersonal, tal y como se ha señalado en valoraciones similares de otros palacios de congresos, no resulta válido para el workshop. La sala indicada en la propuesta no dispone del aforo ni de las dimensiones necesarias para realizar la implantación requerida: disposición perimetral de mesas, circulación fluida de agentes de viaje y separación entre zonas.
[redacted] se presenta como un lugar emblemático de la ciudad que puede resultar atractivo para la convocatoria. Si bien el primer salón propuesto podría cumplir con las necesidades requeridas en pliego para la celebración del workshop, no puede verificarse este dato por falta de dimensiones del espacio, por lo que solamente nos podemos guiar por el aforo del espacio, que no sabemos si es válido según el formato y montaje del evento. También se contempla el uso de la terraza exterior del restaurante. Sin embargo, dadas las fechas de celebración del evento, no es

operativo por razones climatológicas. La oferta no plantea alternativas interiores adecuadas y en el caso de tener que celebrar las dos partes del evento en el mismo salón, se cuestionaría si las dimensiones son las adecuadas.

LOGROÑO:

[redacted] es un espacio emblemático y muy representativo de la ciudad, con un notable atractivo para la convocatoria. Su carácter histórico y su imagen vinculada al mundo del vino pueden añadir valor experiencial al evento. Cumple con solicitado en pliego en cuanto a dimensiones y estructura del evento.

[redacted], como palacio de congresos, presenta un carácter impersonal y escaso atractivo, en línea con el tratamiento dado a otros venues de tipología similar ya valorados. Este tipo de espacios, aun siendo funcionales para congresos o convenciones, no se ajusta a los criterios de singularidad, diferenciación y valor añadido solicitados en el PPT aunque por dimensiones sea factible.

ZARAGOZA:

[redacted]. es un establecimiento moderno y bien valorado en la ciudad, con infraestructuras adecuadas para eventos corporativos. Su ubicación es correcta y cuenta con salas adecuadas para la realización del workshop.

[redacted] es un espacio reconocido en Zaragoza por su tradición gastronómica y capacidad para acoger grandes celebraciones y eventos sociales. Tiene atractivo potencial a nivel de imagen y amplitud para cócteles o recepciones.

Ambos espacios cumplen con solicitado en pliego.

BARCELONA:

[redacted] es un espacio singular ubicado en la zona de Montjuïc, con una estética moderna y un entorno atractivo para eventos sociales y corporativos. Sin embargo, los datos de los espacios propuestos, nos hace pensar que, dada la ciudad y las características de la convocatoria, no tiene capacidad suficiente.

[redacted] es uno de los espacios más emblemáticos y prestigiosos de Barcelona. Cuenta con un alto valor histórico, gran atractivo y excelente ubicación. Es un venue adecuado para grandes eventos institucionales y ofrece una imagen destacada y acorde con el nivel de las jornadas. Este espacio reúne todas las características y necesidades requeridas en pliego.

TOLEDO:

[redacted] ofrece también un espacio atractivo y adecuado para este tipo de jornadas, aunque no esté situado en el centro de la ciudad. Se dispone de una única sala (unión de varias) de 200m2, lo que se considera demasiado ajustado según necesidades requeridas.

[redacted] es un hotel con encanto y un entorno representativo, lo que aporta valor estético a la convocatoria. Este espacio cuenta con mayores dimensiones y más opciones de salones dentro del venue.

CIUDAD REAL:

[redacted] puede considerarse un lugar emblemático y con atractivo, pero la oferta no aporta planos ni dimensiones de los espacios, por lo que la valoración debe basarse únicamente en el aforo declarado. Se ofrece una única sala para la celebración de las dos partes del evento.

[redacted]. Este tipo de espacios, aun siendo funcionales para congresos o convenciones, no se ajusta a los criterios de singularidad, diferenciación y valor añadido solicitados en el PPT.

CÁCERES:

[redacted], lugar con encanto para la convocatoria, pero la propuesta de salas se considera demasiado ajustada para tenerlo en cuenta en la celebración de este evento.
Por otro lado, el [redacted] presenta interés y encanto, alineándose mejor con el tipo de espacio valorado positivamente en el pliego. Sin embargo, su ubicación está excesivamente alejada de la ciudad de Cáceres, lo que dificulta la logística del evento y la asistencia de los invitados. Una única sala propuesta par la celebración del evento, que cumple con las dimensiones necesarias.

BADAJOZ:

[redacted], hotel de 5 estrellas, cumple en cuanto a la tipología de venue valorada positivamente en el pliego. El salón propuesto se considera apto para la celebración de las jornadas profesionales.
[redacted], sin atractivo para esta tipología de eventos, espacio frio e impersonal.

BILBAO:

[redacted]
Los dos espacios propuestos, resultan opciones atractivas y adecuadas para la jornada en Bilbao.
[redacted], destaca la decoración moderna y visual. Los espacios propuestos cumplen con solicitado en pliego.
Por su parte, [redacted] destaca como un espacio innovador y visualmente atractivo, con una estética actual. Es un venue ya contrastado en este tipo de acciones: se han celebrado allí jornadas anteriores con el mismo formato, obteniendo buenos resultados de asistencia y dinámica de trabajo.

CORUÑA:

[redacted]
Los dos espacios propuestos para A Coruña cumplen correctamente con los criterios establecidos en el pliego.
[redacted], espacio con arquitectura moderna, sin mayor atractivo que este. Salas amplias frías, que en cuanto a capacidad cumplen con lo solicitado en pliego.
[redacted], hotel de 5 estrellas, se ajusta plenamente a la tipología de venue preferente solicitada. Cuenta con una ubicación favorable, cercana al centro y bien conectada, aunque dispone de salas con dimensiones adecuadas para la implantación del workshop y el desarrollo fluido de la rotación entre mesas, una única sala propuesta de dimensiones reducidas.

SANTIAGO DE COMPOSTELA:

[redacted]
Ambos espacios que destacan por su carácter histórico y su relevancia patrimonial, constituyen dos venues emblemáticos, ideales para la convocatoria de las jornadas, aunque se consideran algo justas las dimensiones de las salas propuestas (una sala por venue sin más alternativa).

VIGO:

[redacted]
En el caso del [redacted]. Lugar reconocido por Turismo y Deporte de Andalucía en la celebración de estas jornadas en ediciones anteriores. Sin embargo las dimensiones del salón propuesto son reducidas en comparación con el uso de otros espacios dentro de este venue para las mismas jornadas profesionales.
[redacted]. En este caso, aún siendo un espacio con atractivo para la convocatoria, no se considera válido, pues el espacio más grande del edificio, según la web, cuenta con 100m2. Espacio insuficiente para albergar este evento.

MURCIA:
[redacted]
Propuesta de ambos espacios, acertada y atractiva y que, además cuenta con salones capaces de albergar ambas partes del evento.

ALICANTE:
[redacted], espacio sin atractivo para la convocatorio aún pudiendo albergar este evento en cuestión de dimensiones del espacio.
[redacted], cumple con solicitado en pliego aunque se considera alejado de Alicante.

VALENCIA:
[redacted]
Ambas propuestas cumplen con todos los detalles solicitados en pliego, por lo que se consideran propuestas válidas para la ejecución de las jornadas profesionales.

LEÓN:
[redacted] es un lugar emblemático, con atractivo y muy adecuado para la convocatoria, además de contar con una ubicación excelente dentro de la ciudad. La sala de mayor dimensión podría albergar la celebración de las jornadas.
[redacted] se considera un referente de la cultura en la ciudad aún siendo un espacio amplio de muestras, la decoración y madera hace que parezca un lugar más acogedor, además cuenta con capacidad suficiente para la celebración de las jornadas.

VALLADOLID:
[redacted], presentan las mismas características ya observadas en otros recintos de este tipo dentro de la propuesta: espacios funcionales, impersonales y sin atractivo singular, que no se ajusta a la tipología preferente solicitada en el pliego aún teniendo capacidad suficiente para el aforo determinado.

MADRID:
[redacted]
Ambos espacios con atractivo y reconocidos para la convocatoria de los agentes de viaje. Si bien, la propuesta de salas del [redacted] se considera insuficiente para la cantidad máxima y aforo del evento, además de considerarse un espacio más para eventos sociales que para workshops profesionales.

SEVILLA:
[redacted] son uno de los espacios más icónicos y turísticos de la ciudad, con un atractivo arquitectónico innegable y un alto valor visual. En términos de imagen y reconocimiento, el venue presenta una propuesta singular y diferenciada que podría generar interés y aportar visibilidad al evento. Cumple con requisitos mínimos solicitados en pliego.
[redacted] es un establecimiento de diseño muy cuidado y moderno. Es un venue adecuado para eventos profesionales y con buena reputación en términos de organización de reuniones y presentaciones. Sin embargo, los salones propuestos no cuentan con las dimensiones suficientes para albergar el evento.

CÓRDOBA:
[redacted], moderno, bien ubicado y de fácil acceso, lo que contribuye positivamente a la logística general de la jornada.

[redacted], espacio singular y con renombre en la ciudad con capacidad de aforo. Ambos espacios cumplen con todo lo solicitado en pliego en cuanto a requerimientos técnicos.

GRANADA:
[redacted], construcción vanguardista y bien ubicado que cumple con requisitos solicitados en pliego.
[redacted] cumple con requisito de lugar emblemático al ser un hotel 5* y con encanto, pero en ningún caso con las dimensiones necesarias para la celebración del evento.

MÁLAGA:
[redacted], considerado uno de los espacios más emblemáticos y con más encanto de la ciudad, destaca por su arquitectura, su ubicación y su categoría de 5*, lo que lo sitúa dentro de la tipología de venue preferente solicitada en el PPT. Por dimensiones indicadas en la web del hotel, las salas cumplen con solicitado en pliego y presentan una estética cuidada.
[redacted], por la información facilitada en cuanto a aforo y capacidad del espacio en un mismo salón, no se considera apropiado ni que cumpla con requisito de dimensiones y aforo.

Dinamización durante workshop.
La dinámica propuesta por Comunicación Iberoamericana se articula en torno al "[redacted]", un [redacted]. La iniciativa incorpora elementos culturales e identitarios a través de [redacted] Andalucía, y se complementa con incentivos adicionales como un [redacted]. En términos conceptuales, se trata de una propuesta creativa, sencilla de ejecutar y alineada con la identidad del destino, lo que contribuye a generar interés y participación por parte de los asistentes.

No obstante, la dinámica presenta una serie de limitaciones que deben señalarse desde el punto de vista operativo y de adecuación al objetivo principal del workshop. En primer lugar, no se especifica quién gestiona y [redacted], un elemento relevante que implica costes y logística adicional que deberían estar definidas.

El sistema de sellado del [redacted] se considera motivador y fomenta la interacción entre oferta y demanda, aunque, existe el riesgo de generar concentraciones de agentes en determinados puntos o de ralentizar el ritmo natural de las reuniones comerciales.

En conjunto, la propuesta cumple con el requisito de presentar una actividad de dinamización y refuerza la identidad cultural andaluza.

INTEGRACIÓN AGENCIAS DE VIAJE: TOTAL 2 PUNTOS

Analizado el listado de ciudades y venues propuestos por Integración de Agencias de Viaje, se observa que no se corresponde con el ámbito geográfico establecido para las Jornadas Profesionales de Comercialización Turística de Andalucía en España.

Mientras que el proyecto contempla 22 sedes concretas, distribuidas en ciudades peninsulares y seleccionadas en función de criterios estratégicos, la oferta presentada incorpora 5 destinos que no forman parte del circuito y, a su vez, omite 11 ciudades obligatorias incluidas en el PPT.

Ciudades incluidas en la propuesta que no forman parte del proyecto: Almería, Jaén, Huelva, Tenerife y Gran Canaria.

Se trata de destinos que no figuran en la planificación oficial y cuya incorporación no está contemplada en el marco del contrato. Su presencia altera la estructura del calendario y no responde al diseño aprobado por Turismo y Deporte de Andalucía.

Ciudades obligatorias que no aparecen en la propuesta: Pamplona, Logroño, Barcelona, Toledo, Ciudad Real, Cáceres, Badajoz, León, Valladolid, Valencia y Bilbao.

La ausencia de estas sedes supone un incumplimiento funcional de la planificación territorial del proyecto, ya que impide evaluar la propuesta en relación directa con los destinos donde realmente deben celebrarse las jornadas.

Aunque la propuesta presenta algunos venues válidos en destinos que coinciden con el circuito oficial, la inclusión de ciudades ajenas al proyecto y la ausencia de sedes obligatorias supone una desviación relevante del ámbito geográfico definido en el PPT, lo que limita la utilidad de la oferta e impide valorarla como técnicamente adecuada.

Además del desajuste geográfico señalado, debe destacarse que la propuesta presentada en este apartado carece del nivel de detalle, precisión técnica y documentación mínima exigible para una correcta valoración.
La empresa se limita a ofrecer el nombre de la ciudad, una breve descripción genérica del destino, y, en algunos casos, una descripción superficial del venue, pero no aporta ninguno de los elementos requeridos para poder evaluar adecuadamente la idoneidad de los espacios:
-ni fotografías de los salones,
-ni planos,
-ni dimensiones,
-ni aforos,
-ni acceso o logística,
-ni enlaces web del venue,

Esta ausencia generalizada de información impide comprobar si los venues propuestos son viables para el montaje del workshop en formato perimetral, si cumplen los requisitos operativos del PPT, o si disponen de la capacidad necesaria para la circulación de agentes de viaje y la separación de zonas de trabajo y cóctel.

En conjunto, la propuesta muestra un nivel de desarrollo claramente insuficiente, sin el rigor documental, el análisis técnico ni la precisión que cabe esperar en una licitación de estas características. La falta de detalle y la superficialidad de la información evidencian una preparación poco sólida, que no permite valorar con garantías la adecuación real de los espacios y que afecta de manera notable a la puntuación técnica del apartado.

ALMERÍA:
[redacted]

JAÉN:
[redacted]

GRANADA:
[redacted]

MÁLAGA:
[redacted]

CÓRDOBA:

[redacted]

CÁDIZ:

[redacted]

SEVILLA:

[redacted]

HUELVA:

[redacted]

ZARAGOZA:

[redacted]

VIGO:

[redacted]

SANTIAGO DE COMPOSTELA:

[redacted]

A CORUÑA:

[redacted]

TENERIFE:

[redacted]

GRAN CANARIA:

[redacted]

MURCIA:

[redacted]

ALICANTE:

[redacted]

ALICANTE:

[redacted]

MADRID:

[redacted]

Dinamización durante workshop.
[redacted]

VIAJES EL CORTE INGLÉS, S.A. TOTAL 21 PUNTOS

En conjunto, se trata de una propuesta muy completa, detallada y técnicamente sólida, que aporta valor añadido y demuestra capacidad operativa para coordinar todas las fases del evento. El nivel de precisión en la descripción del montaje, los recursos humanos, la conectividad, la decoración y la dinamización sitúan a esta oferta entre las más desarrolladas en este apartado. Además, VECI no se limita a cumplir el requisito mínimo del PPT de presentar dos venues por ciudad, sino que en numerosas localizaciones aporta incluso una tercera opción y, adicionalmente, ofrece un listado ampliado de otros espacios con los que ya ha contactado previamente. Esta amplitud de alternativas incrementa significativamente las posibilidades de elección por parte de Turismo y Deporte de Andalucía, aporta mayor flexibilidad operativa y garantiza opciones de respaldo en caso de incidencias o descartes. Se indica que, los espacios ofrecidos se encuentran bloqueados, lo que además, aporta garantías de poder elegir entre las alternativas reales ofertadas.

La propuesta no siempre cumple con la tipología de venues preferente que establece el pliego, que prioriza espacios singulares y hoteles de 5*. En algunos casos se recurre a palacios de congresos y centros de convenciones, venues funcionales, pero con escaso atractivo y alejados del tipo de espacio valorado de manera más favorable según los criterios del PPT.

Se presenta una estructura de evento coherente y bien definida describiendo de manera precisa el timing y montaje, la instalación de mesas de apoyo, la existencia de una mesa de hospitality y los requisitos de electricidad y conectividad necesarios para garantizar el funcionamiento óptimo del workshop. En términos de recursos humanos, la empresa propone un equipo amplio y claramente definido para cada jornada —asistencia técnica, azafato/a, técnico audiovisual y fotógrafo— garantizando la correcta ejecución de todas las fases del evento.

Los apartados de alojamiento y transporte también están desarrollados de forma exhaustiva, contemplando la gestión de códigos de descuento, reservas para empresarios, y el bloqueo previo de autobuses para traslados entre venues y hoteles, lo que ofrece un alto grado de seguridad operativa.

JJPP Pamplona, Logroño y Zaragoza:

PAMPLONA:
[redacted] + Otros espacios contactados.
[redacted], presenta poco atractivo y carácter impersonal y frío, tal y como se viene indicando en ofertas similares, no resulta válido para el workshop. Dos salas propuestas que cumplen con mínimos requeridos en PPT.
[redacted], edificio polivalente y multifuncional ubicado en Pamplona y diseñado para [redacted]. No se considera un lugar emblemático pero si de referencia para organización de eventos.
[redacted], lugar con encanto pero bastante alejado de la ciudad, lo que se considera un impedimento de importancia a la hora de tener éxito en la convocatoria.
De los tres venues ofertados, se puede decir gracias a toda la información facilitada que, podrían albergar este evento de forma cómoda.
Del apartado otros espacios contratados, se observan 9 venues distintos de los cuales, por el momento no cuentan con disponibilidad o no tienen capacidad para albergar las jornadas profesionales.

LOGROÑO:

[redacted] + Otros espacios contactados.

[redacted] es un espacio emblemático y muy representativo de la ciudad, con un notable atractivo para la convocatoria. Su carácter histórico y su imagen vinculada al mundo del vino pueden añadir valor experiencial al evento. Cumple con solicitado en pliego en cuanto a dimensiones y estructura del evento.

[redacted]. Como palacio de congresos, presenta un carácter impersonal y escaso atractivo, en línea con el tratamiento dado a otros venues de tipología similar ya valorados. Este tipo de espacios, aun siendo funcionales para congresos o convenciones, no se ajusta a los criterios de singularidad, diferenciación y valor añadido solicitados en el PPT aunque por dimensiones sea factible.

Otros espacios contactados. 3 espacios más (uno con cierre a las 23.00 horas, lo que imposibilita la celebración de este evento, otro con gran atractivo pero a distancia considerable del centro de la ciudad y el último sin salones con dimensiones solicitadas).

ZARAGOZA:

[redacted] + otros espacios contactados.

[redacted] pertenece a la misma tipología que los Palacios de Congresos ya mencionados en otras ciudades: es un espacio funcional e impersonal, sin un atractivo singular que se alinee con la tipología de venue preferida por el pliego. Si bien puede ser operativo para eventos corporativos, no aporta el valor diferencial ni la representatividad que se espera para una jornada profesional de este tipo.

[redacted]. Espacio con reclamo y atractivo cultural y de arquitectura singular. Disposición de plano y dimensiones del salón claros que posibilitan la realización de las jornadas profesionales de forma adecuada.

Otros espacios contactados. 6 espacios más contactados, de los cuales uno no cuenta con salones con capacidad suficiente y el resto no están disponibles en el momento de la solicitud.

<u>JJPP Andalucía en Cataluña:</u>

BARCELONA:

[redacted] + Otros espacios contactados.

[redacted].

Ambas propuestas cumplen con los criterios del PPT y se consideran venues altamente atractivos y adecuados. [redacted] destaca por su modernidad, creatividad y versatilidad. [redacted] destaca por su carácter institucional, patrimonial y por ser un espacio de referencia en grandes eventos.

En los dos casos existe un claro encaje con los criterios de singularidad, atractivo, ubicación y viabilidad técnica.

[redacted]. Espacio bien ubicado y con atractivo para la convocatoria, pero sin posibilidad de valorar como tercera opción, pues la información facilitada y los planos no detallan ni m2, ni aforo de los salones.

Otros espacios contactados. Listado de 9 venues, 2 de ellos bloqueados como posible alternativa a lo ya propuesto.

<u>Presentaciones Destino Castilla La Mancha:</u>

TOLEDO:

[redacted] + Otros espacios contactados.

Ambos espacios con alto atractivo patrimonial, pero más limitados en dimensiones. Podría funcionar para actos más reducidos, pero ofrece dudas operativas para un montaje completo de Presentación de Destino.

Otros espacios contactados. 6 espacios distintos, entre los que solamente podríamos optar al uso de uno de ellos ya que el resto bien no tiene disponibilidad, espacio con capacidad suficiente o no permiten actuaciones/música.

CIUDAD REAL:

[redacted] + Otros espacios contactados.

[redacted] puede considerarse un lugar emblemático y con atractivo, pero la oferta no aporta planos ni dimensiones de los espacios, tampoco aforo, aspectos que imposibilitan la correcta valoración de esta propuesta. Se ofrece una única sala para la celebración de las dos partes del evento.

Mismas observaciones para el [redacted].

Otros espacios contactados. 6 espacios sin considerar, pues no cumplen con las características indicadas o ubicación favorable.

Presentaciones Destino Extremadura:

CÁCERES:

[redacted], + Otros espacios contactados.

Esta propuesta para Cáceres presenta dos espacios atractivos y singulares, ambos bien integrados en el patrimonio histórico de la ciudad y con potencial para generar buena convocatoria.

[redacted], cumple con requisitos mínimos solicitados en PPT según se observa en planos e información detallada. Sin embargo, en el [redacted], falta información técnica (m2), lo que impide valorar adecuadamente la idoneidad operativa de los venues para el formato específico requerido en el pliego.

Otros espacios contactados. Un total de 6 posibles alternativas, de entre 9 espacios más, con disponibilidad en el caso de así requerirlo.

BADAJOZ:

[redacted], + Otros espacios contactados.

[redacted]. Presentado como un espacio cultural singular situado en el centro de Badajoz. A partir del material fotográfico aportado, el venue muestra un cierto atractivo estético y un entorno patrimonial interesante; sin embargo, su estética resulta marcadamente lineal y muy orientada a actividades culturales y expositivas, lo que podría limitar su capacidad para adaptarse plenamente al formato específico requerido. Dimensiones ajustadas de los salones propuestos para la celebración del evento, aunque claramente podría albergar según formato.

[redacted]. Espacio con gran atractivo cultural y arquitectónico, probablemente adecuado en términos estéticos para este formato, pero falta información técnica esencial para evaluar su viabilidad real, dimensiones y aforo.

Otros espacios contactados. 4 espacios alternativos, dos de ellos disponibles para el evento, aunque uno de ellos está ubicado en las afueras de la ciudad.

JJPP Andalucía en Bilbao:

BILBAO:

[redacted] + Otros espacios contactados.

[redacted]. venue icónico y representativo, situado en pleno centro financiero de la ciudad.

[redacted]. Espacio moderno y diáfano.

[redacted]. Aporta una estética diferente, lo que puede resultar distintivo para la convocatoria.

Los tres espacios presentados para la celebración de la jornada en Bilbao ofrecen garantías operativas, amplitud suficiente y un atractivo adecuado. Además, todos ellos cumplen claramente con las dimensiones necesarias para el montaje del workshop según lo estipulado en el PPT (espacios amplios, diáfanos y funcionales).

Otros espacios contactados. Listado de 7 espacios con los que han contactado, solamente 2 de ellos con disponibilidad, aunque el segundo se encuentra alejado de la ciudad, por lo que no se considera alternativa viable.

JJPP Andalucía en Galicia:

CORUÑA:
[redacted] + Otros espacios contactados.
[redacted] se considera un espacio con arquitectura moderna, sin mayor atractivo que este. Salas amplias frías, que en cuanto a capacidad cumplen con lo solicitado en pliego.
[redacted]. Por su parte, el [redacted] aporta un componente de espacio emblemático y representativo dentro de la ciudad. Ofrecen un entorno atractivo para la convocatoria, y las salas propuestas presentan dimensiones apropiadas para el formato del evento.
Otros espacios contactados. 6 espacios más disponibles, siendo [redacted] un espacio conocido y acorde a nuestras necesidades, entre ellos.

SANTIAGO DE COMPOSTELA:
[redacted] + Otros espacios contactados.
[redacted]. Espacio que destaca por su carácter histórico y su relevancia patrimonial, muy apropiado para la convocatoria de las jornadas. Se detalla listado de todos los salones disponibles con dimensiones y m2 de cada uno, en cualquier caso y para el montaje del evento y formato requeridos, se consideran dimensiones reducidas y bastante justas.
Por otro lado, el [redacted], ofrece un entorno moderno y bien comunicado y con espacios suficientemente dimensionados según el aforo y medidas detallados.
Otros espacios contactados. 7 espacios contactados sin posibilidad de celebración, por lo que no se consideran alternativas viables.

VIGO:
[redacted] + Otros espacios contactados.
[redacted]. Constituye una opción muy adecuada y atractiva para la celebración de la jornada en Vigo. Combina singularidad histórica, amplitud suficiente en ambas salas y una ubicación céntrica, lo que favorece la asistencia y la experiencia global del evento.
[redacted]. Lugar reconocido por Turismo y Deporte de Andalucía en la celebración de estas jornadas en ediciones anteriores. Lugar con atractivo para la convocatoria y propuesta de salas con capacidad para albergar este evento.
Otros espacios contactados. 5 espacios alternativos sin disponibilidad por el momento, y uno

JJPP Andalucía en Levante:

MURCIA:
[redacted] + Otros espacios contactados.
[redacted]. A pesar de su atractivo global como complejo, la ausencia de documentación técnica (sin datos de dimensiones de cada sala propuesta) impide confirmar que las salas propuestas cumplen con los requisitos espaciales del PPT, por lo que la valoración queda limitada. El QR facilitado con la web no está disponible.
[redacted]. Opción completa, con encanto y acogedor, además de dimensiones validadas, que cumple con los requisitos del PPT.
Otros espacios contactados. 6 propuestas de espacios que no cumplen con requisitos mínimos solicitados en este tipo de eventos.

ALICANTE:
[redacted] + Otros espacios contactados.
[redacted]. El venue cumple con los requisitos espaciales establecidos en el PPT y resulta adecuado para el montaje del evento. Se presenta como una opción viable y funcional, correctamente dimensionada para la jornada, y su ubicación céntrica facilita el acceso tanto para asistentes como para empresarios.
[redacted]. Es un espacio emblemático y de alto valor histórico y arquitectónico, situado en la [redacted], [redacted]. Con

más de 600 m² de superficie diáfana, el venue ofrece amplitud suficiente para el montaje del workshop y una zona claramente diferenciada para el cóctel.
[redacted]. Complejo multi-espacio dotado de tecnología avanzada y salas de gran capacidad, cumpliendo con las dimensiones requeridas. Sin embargo, la estética general, transmite un carácter más propio de eventos sociales, nocturnos o de entretenimiento corporativo, lo cual puede alejarse ligeramente del profesional buscado para las JJPP.
Otros espacios contactados. Propuesta de 9 espacios alternativos, de los cuales, 2 cumplirían con los requisitos mínimos para la celebración de las jornadas.

VALENCIA:
[redacted] + Otros espacios contactados.
[redacted]. Ambas propuestas cumplen con todos los detalles solicitados en pliego, por lo que se consideran propuestas válidas y atractivas para la ejecución de las jornadas profesionales.
Otros espacios contactados. 3 alternativas más, consideradas viables y propias para este evento, dentro de 5 opciones en otros espacios contactados.

JJPP Andalucía en Castilla y León:

LEÓN:
[redacted] + Otros espacios contactados.
[redacted]. Espacio con atractivo para la convocatoria, pero sin datos concretos de dimensiones para las dos salas propuestas, por lo que no se puede valorar la viabilidad de la propuesta.
Por otro lado, el [redacted] no resulta una elección adecuada para el tipo de evento solicitado. Se trata de un espacio impersonal, poco singular y alejado del tipo de venue preferente según el pliego. Aunque se aportan datos sobre dimensiones, las fotografías muestran salas excesivamente grandes, frías y poco acogedoras, lo que no contribuye al ambiente profesional y cercano que caracteriza estas jornadas.
Otros espacios contactados. Ninguna de las propuestas extras para espacios en León se puede valorar, por no contar con espacios con características indicadas en PPT.

VALLADOLID:
[redacted] + Otros espacios contactados.
[redacted] se presenta como un espacio gastronómico muy popular en Valladolid, con varios ambientes diferenciados y una estética cálida y moderna, pero, debido a la falta de información técnica esencial, esta opción no permite asegurar que cumple los requisitos funcionales exigidos para el workshop.
[redacted]. Ubicado en un edificio renacentista singular, la propuesta contempla realizar el workshop en dos salones contiguos y el cóctel en el [redacted], un espacio muy atractivo desde el punto de vista estético y patrimonial. Sin embargo, Los planos incluidos no indican superficie ni aforo de los salones, lo que imposibilita la correcta valoración.
[redacted] es uno de los hoteles más emblemáticos del área, ubicado en un antiguo [redacted]. El espacio dispone de salones multifuncionales adecuados para el montaje del workshop y además, ya ha sido sede de jornadas profesionales anteriores, con muy buenos resultados.
Otros espacios contactados. 7 espacios propuestos válidos para la celebración de estas jornadas por distintos motivos (disponibilidad, dimensiones, lejanía con respecto al centro de la ciudad).

JJPP Andalucía en Madrid:
[redacted] + Otros espacios contactados.
[redacted] se presenta como uno de los espacios más exclusivos y modernos de Madrid, con un enclave estratégico por su buena comunicación. La propuesta incluye la [redacted], con una superficie declarada de 700 m², lo que supone un punto claramente positivo al contar con datos concretos que permiten valorar su capacidad para acoger el workshop con garantías. Se valora como una opción sólida y atractiva.

A pesar de que [redacted] se presenta como un espacio moderno y versátil, con más de 1.900 m² distribuidos en varias plantas y reconocido por su diseño contemporáneo, la propuesta presentada no especifica qué sala concreta se ofrece para el workshop ni sus dimensiones útiles. Aunque el plano incluido en la oferta muestra una distribución tentativa de mesas que, en apariencia, podría resultar válida, la ausencia de datos técnicos verificables impide realizar una valoración objetiva y precisa de su idoneidad. Además, la web del venue no facilita información detallada sobre las salas.
Otros espacios contactados. 3 espacios más con disponibilidad y capacidad para albergar las jornadas profesionales en Madrid.

JJPP Andalucía en Andalucia:

SEVILLA:
[redacted] + Otros espacios contactados.
Otros espacios contactados. De entre los 6 espacios propuestos como alternativa, 4 tendrían disponibilidad y se especifica que están bloqueados, considerándose adecuados para la celebración del evento.

CÓRDOBA:
[redacted] + Otros espacios contactados.
[redacted], espacio singular y con renombre en la ciudad con capacidad de aforo, en una sala o con el apoyo de una extra.
[redacted] es un lugar emblemático y con valor histórico para la convocatoria de invitados. Sin embargo, la propuesta facilita plano de 3 posibles salas disponibles, sin información de dimensiones de las mismas, ni aforo.
[redacted] es un hotel moderno, bien ubicado y de fácil acceso, lo que contribuye positivamente a la logística general de la jornada. La sala [redacted] cumple requisitos mínimos para la celebración de las jornadas.
Otros espacios contactados. Única opción disponible, el [redacted], con el único inconveniente de que, en ciudades pequeña, el no encontrarse en el centro de la misma, puede afectar negativamente a la convocatoria.

GRANADA:
[redacted] + Otros espacios contactados.
[redacted]. [redacted] con un alto atractivo estético, cuidada decoración y gran luminosidad, aspectos que lo convierten en un venue agradable y visualmente destacable. Sin embargo, tras el análisis de la documentación técnica aportada, se observa que las salas propuestas (250 m² y 140 m²) resultan insuficientes para albergar el workshop en el formato exigido, tanto por capacidad como por distribución.
[redacted]. Es un espacio con un valor patrimonial singular y un entorno privilegiado junto a la [redacted]. A nivel de imagen, representa un venue emblemático y de alto impacto. No obstante, al igual que ocurre con [redacted], la documentación técnica aportada hace ver la imposibilidad de acoger las jornadas por no cumplir con las dimensiones mínimas establecidas.
[redacted] es una finca con amplios jardines, buen acceso y un espacio interior atractivo y versátil. Se trata de un venue elegante y con facilidad de aparcamiento, lo que constituye un punto a favor respecto a otras opciones. Sin embargo, como ya se ha señalado en casos similares (p. ej. Córdoba), su ubicación lejana del centro histórico podría suponer un riesgo en la asistencia.
Otros espacios contactados. Un total de 11 espacios, la mayoría sin disponibilidad por el momento. 3 de ellos sí cuentan con disponibilidad y cumplen con los requisitos mínimos solicitados en pliego.

MÁLAGA:

[redacted] + Otros espacios contactados.

[redacted]. Aunque el espacio es atractivo y potencialmente válido, la valoración debe ser prudente debido a la insuficiente definición técnica, pues en la oferta se nombra que dispone de 800m2 distribuidos en dos plantas, pero los planos de los salones propuestos no facilitan información de dimensiones de cada uno.

[redacted] es un espacio conocido y valorado, donde además ya se han celebrado jornadas profesionales en ediciones anteriores. No obstante, a pesar de sus buenas prestaciones y el equipamiento adecuado, se trata de un espacio limitado, especialmente en su sala principal, que puede quedar justo para un montaje perimetral de 50–60 mesas con zonas de paso amplias.

[redacted], por su parte, es también un espacio con atractivo singular. Además, dispone de salas amplias que, en principio, resultan adecuadas para el formato requerido. Su estética y trayectoria lo convierten en un espacio valorable de forma positiva.

Otros espacios contactados. De los 11 espacios detallados, solamente 1 está disponible y cumple con requisitos mínimos.

Dinamización durante workshop.

Dinámica básica y sin complejidad, [redacted], pero que no interrumpe el sistema de trabajo de las reuniones profesionales y que sí incentiva que los agentes de viaje invitados visiten y se reúnan con todas las empresas andaluzas.

PROCEDIMIENTO:

[redacted]

De esta forma, podremos [redacted], de forma informatizada. Cuantas más visitas registren en su [redacted]. Sin mención específica de la gestión de los [redacted]. La información de los ~~ganadores~~ queda automáticamente registrada y se evitan posibles pérdidas del contacto para poder facilitar a los empresarios/entidades el contacto con los agentes premiados.

Sin mención de [redacted].

MAKYRE TOTAL 15 PUNTOS

La oferta presentada por MAKYRE cumple con el requisito de incluir un mínimo de dos propuestas por ciudad, aportando información suficiente para un análisis ágil y detallado. No obstante, aunque se facilita contenido descriptivo, la documentación técnica no siempre es completa: algunos enlaces remiten a páginas web con información general del venue y, en otros casos, no se incluyen planos, o bien no aparece detalle preciso de dimensiones y aforos.

En cuanto al enfoque de la selección, del total de 44 espacios propuestos, un 63,6 % corresponde a palacios de congresos o auditorios, mientras que solo un 36,4 % se ajusta realmente al perfil demandado en el pliego de prescripciones técnicas (hoteles 5* o venues singulares con atractivo para la convocatoria). Aunque la oferta cumple formalmente el pliego, esta proporción revela una

propuesta muy orientada a espacios congresuales y una escasa presencia de venues con encanto, que aportarían mayor valor experiencial y capacidad de atracción de asistentes.

Además, en varias ciudades se indican metros totales del venue o capacidades generales, añadiendo que se "combinarán" salones hasta alcanzar las dimensiones requeridas en pliego. Esta práctica evidencia una propuesta poco contrastada o excesivamente genérica, que no permite asegurar que exista un contacto previo con todos los recintos ni una verificación real de su disponibilidad o adecuación técnica. Asimismo, en muchos casos los palacios de congresos ofertados cuentan con salones muy grandes y difíciles de acotar, lo que complica la creación de un ambiente atractivo y adecuado al formato de las jornadas.

Por otro lado, la estructura del evento está bien desarrollada: se describe con claridad la implantación del workshop, el montaje, la disposición de mesas, la mesa de hospitality y las necesidades técnicas de conectividad y suministro eléctrico. A nivel operativo, la empresa define un equipo humano completo para cada sede (técnicos, azafato/a, soporte audiovisual, fotógrafo), lo que garantiza la correcta ejecución de la jornada.

El equipamiento audiovisual incluido ([redacted]) resulta adecuado, y los apartados de transporte y alojamiento están correctamente planteados, contemplando reservas, códigos de descuento y bloqueos de autobuses, lo que aporta seguridad organizativa.

En términos generales, la oferta es correcta, extensa y con buena base técnica, especialmente en lo relativo al desarrollo operativo del evento y la utilización de fichas individuales por venue (con información sintetizada y de fácil lectura) contribuye a agilizar la comparación y valoración de cada espacio. Sin embargo, el elevado peso de palacios de congresos, la limitada presencia de venues singulares y la falta de documentación técnica consistente en parte de los espacios reducen la aportación diferenciadora de la propuesta en el apartado de selección de venues.

JJPP Pamplona, Logroño y Zaragoza:

PAMPLONA:
[redacted], se considera un espacio poco atractivo e impersonal, tal y como se ha señalado en valoraciones similares de otros palacios de congresos. Dos salas propuestas que cumplen con mínimos requeridos en PPT, salas de dimensiones muy grandes y difíciles de decorar y acotar.
[redacted], edificio polivalente y multifuncional ubicado en Pamplona y diseñado para albergar eventos deportivos, culturales y corporativos. No se considera un lugar emblemático, pero sí de referencia para organización de eventos. Dos salas propuestas con capacidad y dimensiones suficientes para la celebración de las jornadas.

LOGROÑO:
[redacted] – [redacted]. Este tipo de espacios, aun siendo funcionales para congresos o convenciones, no se ajusta a los criterios de singularidad, diferenciación y valor añadido solicitados en el PPT aunque por dimensiones sea factible.
[redacted] es un espacio emblemático y muy representativo de la ciudad, con un notable atractivo para la convocatoria. Su carácter histórico y su imagen vinculada al [redacted] pueden añadir valor experiencial al evento. Dos salas diferenciadas para las jornadas de las que tenemos observamos las dimensiones y aforo de cada una, pero no los planos. Las fotografías de la sala destinada al workshop se observan con disposición de numerosas columnas que hacen pensar, obstaculizan la correcta disposición de mesas en el perímetro de la sala.

ZARAGOZA:

[redacted]. Espacio sin atractivo y que no cumple con solicitado en PPT según tipología de espacios a valorar. Salón propuesto de grandes dimensiones y con las mismas dificultades en cuanto a decoración del espacio y acotamiento.
En cuanto a [redacted] se trata de un espacio de referencia en la ciudad, con potencial para acoger eventos institucionales. Ficha técnica con dimensiones de los salones (algo reducidos), sin planos de los salones tal y como se solicita en PPT.

JJPP Andalucía en Cataluña:

BARCELONA:

[redacted]. Espacio de gran atractivo para la demanda y que puede garantizar el éxito de la convocatoria. Propuesta de salas con m2 suficientes para la correcta ejecución del evento.
[redacted]. Los enlaces de la ficha técnica de esta propuesta dirigen a la [redacted], por lo que debe valorarse como un espacio sin atractivo y prescindible.

Presentaciones Destino Castilla La Mancha:

TOLEDO:

[redacted]. Atendiendo a la capacidad indicada, el espacio propuesto podría resultar viable desde un punto de vista dimensional pero, por su propia tipología, se trata de un espacio de carácter congresual, funcional pero con un nivel de singularidad y atractivo limitado para la convocatoria, recibiendo por tanto una valoración equivalente a la otorgada a otros palacios de congresos analizados previamente.
[redacted], gestionado a través del [redacted]. Esta propuesta no puede ser objeto de valoración, ya que no se aporta información concreta sobre el espacio, ni se presenta una segunda opción de venue, tal y como establece el Pliego de Prescripciones Técnicas.

CIUDAD REAL:

[redacted]. Espacio funcional, donde se pueden celebrar este tipo de eventos, pero sin atractivo.
[redacted]. Este tipo de espacios, aun siendo funcionales para congresos o convenciones, no se ajusta a los criterios de singularidad, diferenciación y valor añadido solicitados en el PPT, estando más enfocados a la celebración de eventos [redacted], etc. Que a eventos profesionales. Por esto, no se consideran alternativas viables.

Presentaciones Destino Extremadura:

CÁCERES:

[redacted]. En este caso se aporta información completa, con enlace a web de ficha técnica donde se pueden ver las medidas, aforo y plano del espacio, en este sentido se considera un venue apropiado para la celebración de las jornadas. Sin embargo, nos encontramos con de nuevo con un [redacted], sin valor añadido para la convocatoria.
[redacted], ubicado en el [redacted], lugar emblemático de la ciudad y con atractivo que ayude al éxito de la convocatoria. El salón propuesto, aún sin planos, parece ser apto para el evento por el aforo indicado en la web, pero no se puede hacer una valoración estricta y positiva en este sentido.

BADAJOZ:

[redacted], sin atractivo para esta tipología de eventos, espacio frio e impersonal.

[redacted]. Hotel de 5 estrellas, cumple en cuanto a la tipología de venue valorada positivamente en el pliego. En la propuesta se observan dos salas diferenciadas para el workshop y para el cóctel sin detalle de nombre ni dimensiones de la misma, solamente aforo. En la web facilitada por la empresa licitadora se encuentran distintas salas donde además se detallan los m2 del listado de salas disponibles, sin poder identificar las seleccionadas por la empresa Makyre.

JJPP Andalucía en Bilbao:

BILBAO:

[redacted].

En este caso, la oferta presentada se limita exclusivamente a dos palacios de congresos, pese a que el propio pliego especifica que deben priorizarse espacios con encanto, sedes singulares y hoteles de categoría 5 estrellas para favorecer la atracción y la asistencia del público profesional. Bilbao es una ciudad con un amplio abanico de venues singulares, modernos y culturalmente relevantes, por lo que resulta llamativo que no se haya explorado ninguna de estas alternativas. Además, uno de los palacios propuestos ([redacted]) ni siquiera se encuentra en el centro urbano, sino en un municipio colindante.

JJPP Andalucía en Galicia:

CORUÑA:

[redacted] se considera un espacio con arquitectura moderna, sin mayor atractivo que este. Salas amplias frías, que en cuanto a capacidad cumplen con lo solicitado en pliego. Misma valoración para el espacio [redacted]. Venues con capacidad amplia para asumir el aforo de las jornadas y así se demuestra en las fichas técnicas con los m2 y planos e información de las webs facilitadas para su valoración.

SANTIAGO DE COMPOSTELA:

[redacted].

Además de lo ya comentado y valorado de las propuestas de espacios que no cuentan con prioridad en el PPT en cuanto a estética, valor y atractivo, que se vuelve a dar en esta ciudad. La información facilitada en este caso, no ayuda tampoco a valorar los salones escogidos para la celebración de las jornadas, pues se hablan de espacios en general, m2 en conjunto del venue y no se aportan planos con datos. Por esto, se dificulta la correcta valoración. Por ejemplo, en el caso del [redacted], el primer enlace te dirige al portal institucional de Compostela Cultura, donde se puede buscar el [redacted], con una simple descripción del espacio. En los dos enlaces proporcionados para ver los salones propuestos, vemos información del [redacted], con información del nº de salas, capacidad total, aforo máximo y mínimo, y m2 del área expositiva, sin diferenciación entre salas.

VIGO:

[redacted]. Propuesta de [redacted] para la celebración de las jornadas, en este caso con información completa del espacio, dentro de la tipología de Palacio de Congresos. Buena ubicación, cercana al centro de la ciudad.

A diferencia del [redacted], el [redacted], se encuentra a casi 16 km el centro de la ciudad, aspecto negativo en la valoración.

La decoración y estética de ambos espacios presentan un estilo muy clásico, que puede percibirse como poco actualizado para el tipo de evento previsto.

JJPP Andalucía en Levante:

MURCIA:

[redacted]. Sala multiusos con capacidad más que suficiente para albergar el aforo solicitado en PPT para este evento. Sin embargo, se vuelve a valorar un espacio con tipología Palacio de Congresos, donde, además de la estética y valor, también debemos tener en cuenta que se presenta propuesta con una sala de 1.200m2 para un espacio solicitado de unos 500m2 aprox. En este sentido, nos encontramos con la dificultad de acotamiento y decoración adecuados para ocultar el espacio sin uso.

[redacted]. A pesar de su atractivo global como complejo, la ausencia de documentación impide confirmar que las salas propuestas cumplen con los requisitos espaciales del PPT. La web general con información del venue da error, el enlace facilitado para ver el espacio propuesto para el workshop, te lleva a una web con información genérica del espacio y de los pabellones disponibles, sin más información que facilite la correcta valoración.

ALICANTE:

[redacted], espacio sin atractivo diferencial para la convocatoria lo que reduce su aportación al criterio de singularidad. En el aspecto logístico y de capacidad, es operativo y podría albergar un evento con los requerimientos técnicos establecidos en el PPT.

[redacted]. Es un espacio emblemático y de alto valor histórico y arquitectónico, situado en [redacted], restaurada y en perfecto estado de conservación. Cuenta con una sala diáfana, el venue ofrece amplitud suficiente para el montaje del workshop y una zona claramente diferenciada para el cóctel.

VALENCIA:

[redacted].

Los dos espacios propuestos para Valencia cumplen con los requisitos del pliego en cuanto a capacidad, infraestructura y viabilidad técnica para acoger las jornadas. Se trata de recintos versátiles, amplios y plenamente preparados para acoger congresos y ferias de gran formato.

Sin embargo, a pesar de su adecuación funcional, no aportan el atractivo ni la singularidad que se solicita en el PPT para favorecer la convocatoria y mejorar la experiencia de los asistentes. Ambos venues presentan una estética y distribución claramente enfocadas al sector congresual y expositivo, ofreciendo salas muy amplias, halls y espacios de grandes dimensiones cuyo carácter resulta excesivamente neutro y poco diferencial para un evento de estas características.

Asimismo, el tamaño de estos espacios, especialmente en el caso de los halls y salas de exposiciones, supone acotar o ambientar adecuadamente áreas tan extensas para generar un entorno más cercano, cálido y adaptado al formato de workshop resulta extremadamente complejo.

JJPP Andalucía en Castilla y León:

LEÓN:

[redacted] no resulta una elección adecuada para el tipo de evento solicitado. Se trata de un espacio impersonal, poco singular y alejado del tipo de venue preferente según el pliego. Aunque se aportan datos sobre dimensiones, las fotografías muestran salas excesivamente grandes, frías y poco acogedoras, lo que no contribuye al ambiente profesional y cercano que caracteriza estas jornadas.

[redacted] es un lugar emblemático, con atractivo y muy adecuado para la convocatoria, además de contar con una ubicación excelente dentro de la ciudad. Sin embargo, la propuesta propone algunas opciones de salones disponibles, sin información de dimensiones ni aforos, tampoco planos. El enlace web en este apartado te lleva a [redacted] donde se lee información de la [redacted] (información sin

interés para esta valoración). Con respecto al espacio propuesto para el salón del cóctel, de igual manera, no se consiguen datos concisos para poder valorar de una forma correcta.

VALLADOLID:

[redacted]. Cuenta con todos los medios necesarios para la realización de las jornadas, dimensiones más que suficientes. No se considera un espacio con atractivo para la convocatoria.

[redacted] es uno de los hoteles más emblemáticos del área, ubicado en un antiguo [redacted]. El espacio dispone de salones multifuncionales adecuados para el montaje del workshop y además, ya ha sido sede de jornadas profesionales anteriores, con muy buenos resultados.

JJPP Andalucía en Madrid:

[redacted]. Es especialmente llamativo que siendo Madrid una ciudad con tal abanico de venues singulares, modernos y culturalmente relevantes, y hoteles de 5*, se haya optado por una propuesta como [redacted], no siendo objeto de valoración positiva tal y como se especifica en el PPT.

Por otro lado, se propone el [redacted], que en este caso sí se considera una propuesta atractiva. Se proponen dos salas de 250m2 (para el workshop) y 180m2 (para el cóctel), totalmente insuficiente aún pudiéndose unir las dos salas.

Propuesta poco interesante para una ciudad como Madrid.

JJPP Andalucía en Andalucia:

SEVILLA:

[redacted]. Tipología Palacio de Congresos, espacios fríos e impersonales, salas demasiado grandes para la correcta decoración y acotamiento.

[redacted], hotel de 5* que cumple en este sentido con tipología requerida en pliego. Hotel emblemático de la ciudad y referente nacional e internacional en el ámbito MICE, situado a [redacted]. Según información facilitada en la oferta, la propuesta de salones cumple con necesidades mínimas para poder ejecutar las jornadas profesionales.

CÓRDOBA:

[redacted] es un espacio de carácter claramente congresual, con instalaciones amplias. La empresa aporta información detallada, lo que permite verificar adecuadamente la viabilidad técnica del montaje del workshop y del cóctel. No obstante, en coherencia con la línea aplicada en otras ciudades, se considera que este venue no encaja plenamente con el perfil de espacios con encanto, hoteles de 5* o lugares singulares que el pliego de prescripciones técnicas indica como preferentes para favorecer la convocatoria y reforzar la imagen del evento. Su estética y configuración funcional responden a un recinto ferial moderno, amplio, pero sin un atractivo diferenciador, similar al tratamiento que se ha dado a otros palacios de congresos en la valoración.

[redacted] es un hotel moderno, bien ubicado y de fácil acceso, lo que contribuye positivamente a la logística general de la jornada. La [redacted] cumple requisitos mínimos para la celebración de las jornadas.

GRANADA:

[redacted]. Aunque el espacio cumple técnicamente con los requisitos de capacidad y aporta documentación completa que da garantías operativas, su valoración en términos de singularidad y atractivo es limitada, al tratarse de un venue más orientado a eventos congresuales que a jornadas profesionales con componente experiencial.

Por su parte, el [redacted] es un hotel de 5 estrellas, por lo que cumple con la tipología preferente indicada en el pliego. Dispone de dimensiones y capacidades adecuadas, lo que aporta fiabilidad operativa. No obstante, es un venue más convencional, con menor atractivo singular para la convocatoria, aportando funcionalidad pero no un valor especialmente diferenciador.

MÁLAGA:

[redacted], como se viene indicando a lo largo de la valoración, aunque el espacio cumple técnicamente con los requisitos de capacidad y aporta documentación completa que da garantías operativas, su valoración en términos de singularidad y atractivo es limitada, al tratarse de un venue más orientado a eventos congresuales que a jornadas profesionales con componente experiencial.

[redacted], situado frente al mar en una de las zonas más emblemáticas de Málaga. Se trata de un espacio de referencia en la ciudad, con un alto atractivo arquitectónico e histórico, que encaja plenamente con el perfil de venues solicitados en el pliego de prescripciones técnicas, al ofrecer elegancia, singularidad, factores clave para reforzar la convocatoria y la percepción del evento. Además, la documentación aportada describe los salones disponibles y su configuración, facilitando información suficiente para valorar la idoneidad del espacio

Dinamización durante workshop.

La dinámica propuesta para los workshops se basa en un [redacted] A lo largo del workshop, los asistentes realizan un recorrido libre por las mesas y, mediante el [redacted] Esta mecánica permite recopilar datos útiles y, al mismo tiempo, dinamizar el flujo de visitas de manera natural.

La propuesta combina este circuito libre con [redacted]. Durante toda la dinámica, una [redacted].

Al finalizar el recorrido, se anuncia un [redacted]

La propuesta se complementa con una adaptación creativa por ciudad, otorgando a cada sede [redacted].

En conjunto, se trata de una dinámica estructurada, detallada y orientada a maximizar la interacción y el rendimiento del workshop, aportando un equilibrio notable entre creatividad, tecnología y control de resultados.

S22 DIGITAL S.L. TOTAL 15,9 PUNTOS

La propuesta presentada por la empresa licitadora muestra, a primera vista, una estructura amplia y aparentemente detallada, articulada mediante fichas descriptivas de los espacios en las que se incluyen apartados relativos a equipamiento, ubicación y accesibilidad, accesos y logística, justificación de la elección del venue y un resumen técnico. Asimismo, en la mayoría de las ciudades se incorpora una tabla comparativa con supuestas ventajas de cada espacio propuesto, lo que inicialmente facilita una lectura ordenada de la oferta.

No obstante, tras un análisis pormenorizado de la documentación aportada, se detectan importantes carencias en la calidad y fiabilidad de la información, que dificultan de manera significativa la correcta valoración técnica de los espacios. Aunque se incluye una tabla con enlaces a web oficial, fotografías y planos, esta estructura no se corresponde con la información real accesible, ya que en numerosos casos los enlaces remiten a páginas genéricas del venue, obligando a una navegación adicional sin garantía de encontrar la información requerida; en otros, los enlaces directamente no existen, no funcionan o corresponden a espacios ubicados en ciudades distintas. Esta situación se repite de forma recurrente a lo largo de toda la propuesta y genera confusión, restando rigor al planteamiento presentado.

De manera general, no se especifican los salones concretos ofertados para la celebración de las jornadas, ni se acredita su disponibilidad, ni se aportan planos fiables, dimensiones detalladas o configuraciones de montaje. Esta falta de concreción da la impresión de que, en muchos casos, los espacios no han sido contactados específicamente para esta licitación, y que la información utilizada responde a descripciones genéricas no contrastadas. En varios venues se hace referencia a auditorios de gran aforo, lo que evidencia una comprensión parcial del formato del evento, ya que el Pliego de Prescripciones Técnicas no contempla el uso de salas tipo auditorio con butacas fijas, sino espacios versátiles que permitan la implantación del workshop con mesas, circulación perimetral, zonas de trabajo y networking, así como la celebración posterior del cóctel.

Desde el punto de vista cualitativo, resulta relevante señalar que, del total de [redacted], un 64% corresponde a palacios de congresos, auditorios o espacios sin mayor atractivo. Asimismo, no se propone ningún hotel de 5 estrellas, pese a que el PPT prioriza de forma expresa este tipo de establecimientos o venues con encanto y atractivo diferencial como elementos clave para favorecer el éxito de la convocatoria.

JJPP Pamplona, Logroño y Zaragoza:

PAMPLONA:

[redacted]. [redacted] es una opción que cumple en términos de dimensiones y ubicación, si bien presenta un carácter impersonal y un bajo nivel de atractivo, en línea con lo ya señalado en valoraciones previas relativas a espacios de tipología similar (palacios de congresos). En este sentido, el venue no resulta adecuado ni para el desarrollo del workshop ni para la celebración del cóctel en los términos establecidos en el pliego.

La propuesta menciona dos espacios —[redacted]— sin concretar cuál de ellos se destinaría a cada una de las partes del evento. Asimismo, según la información disponible (web, material fotográfico y fichas técnicas), ambas salas responden a una configuración tipo auditorio, con disposición fija de asientos, lo que no se ajusta al formato operativo requerido para el evento. Además, no se indica si se contempla la [redacted], aspecto imprescindible para poder implantar la disposición perimetral de mesas, garantizar la circulación fluida de los asistentes y habilitar correctamente las zonas de trabajo y networking, tal como exige el Pliego de Prescripciones Técnicas.

[redacted] es un hotel de [redacted], categoría que no se ajusta a lo solicitado en el Pliego, donde se priorizan hoteles de 5 estrellas o venues con un marcado carácter singular. La propuesta incluye una descripción general del establecimiento y de su accesibilidad; no obstante, no se concreta el salón o salones seleccionados para la celebración del evento.

La información relativa a los espacios se remite de forma genérica a la web del hotel, donde se presentan todos los salones disponibles. Del análisis de dicha información se desprende que algunos espacios no cuentan con la capacidad necesaria para el formato del evento, mientras que otros sí podrían ser válidos. Sin embargo, al no especificarse de manera expresa qué salones se proponen, no es posible realizar una valoración técnica precisa sobre la adecuación real del venue al formato y requisitos establecidos en el pliego.

LOGROÑO:

[redacted], en su condición de palacio de congresos, responde a una tipología de espacio fundamentalmente funcional y neutra, orientada a la celebración de congresos y eventos de gran formato. Si bien sus dimensiones permitirían albergar el evento desde un punto de vista operativo, el espacio carece del nivel de singularidad y atractivo que el Pliego de Prescripciones Técnicas identifica como deseable para este tipo de jornadas.

Se trata de un venue con un carácter claramente institucional e impersonal, que no aporta elementos diferenciadores ni un valor añadido significativo a la convocatoria, en consonancia con la valoración realizada para otros espacios de características similares. En este sentido, aunque técnicamente viable, no se alinea con el espíritu del PPT, que prioriza espacios con encanto, identidad y capacidad para reforzar la experiencia del asistente y la imagen del destino.

[redacted] presenta una valoración equivalente a la realizada para [redacted], al tratarse igualmente de un espacio de tipología institucional, con un carácter impersonal y escaso atractivo para la convocatoria. En la documentación aportada y en los enlaces facilitados no se incluyen fotografías que permitan valorar adecuadamente el espacio, lo que limita el análisis visual del venue. Asimismo, el plano proporcionado corresponde a un auditorio con disposición fija de patio de butacas, sin que se especifique si dicha configuración es susceptible de ser modificada o desmontada. En ausencia de esta información, no puede confirmarse la viabilidad del montaje requerido en el pliego, especialmente en lo relativo a la implantación del workshop, la disposición perimetral de mesas y la correcta circulación de los asistentes.

En consecuencia, aunque el espacio pueda resultar funcional para otros formatos, no se acredita su adecuación al modelo de evento solicitado, lo que dificulta su valoración positiva en este apartado.

ZARAGOZA:

[redacted] presentan una valoración similar, al corresponder ambos a espacios de tipología congresual, con un carácter fundamentalmente funcional e impersonal, y un nivel de atractivo limitado para la convocatoria, en línea con lo señalado para otros palacios de congresos ya analizados.

En ninguno de los dos casos se aportan planos de los espacios propuestos, lo que impide verificar la adecuación real de las salas al formato del evento. En el caso concreto del [redacted], los enlaces facilitados conducen a una información genérica del recinto, sin especificación de salones concretos ni disponibilidad de material fotográfico que permita valorar la configuración y características de los espacios ofertados.

<u>JJPP Andalucía en Cataluña:</u>

BARCELONA:

[redacted].

Aunque el [redacted] responde a una tipología claramente [redacted], con espacios funcionales y en general de carácter impersonal, se trata de un venue de referencia y prestigio en la ciudad, ampliamente consolidado en la organización de eventos profesionales. Este posicionamiento y reconocimiento permiten que su valoración no sea tan negativa como la otorgada a otros espacios de similar tipología ya analizados.

No obstante, la información facilitada a través de los enlaces no incluye planos detallados de las salas, si bien sí se aportan datos de superficies y metros cuadrados de los distintos espacios, lo que permite una aproximación a su viabilidad técnica. En cuanto al material visual disponible, las fotografías resultan poco atractivas y excesivamente neutras, reforzando el carácter institucional del conjunto y aportando escaso valor añadido desde el punto de vista experiencial.

En conjunto, se trata de un espacio técnicamente válido y bien posicionado, aunque con limitaciones en términos de singularidad y atractivo visual para la convocatoria.

[redacted] se configura como uno de los referentes más destacados del patrimonio arquitectónico y cultural de Barcelona, destacando por su relevancia histórica, su carácter representativo y su fuerte valor simbólico. Cuenta con un alto grado de atractivo y se considera un espacio adecuado para la celebración de eventos profesionales, proyectando una imagen acorde

con el nivel y los objetivos de las jornadas. El espacio reúne todas las características y requisitos establecidos en el pliego, tanto en términos de singularidad como de adecuación funcional. Asimismo, los enlaces facilitados aportan información detallada y material fotográfico suficiente, lo que permite identificar y valorar correctamente el salón propuesto por la empresa licitadora y confirmar su idoneidad para el formato del evento.

Presentaciones Destino Castilla La Mancha:

TOLEDO:

[redacted]. Aunque por dimensiones del espacio la sala propuesta podría albergar el evento, no se obtienen planos para el correcto estudio de la propuesta. Como [redacted], en cuanto a atractivo para el éxito de la convocatoria tiene el mismo tratamiento que los espacios valorados anteriormente.
[redacted], gestionado con la ayuda del Convention Bureau. Sin valorar, pues no aporta ni información ni segunda opción como se obliga en el PPT

CIUDAD REAL:

[redacted] corresponden a espacios cuya tipología, si bien es funcional para congresos, ferias o convenciones, no se ajusta plenamente a los criterios de singularidad, diferenciación y valor añadido establecidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas. Se trata de recintos principalmente orientados a la celebración de eventos culturales, musicales, deportivos o expositivos, más que a encuentros profesionales de carácter comercial y relacional como los previstos en estas jornadas.
Aunque, desde un punto de vista estrictamente dimensional, algunos de los espacios podrían albergar el evento en términos de capacidad, no se consideran alternativas especialmente atractivas para favorecer la convocatoria ni para reforzar la experiencia del asistente. A esta circunstancia se suma una importante carencia documental: en el caso del [redacted], los enlaces facilitados resultan incorrectos o inoperativos, derivando en unos casos a errores de acceso y en otros a espacios ubicados en ciudades distintas (como [redacted]). Una situación similar se produce con el [redacted], cuyos enlaces funcionales conducen igualmente a información correspondiente a otra ciudad.
Esta falta de información fiable y específica impide realizar una valoración técnica completa y rigurosa, lo que penaliza significativamente la idoneidad de las propuestas planteadas para la ciudad de Ciudad Real.

Presentaciones Destino Extremadura:

CÁCERES:

[redacted] presentan una problemática similar a la detectada en las propuestas de Ciudad Real, al no funcionar correctamente los enlaces facilitados, lo que dificulta e impide una valoración técnica adecuada de ambos espacios.
A partir de la información textual incluida en la propuesta, se desprende que el [redacted] se encuadra dentro de la tipología de espacios congresuales, mientras que el [redacted] podría considerarse un venue con mayor atractivo para la convocatoria. No obstante, la ausencia de información detallada limita su evaluación y no permite confirmar plenamente su adecuación al formato del evento.

BADAJOZ:

[redacted] se encuadran dentro de una tipología de espacios con escaso atractivo para este tipo de eventos, presentando un carácter frío e impersonal. La documentación aportada resulta insuficiente, ya que los enlaces facilitados no funcionan y únicamente se dispone de una descripción textual genérica, sin apoyo de material

gráfico, planos ni información técnica que permita realizar una valoración completa y rigurosa de los espacios propuestos.

JJPP Andalucía en Bilbao:

BILBAO:
[redacted] se encuadra dentro de la tipología de palacio de congresos, si bien se trata de un espacio de referencia en el centro de la ciudad, con una ubicación que facilita notablemente el acceso de los asistentes. Los espacios observados presentan dimensiones suficientes y una configuración que permitiría el desarrollo de las jornadas profesionales desde un punto de vista operativo.
[redacted], por el contrario, es un espacio de escaso atractivo para la convocatoria, además de encontrarse ubicado fuera del núcleo urbano de Bilbao, en un municipio colindante, circunstancia que puede afectar negativamente tanto a la logística como a la asistencia. [redacted] constituye un venue singular y altamente atractivo, reconocido como espacio de referencia para la celebración de eventos. Se trata de un entorno en el que ya se han organizado jornadas de características similares, con una experiencia positiva tanto a nivel de gestión como de adecuación de los salones. Asimismo, la percepción del público ha sido favorable, contribuyendo de manera significativa al éxito de la convocatoria.

JJPP Andalucía en Galicia:

CORUÑA:
[redacted] se configura como un espacio de diseño contemporáneo, cuyo principal valor reside en su arquitectura moderna, sin aportar otros elementos especialmente diferenciadores desde el punto de vista del atractivo para la convocatoria. Las salas, de grandes dimensiones y carácter neutro, cumplen con los requisitos de capacidad establecidos en el pliego, si bien transmiten una sensación algo fría.
Una valoración similar se aplica a [redacted], que presenta igualmente espacios amplios y funcionales. Ambos venues disponen de capacidad suficiente para albergar el aforo previsto, circunstancia que queda acreditada mediante la información técnica disponible, sin atractivo real para la convocatoria de invitados.

SANTIAGO DE COMPOSTELA:
[redacted], con capacidad y medios técnicos suficientes para albergar las jornadas profesionales, pero [redacted]. Sin valorar, pues no aporta información alguna y no se contempla como segunda opción como se obliga en el PPT

VIGO:
[redacted]. El espacio cuenta con una ubicación favorable, próxima al centro urbano, y responde a la tipología habitual de palacio de congresos. No obstante, la valoración del venue resulta inviable debido a la deficiente y confusa documentación aportada. Los enlaces facilitados para ampliar la información técnica conducen, en varios casos, a páginas inexistentes o a contenidos correspondientes a otros espacios ajenos a Vigo (Alicante y Valencia), sin relación con el venue propuesto. La información disponible se limita a descripciones genéricas, sin planos, dimensiones ni material gráfico fiable que permita verificar la adecuación del espacio a los requisitos del PPT.

[redacted]. Se reproduce la misma problemática que en el caso anterior. La documentación aportada es meramente descriptiva y genérica, y los enlaces facilitados no funcionan correctamente o redirigen a sedes electrónicas y auditorios de otras ciudades.
Ante la ausencia de información técnica mínima, la inconsistencia de los enlaces y la falta de documentación gráfica y dimensional, no es posible proceder a la valoración de ninguno de los dos espacios.

JJPP Andalucía en Levante:

MURCIA:
[redacted].
Ambos espacios disponen de salas multiusos con capacidad suficiente para albergar el evento conforme al aforo previsto, sin embargo, la información aportada se limita a una descripción genérica, acompañada de enlaces igualmente erróneos o no operativos (dichos enlaces no funcionan o redirigen a espacios ajenos a la propuesta, como el [redacted], así como a la [redacted]).

ALICANTE:
[redacted]
Ninguno de los dos espacios aporta un valor añadido en términos de atractivo o diferenciación que refuerce la convocatoria, lo que limita su contribución al criterio de singularidad. Desde el punto de vista funcional y logístico, ambos resultarían viables, ya que cuentan con la capacidad necesaria para acoger un evento que cumpla los requisitos técnicos establecidos en el PPT. No obstante, vuelve a detectarse una deficiente aportación de enlaces y documentación web, circunstancia que dificulta el análisis técnico y condiciona una valoración completa y contrastada de las propuestas.

VALENCIA:
[redacted] se encuadra dentro de la tipología de espacios congresuales ya analizados en otras ciudades, con un carácter principalmente funcional y sin aportar un atractivo diferencial para la convocatoria.
[redacted] es un espacio ampliamente conocido y que ha acogido estas jornadas en ediciones anteriores, lo que permite considerarlo, a priori, como un venue adecuado y con atractivo. No obstante, en la presente oferta no se especifica el salón concreto propuesto, ni se aportan datos técnicos que permitan confirmar su idoneidad para el formato del evento.
De manera general, en ambos casos se repite la misma problemática detectada en otras ciudades, con información excesivamente genérica y enlaces web erróneos o no operativos, lo que dificulta el análisis técnico y no permite una valoración completa y contrastada de los espacios propuestos.

JJPP Andalucía en Castilla y León:

LEÓN:
[redacted].
[redacted] se presenta con una descripción genérica y escasamente desarrollada, sin aportar documentación técnica. La web oficial del espacio no funciona y el resto de los enlaces facilitados redirigen, en su mayoría, al [redacted], lo que impide contrastar información específica del venue. Por su tipología y carácter, el [redacted] no se considera una opción adecuada para el formato y los objetivos del evento solicitados en el pliego. [redacted], por el contrario, es un espacio emblemático de gran valor patrimonial, con un alto grado de atractivo para la convocatoria. Su ubicación céntrica y su carácter singular lo convierten en una opción muy adecuada para la celebración de las jornadas, alineándose plenamente con los criterios de singularidad y valor añadido establecidos en el PPT.

VALLADOLID:

[redacted] presentan una tipología similar a otros recintos ya valorados: espacios funcionales pero impersonales, sin atractivo diferencial y alejados del perfil preferente solicitado en el pliego, pese a contar con capacidad suficiente para el aforo previsto. En el caso del [redacted], además, los espacios mostrados corresponden a auditorios con butacas, sin que se aclare la posibilidad de adaptación al montaje requerido para el workshop y el cóctel.

JJPP Andalucía en Madrid:

En el caso [redacted], si bien se detecta nuevamente la problemática de enlaces erróneos en la documentación facilitada por la empresa licitadora, la web oficial del espacio sí aporta información detallada sobre los distintos salones disponibles. Aunque la propuesta no concreta el salón seleccionado para la celebración de las jornadas, se constata que existen varios espacios con capacidad suficiente para el desarrollo del evento. Asimismo, se trata de un venue con alto atractivo y prestigio, adecuado para favorecer la convocatoria.

[redacted] presenta igualmente un carácter singular y un elevado reconocimiento institucional, lo que le confiere un notable valor añadido para este tipo de acciones. En términos generales, recibe una valoración similar a la [redacted], al cumplir con los criterios de atractivo y adecuación establecidos en el pliego.

JJPP Andalucía en Andalucia:

SEVILLA:

[redacted]

El [redacted] se valora de forma muy limitada, ya que, aunque cuenta con capacidad suficiente para albergar el evento, responde a una tipología eminentemente congresual, funcional pero sin aportar singularidad ni atractivo diferencial para la convocatoria, en línea con la valoración realizada para otros espacios de características similares.

[redacted] es un espacio emblemático y de alto prestigio, con un indudable valor simbólico y atractivo para la celebración de eventos institucionales. No obstante, no es posible realizar una valoración técnica completa de la adecuación y capacidad de los salones propuestos, ya que las webs facilitadas no permiten acceder a información detallada sobre dimensiones o distribución. Según la descripción aportada en la oferta, existiría la posibilidad de disponer de espacios con capacidad aproximada para 300 personas, si bien esta información no puede ser verificada documentalmente.

CÓRDOBA:

[redacted], ubicado frente a la [redacted], es un edificio singular de alto valor histórico y cultural, circunstancia que le confiere un atractivo añadido para la convocatoria. Los salones propuestos cuentan con capacidad suficiente y una configuración adecuada para albergar correctamente la celebración de las jornadas profesionales.

[redacted], aunque se trata igualmente de un inmueble histórico y representativo, no resulta adecuado para la celebración de estas jornadas. La documentación aportada es insuficiente, ya que los enlaces facilitados remiten a fuentes no técnicas (Wikipedia y un blog), sin información relevante para su evaluación. Según la descripción incluida en la propuesta, el espacio dispone de un auditorio con capacidad para 250 personas, así como salas de reuniones y áreas expositivas que no se ajustan al formato ni a las necesidades operativas requeridas para este tipo de evento.

GRANADA:

[redacted] recibe la misma valoración que otros espacios de tipología congresual, con carácter funcional y escaso atractivo diferencial. [redacted], ubicado en la [redacted], es un espacio de alto valor patrimonial y atractivo, si bien no se aporta información técnica verificable sobre los salones para eventos. Aunque en la descripción de la oferta se indica que dispone de espacios con capacidad para entre 200 y 250 personas, esta información no puede confirmarse documentalmente, lo que limita su valoración.

MÁLAGA:

[redacted] reciben una valoración similar a la realizada para la ciudad de Granada. El [redacted] responde a una tipología claramente congresual, funcional pero sin aportar un atractivo diferencial para la convocatoria.
En el caso del [redacted], la web oficial ofrece información exclusivamente relacionada con la actividad museística, sin referencias claras a la celebración de eventos ni a la disponibilidad de espacios para ello. En la descripción incluida en la propuesta se menciona la existencia de un auditorio con capacidad aproximada para 200–250 personas, así como salas de apoyo y patios, si bien no se aporta documentación técnica ni información contrastable que permita verificar la adecuación real del espacio para el formato del evento.

Dinamización durante workshop.
La propuesta "[redacted]" plantea una actividad de dinamización cultural durante el workshop basada en el [redacted] como elemento identitario de Andalucía, concebida como una [redacted]. La acción combina una breve [redacted].

La actividad se integra estratégicamente en el desarrollo del evento, ya sea como interludio entre rondas de reuniones o como transición hacia la parte social y gastronómica, permitiendo romper la dinámica estrictamente profesional de la primera parte del workshop, relajar el ambiente y renovar la atención de los participantes. Este cambio de ritmo favorece un clima más distendido y propicio para el networking posterior.

Desde el punto de vista conceptual y técnico, la propuesta está alineada con la marca Andalucía, es fácilmente adaptable a los espacios previstos y requiere un montaje sencillo y compatible con los requisitos del pliego. Por otro lado, se considera que la inclusión de una [redacted] en una fase del evento destinada al desarrollo de reuniones profesionales y al trabajo en formato workshop no resulta adecuada desde el punto de vista funcional. Se trata de una actividad con un alto [redacted], pero que, planteada de forma participativa y durante el transcurso de las reuniones, puede interferir en la dinámica de trabajo, la concentración de los asistentes y el correcto desarrollo de los encuentros entre oferta y demanda. En este contexto, la propuesta no se ajusta al objetivo principal de esta parte del evento, que requiere un entorno propicio para la conversación, el intercambio profesional y el networking estructurado.

MENÚ CÓCTEL/DEGUSTACIÓN PRODUCTOS ANDALUCES. Máximo 10 puntos.

ACCIONA INGENIERIA : TOTAL 9 PUNTOS

Menú cóctel:
La empresa, cumple formalmente el requisito mínimo del PPT, ofreciendo 2 opciones de menús, incluso se observan alternativas extras en la mayoría de los espacios.

Las propuestas muestran variedad conceptual y una intención de ofrecer un cóctel de calidad, pero predominan los menús de [redacted] y opciones locales no vinculadas a Andalucía. Además, en el apartado de [redacted], la propuesta incluye referencias genéricas o específicas de la comunidad autónoma donde se celebra la jornada, pero no [redacted] andaluces, lo cual debilita aún más la conexión con el destino. La gastronomía propuesta no refuerza, salvo en el [redacted], valores del destino.

Tampoco se hace referencia a la gestión de alergias, intolerancias o requerimientos alimenticios específicos, a pesar de ser un requisito explícito del PPT. Tampoco se indica el número de camareros asignados al servicio, ni la ratio de personal por comensal, otro punto obligatorio.

Dinámica degustación productos andaluces durante workshop:
La empresa plantea la [redacted], operativo durante toda la actividad. Su finalidad [redacted], que pueden servirse de manera autónoma entre reuniones.

El [redacted] incluye [redacted].

Aunque la propuesta es amplia, cuidada y bien representativa, no encaja plenamente con la dinámica operativa que exige el PPT para el workshop. Esta propuesta puede alterar el objetivo principal del workshop, que es garantizar la rotación fluida y continua de los agentes de viaje por todas las mesas de la oferta andaluza, invitando a los asistentes a detenerse en [redacted], desviando el foco del propósito central del evento.

Por otro lado, en PPT indicado que deben presentarse un mínimo de 2 propuestas y en este caso, se observa una única opción.

COMUNICACIÓN IBEROAMERICANA TOTAL 7,5 PUNTOS

Menú cóctel:
La propuesta gastronómica presentada por Comunicación Iberoamericana muestra una orientación clara hacia la cocina andaluza y aporta 2 ideas atractivas desde un punto de vista conceptual. No obstante, presenta carencias significativas respecto a lo solicitado en el PPT y en relación con la viabilidad real de la ejecución.

En primer lugar, la oferta no menciona la gestión de alergias, intolerancias ni requerimientos alimentarios específicos, pese a ser un requisito explícito del pliego. Tampoco se indica el número de camareros, la ratio de servicio ni la estructura operativa del personal, elementos imprescindibles para garantizar la correcta ejecución de un cóctel profesional.

Aunque se presenta un "[redacted]" en cada una de las ciudades, esta propuesta resulta muy atractiva a nivel conceptual pero difícilmente realizable

en la práctica. No se aportan detalles logísticos ni operativos que expliquen cómo se llevaría a cabo la intervención de distintos [redacted], y además existen limitaciones importantes:

- [redacted]la mayoría de venues y hoteles no permiten la entrada de [redacted]
- conlleva costes adicionales importantes.

Por otro lado, la empresa solo presenta dos ejemplos generales de cóctel andaluz, que son atractivos y coherentes con la identidad del destino pues indica que los menús son solo orientativos y se adaptarían a cada ciudad.

Dinámica degustación productos andaluces durante workshop:
En relación con la dinámica de degustación durante el workshop, la empresa propone la instalación de una [redacted]. Aunque esta acción posee valor promocional y contribuye a reforzar la identidad gastronómica andaluza, no encaja plenamente con la operativa del workshop definida en el PPT. La presencia de una [redacted] puede interrumpir la rotación fluida de los agentes de viaje, fomentar que los asistentes se detengan prolongadamente en la zona de [redacted] y alterar la finalidad principal del workshop, que es favorecer reuniones profesionales continuas y garantizar que todos los agentes visiten todas las mesas. Además, en este apartado el pliego exige dos propuestas de dinamización o degustación, y en este caso la empresa solo aporta una única opción.

Aunque presentar dos propuestas genéricas cumple con el mínimo exigido por el pliego, no supone una respuesta realista a la complejidad operativa de un circuito en 22 ciudades.
Las propuestas con más alternativas demuestran una capacidad técnica y logística superior, aseguran una mejor adaptación a las características de cada venue y ofrecen mayores garantías de éxito.

INTEGRACIÓN AGENCIAS DE VIAJE: TOTAL 4 PUNTOS

Menú cóctel:
La empresa, cumple formalmente el requisito mínimo del PPT, ofreciendo 2 opciones de menús, incluso se observa 1 alternativa extra.

Las propuestas muestran intención de ofrecer un cóctel de calidad incluyendo referencias específicas de Andalucía, también vinos y bebidas de la región, lo cual incrementa la conexión con el destino. Reforzando así los valores del destino. Las propuestas de menús, si bien son amplias y enmarcan un gran número de platos típicos de la región de forma independiente, en todas las opciones son platos muy repetitivos entre sí.

No se hace referencia a la gestión de alergias, intolerancias o requerimientos alimenticios específicos, a pesar de ser un requisito explícito del PPT. Tampoco se indica el número de camareros asignados al servicio, ni la ratio de personal por comensal, otro punto obligatorio.

Dinámica degustación productos andaluces durante workshop:
No se hace referencia.

VIAJES EL CORTE INGLÉS, S.A. TOTAL 9 PUNTOS

Menú cóctel:
La propuesta de menú cóctel presentada destaca por su amplitud y nivel de detalle, ya que no solo cumple con el mínimo requerido en el pliego (2 propuestas de menú), sino que ofrece dos opciones de menú por cada espacio propuesto, lo que multiplica significativamente el número de combinaciones disponibles. Este trabajo resulta especialmente valorable, pues demuestra una planificación gastronómica amplia y adaptable, favoreciendo la calidad y éxito del servicio en cada ciudad.

En términos operativos, la empresa especifica que el servicio será atendido por camareros profesionales contratados exclusivamente para el evento, con un montaje adecuado mediante mesas altas vestidas, lo que garantiza un desarrollo fluido y cómodo durante el cóctel.

La revisión general de los menús confirma que existe una presencia clara y consistente de productos andaluces, [redacted]. Esto refleja un buen alineamiento con la identidad gastronómica de Andalucía. No obstante, también se incluyen elaboraciones y bebidas [redacted], lo que en algunos casos diluye parcialmente el valor cultural del menú.

Como aspectos mejorables, la propuesta no menciona expresamente la adaptación a alergias o necesidades alimentarias especiales, un punto importante en la organización de eventos profesionales. Asimismo, en determinados menús se observa ausencia de bebidas, o bien bebidas que no pertenecen a Andalucía, lo que podría reforzarse para alinearse aún más con el criterio de representatividad territorial.

Dinámica degustación productos andaluces durante workshop:
En cuanto a la dinámica de degustación de productos andaluces durante el workshop, VECI propone dos opciones — [redacted]. Esta iniciativa se valora muy positivamente, dado que [redacted] sin interferir en la dinámica de trabajo ni en la rotación de reuniones del workshop. Además, permite [redacted], permitiendo aumentar el grado experiencial al visitante.

MAKYRE TOTAL 6 PUNTOS

Menú cóctel:

La propuesta gastronómica presentada por MAKYRE incluye dos opciones de menú cóctel, cumpliendo con el requisito mínimo establecido en pliego. Ambas opciones reflejan adecuadamente la identidad andaluza, incorporando [redacted] que refuerzan la coherencia cultural de la degustación.

Los menús incluyen una combinación equilibrada de [redacted], entre otros. La oferta de bebidas también es correcta, con vinos con [redacted], contribuyendo a una experiencia sensorial alineada con la imagen de Andalucía.

Asimismo, la propuesta detalla algunos aspectos operativos del servicio (número estimado de camareros, mesas de apoyo o criterios sanitarios) lo que aporta una base técnica coherente.

No obstante, al igual que ocurre en otras ofertas licitadoras, aunque MAKYRE cumple con el mínimo al presentar dos menús, la propuesta resulta poco realista para ser aplicada de forma uniforme en las distintas ciudades y tipologías de venues incluidos en la ruta de todas las Jornadas Profesinales, especialmente considerando que no se explica cómo se adaptaría la implantación, la producción o la logística a espacios tan heterogéneos (palacios de congresos, hoteles 5*, bodegas, etc). Esta ausencia de adaptación específica limita la operatividad real del menú.

Por otra parte, las dos opciones resultan algo cortas en variedad, especialmente si se compara con otras ofertas que presentan propuestas más amplias, más completas o con mayor número de alternativas para su elección.

La propuesta de MAKYRE es correcta y alineada con la identidad gastronómica andaluza, cumpliendo los requisitos técnicos del pliego. Sin embargo, su alcance es limitado, tanto por la falta de adaptación logística a cada sede como por la brevedad y escaso desarrollo de las opciones de menú.

Dinámica degustación productos andaluces durante workshop:

No se encuentra información de este apartado.

S22 DIGITAL S.L. TOTAL 8 PUNTOS

Menú cóctel:

La propuesta de S22 DIGITAL presenta un desarrollo muy extenso, coherente y trabajado a nivel conceptual, planteando la gastronomía como un relato identitario de Andalucía y no únicamente como un servicio de catering. El enfoque se articula en torno a un ~~storytelling gastronómico~~, donde cada ciudad sede [redacted], reforzando la narrativa cultural del evento.

La propuesta gastronómica presentada se caracteriza por su extensión y grado de desarrollo, ya que no se limita a cumplir el requisito mínimo del pliego de ofrecer dos menús, sino que plantea dos opciones diferenciadas para cada uno de los espacios propuestos. Esta amplitud de alternativas incrementa notablemente las posibilidades de adaptación a cada sede y tipología de venue, evidenciando una planificación cuidada y una clara orientación a garantizar la calidad y correcta ejecución del servicio en cada ciudad.

La propuesta destaca claramente frente a otras por la profundidad del discurso gastronómico, el uso del producto andaluz como eje narrativo y la integración de valores como territorio, identidad, sostenibilidad y cultura.

Presencia recurrente de [redacted], lo que refuerza el objetivo promocional de Andalucía como destino gastronómico. Buena alineación con la marca Andalucía desde el punto de vista culinario. La incorporación de [redacted] vinculados a cada ciudad andaluza representada aporta dinamismo, diferenciación y contenido experiencial, reforzando el momento del cóctel como [redacted].

Ratios de personal, duración del servicio y número de pases bien definidos.

No obstante, ese mismo nivel de ambición conceptual no siempre se acompaña de un desarrollo logístico suficientemente detallado, especialmente teniendo en cuenta la diversidad de sedes y espacios propuestos a lo largo de toda la gira.

Dinámica degustación productos andaluces durante workshop:
La actividad [redacted] se plantea como una propuesta gastronómica dinámica y experiencial, basada en la [redacted]. El formato permite a los asistentes observar el [redacted], generando un [redacted] por la diversidad gastronómica de Andalucía.

Desde el punto de vista conceptual, la actividad refuerza la identidad cultural y gastronómica andaluza, aporta dinamismo al evento y resulta atractiva desde una perspectiva experiencial y divulgativa.

No obstante, integrada en el contexto de unas jornadas profesionales con un marcado objetivo de negocio y networking, esta propuesta puede diluir el foco comercial del evento, ya que desplaza la atención de los participantes hacia la [redacted] y reduce el tiempo y la concentración dedicados a la interacción profesional entre oferta y demanda. El carácter visual, participativo y

sensorial del [redacted] puede generar distracción y fragmentar la dinámica de negocio, especialmente si se desarrolla de forma simultánea o muy próxima al espacio destinado a las reuniones.

DINAMIZACIÓN DURANTE CÓCTEL. Máximo 10 puntos.

ACCIONA INGENIERIA TOTAL 5,5 PUNTOS

La propuesta de dinamización durante el cóctel presentada por Acciones INGENIERIA incluye dos tipologías de [redacted] representativas de la identidad andaluza, [redacted], lo que garantiza la conexión con la identidad cultural del destino. Ambas actividades son adecuadas para el formato del cóctel y contribuyen a generar un ambiente elegante y profesional. Sin embargo, las dos propuestas son muy similares entre sí ([redacted]) y no aportan variedad artística. No se proporcionan enlaces audiovisuales, ni información logística.

En resumen, aunque esta empresa que presentan dos propuestas de dinamización y cumple formalmente con el PPT, su oferta es básica, poco variada y limitada para un circuito nacional de 22 ciudades. Las propuestas más amplias y diversas aportan una mejor representación de la riqueza cultural andaluza, permiten evitar la repetición en diferentes ciudades y demuestran mayor capacidad de adaptación, por lo que deben recibir una valoración superior dentro del juicio de valor.

COMUNICACIÓN IBEROAMERICANA TOTAL 7 PUNTOS

La propuesta de dinamización durante el cóctel presentada por Comunicación Iberoamericana incluye dos tipologías de actividades culturales representativas de la identidad andaluza, que aportan variedad, atractivo y coherencia con el enfoque solicitado en el PPT. Ambas categorías —[redacted]— constituyen alternativas diferenciadas y complementarias, alineadas con la cultura y el carácter del destino.

-[redacted]. La empresa presenta una actividad compuesta por una primera parte de [redacted]. La descripción es amplia y detallada, y la actividad es coherente con la cultura andaluza.
No obstante, la oferta no incluye ningún enlace a vídeo o web, tal como exige el PPT para este apartado. Tampoco se menciona el nombre de un [redacted] concreto ni se facilita material audiovisual que permita comprobar el estilo, el nivel artístico o la adecuación del espectáculo. La propuesta es atractiva y pertinente, pero incompleta en términos documentales, ya que no cumple totalmente el requisito de aportar enlace a la actuación.

[redacted]. Se proponen [redacted], ambos andaluces, lo que refuerza la coherencia cultural y la adecuación al espectáculo solicitado. La oferta incluye enlaces de cada uno, así como descripciones completas. La actividad es dinámica, cercana al público, aportando entretenimiento sin interferir en la operativa del evento.

INTEGRACIÓN AGENCIAS DE VIAJE: TOTAL 7 PUNTOS

La oferta cumple formalmente con el pliego al presentar 3 propuestas completas, todas ellas vinculadas a tradiciones culturales andaluzas, centrándose en un eje temático: [redacted]. No obstante, la oferta no incluye ningún enlace a vídeo o web, tal como exige el PPT para este apartado.

[redacted]

El [redacted] tienen un atractivo nacional consolidado. Funcionan como un "puente emocional" que genera cercanía y rompe el hielo entre los asistentes, independientemente de su origen. En otras ciudades, este tipo de actuaciones se perciben como algo auténtico, fresco y diferente. Estas dinámicas fomentan la participación, el comentario espontáneo y la interacción natural entre los asistentes, facilitando que agentes y empresas conversen en un ambiente relajado sin formalismos.

Aunque estas opciones son culturalmente válidas, la propuesta muestra poca variedad artística, sin incorporar otros recursos culturales relevantes de Andalucía ([redacted].). Esta falta de diversidad puede reducir la capacidad de adaptación a distintos tipos de público, venues o necesidades del evento.

Además, al tratarse de un circuito de múltiples ciudades, la repetición del mismo formato podría generar pérdida de frescura y menor impacto en sucesivas jornadas.

En conjunto, la propuesta es correcta pero limitada en amplitud, centrada en un único estilo cultural, sin explorar otras expresiones que aportarían mayor riqueza, versatilidad y valor estratégico a la dinamización del cóctel.

VIAJES EL CORTE INGLÉS, S.A. **TOTAL 9 PUNTOS**

La propuesta es muy completa, con un abanico amplio y equilibrado de actuaciones musicales, flamencas y gastronómicas. Quizás se puede echar en falta, la presencia de opciones vinculadas al [redacted] y otros formatos culturales.

Destaca por:
-Fuerte identidad andaluza[redacted]
-Variedad. [redacted]
-Propuesta adaptable al territorio. [redacted]

En conjunto, es una dinamización rica, variada, moderna y fuertemente alineada con la marca Andalucía, adecuada para captar la atención del público y crear un ambiente culturalmente reconocible durante el cóctel.

-JJPP Pamplona, Logroño y Zaragoza: [redacted]
-JJPP Andalucía en Cataluña: [redacted]
-Presentaciones Destino Castilla La Mancha: [redacted]
-Presentaciones Destino Extremadura: [redacted]
-JJPP Andalucía en Bilbao: [redacted]
-JJPP Andalucía en Galicia: [redacted]
-JJPP Andalucía en Levante: [redacted]
-JJPP Andalucía en Castilla y León: [redacted]
-JJPP Andalucía en Madrid: [redacted]
-JJPP Andalucía en Andalucia: [redacted]

MAKYRE TOTAL 0 PUNTOS

En relación con el apartado Dinamización durante el cóctel, no ha sido posible realizar una valoración técnica de la propuesta presentada, ya que la documentación parece presentar un salto de páginas o error de maquetación. Concretamente, el documento pasa directamente de la página 83 a la 86, omitiéndose el contenido en el que debería detallarse este apartado según el índice y la estructura general del dossier.

S22 DIGITAL S.L. TOTAL 8 PUNTOS

La propuesta plantea una dinamización cultural de inspiración andaluza basada principalmente en el [redacted], adaptando cada actuación a una ciudad sede concreta mediante un [redacted]

El formato combina [redacted], buscando crear una experiencia sensorial que refuerce la identidad cultural de Andalucía.

Las actuaciones se conciben, en la mayoría de los casos, como intervenciones breves y de formato reducido ([redacted]).

- Pamplona: [redacted]
- Logroño: [redacted]
- Zaragoza: [redacted]
- Barcelona: [redacted]
- Toledo: [redacted]
- Ciudad Real: [redacted]
- Cáceres: [redacted]
- Badajoz: [redacted]
- Bilbao: [redacted]
- A Coruña: [redacted]
- Santiago de Compostela: [redacted]
- Vigo: [redacted]
- Murcia: [redacted]
- Alicante: [redacted]
- Valencia: [redacted]
- León: [redacted]
- Valladolid: [redacted]
- Madrid: [redacted]
- Sevilla (gran cierre): [redacted]

No se incluyen enlaces a webs oficiales, perfiles profesionales o redes sociales, lo que impide contrastar y valorar correctamente la calidad artística, estilo escénico o experiencia previa en eventos similares ni breve descripción.

La propuesta se apoya de forma reiterada en una misma [redacted], con escasa presencia de otros lenguajes [redacted] andaluces. No se refleja de forma equilibrada la [redacted] de Andalucía

Se detallan [redacted] para 19 ciudades de las 22, lo que hace dudar de la existencia de esta dinámica en todas las ciudades establecidas.

DESCRIPCIÓN DE MATERIALES, EJEMPLOS DE MATERIAL IMPRESO Y WEB ESPECÍFICA. ELEMENTOS DECORATIVOS DE LAS SALAS. Máximo 10 puntos.

ACCIONA INGENIERIA TOTAL 6,5 PUNTOS

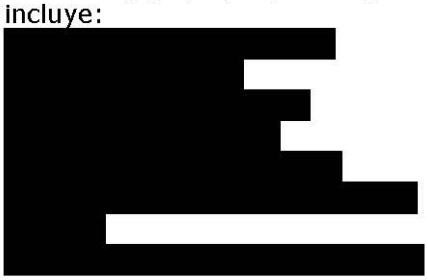
Descripción de los materiales, ejemplos materiales impresos:
Save the Date, Emailing, Acreditaciones, Manual Oferta y Manual Demanda.
Calidad del papel.

Acciona INGENIERIA presenta propuesta visual y descripción completa de StD, Emailing y modelos Manual Oferta y Demanda, bien estructurado y completo en cuanto a contenido cumpliendo con lo requerido en PPT.

Sin embargo, el diseño gráfico de los materiales es muy genérico y marcadamente institucional, cercano al [redacted]. Este enfoque, aunque correcto desde el punto de vista formal, no se relaciona ni con la marca Turismo y Deporte de Andalucía, ni con la identidad visual vigente, ni con la nueva campaña de comunicación que actualmente representa al destino.

No se menciona apartado acreditaciones en el documento, tampoco se aportan especificaciones técnicas del papel (gramaje, acabado, tintas, sostenibilidad), a pesar de ser requerido en el PPT, por lo que no se puede realizar una valoración completa en este apartado.

Web específica:
La landing page propuesta presenta una maqueta visual correcta, con una estructura clara que incluye:



A nivel conceptual, la estructura es lógica y recoge todos los apartados básicos que debería tener una página de información para jornadas profesionales. Sin embargo, al igual que en el punto anterior, el diseño gráfico reproduce prácticamente la [redacted]

Elementos decorativos salas:
Decoración Floral, Iluminación y Señalización.
La propuesta de decoración presentada por Acciona Ingeniería es muy completa en cuanto a estructura, narrativa y descripción conceptual. Incluye una relación detallada de los elementos que integrarían la ambientación de las jornadas: [redacted]

A pesar de la amplitud de la descripción, no se aportan propuestas visuales concretas, ni ejemplos gráficos reales que permitan valorar la estética final de la ambientación. Tampoco se incluyen fotografías de referencia, muestras de materiales, calidad de impresión, tipos de soportes.

COMUNICACIÓN IBEROAMERICANA TOTAL 9 PUNTOS

La propuesta de Comunicación Iberoamericana en el apartado de materiales impresos, diseño web y decoración de salas se considera muy completa. Presenta un desarrollo gráfico coherente con la [redacted], con materiales homogéneos, funcionales y adaptados al contexto profesional de las jornadas. Los manuales, acreditaciones, displays y comunicaciones digitales muestran un nivel de calidad elevado y un enfoque práctico muy adecuado para el workshop.

Descripción de los materiales, ejemplos materiales impresos:
Save the Date, Emailing, Acreditaciones, Manual Oferta y Manual Demanda.
Calidad del papel.

Save the Date, diseño atractivo, con información esencial y estética coherente con la imagen corporativa general. Emailing formato con contenido diferenciado y estructurado. Acreditaciones que incluyen [redacted]. Manual Oferta y Manual Demanda, ambos diseñados con una estructura ordenada, secciones claras y contenidos adaptados a las necesidades informativas de oferta y demanda. Se incluyen mockups completos que muestran portadas, separadores, tipografías y pautas internas.
Calidad del papel y sostenibilidad
La propuesta incorpora referencias al uso de [redacted] aunque no se detallan gramajes concretos, sí se especifica que la propuesta gráfica se imprimirá en soportes sostenibles.

Web específica:
La empresa presenta una landing page desarrollada con un diseño claro y alineado con la identidad institucional cumpliendo con lo solicitado en pliego.



Elementos decorativos salas:
Decoración Floral, Iluminación y Señalización.
La propuesta decorativa enfocada a un concepto propio "[redacted]" — profesional y cálido.
Materiales [redacted]: [redacted]). Iluminación profesional funcional ([redacted]) y decorativa ([redacted]). Señalización corporativa completa, con diversidad de opciones, pero algunas de ellas poco operativas y funcionales como son el [redacted].

INTEGRACIÓN AGENCIAS DE VIAJE: TOTAL 1 PUNTO

Según requerido en PPT, es necesario que este apartado cuente con: descripción materiales, ejemplos de material impreso y web específica y elementos decorativos salas. Descripción, detalle general y específico de calidad del papel y ejemplo visual de materiales impresos y web específica del evento. Información ausente en la propuesta de Integración de Agencias de Viaje.

Descripción de los materiales, ejemplos materiales impresos:
Save the Date, no se menciona en la propuesta.
Emailing, no se menciona en la propuesta.
Acreditaciones, con información en texto, sin muestra gráfica.

Manual Oferta y Manual Demanda, denominado como guía del evento/catálogo de participantes, sin poder determinar que está referido al material solicitado.
Calidad del papel. Sin detalle.

En cuanto al diseño gráfico, se menciona el uso de la marca Andalucía, con base de colores [redacted]

Web específica:
Página responsive y accesible que incluye [redacted], con diseño basado en la paleta y estilo corporativo.
Contenido incorrecto y que no cumple con información solicitada en PPT.
Tampoco se puede valorar ningún ejemplo visual.

Elementos decorativos salas:
Decoración Floral, Iluminación y Señalización.
Ambientación del evento diseñada para transmitir la esencia de Andalucía, mencionando de forma explícita zona de recepción y acreditación con mostrador, [redacted]. Salas B2B con [redacted].
Iluminación con [redacted] con los colores de la marca durante los actos principales. Se muestra imagen gráfica de un espacio que nada tiene que ver con el formato detallado en el PPT.

Se puntúa este apartado con 1 puntos por la simple mención de algunos elementos solicitados en el PPT. Pero tal y como se ha mencionado anteriormente, es una propuesta sin rigor documental, el análisis técnico ni la precisión que cabe esperar en una licitación de estas características, con una preparación poco sólida, que permite valorar de forma negativa la adecuación real de los materiales y que afecta de manera notable a la puntuación técnica del apartado.

VIAJES EL CORTE INGLÉS, S.A. TOTAL 8 PUNTOS

La propuesta de Viajes El Corte Inglés en "Descripción de materiales" es una de las más completas y desarrolladas, abordando todos los elementos del pliego y añadiendo mejoras operativas claras. Se plantea un diseño contemporáneo, homogéneo y alineado con la campaña institucional.

Dentro de este apartado destacan una serie de mejoras:
[redacted].

Descripción de los materiales, ejemplos materiales impresos:
Save the Date, Emailing, Acreditaciones, Manual Oferta y Manual Demanda.
Calidad del papel.

-Save the Date, no se menciona.
-Emailing, con las invitaciones directas al evento en formato digital e incluirá un [redacted].

Detalle de todos los materiales que diseñarán y producirán:
-Acreditaciones:
- Diseño [redacted].
- Incluye: [redacted].
- [redacted].

-Manuales de oferta y demanda con contenido diferenciado según tipología:
Cuaderno de viaje (encuadernado), con:

Formato .

Proponen usar para sostenibilidad, aunque el pliego pide impresión.

Web específica: con los siguientes apartados:
- *andaluciaen.es/nombreciudad*

Elementos decorativos salas:
Decoración Floral, Iluminación y Señalización.

Decoración floral:

Iluminación ambiental y decorativa: se dotará el .

Señalización:
Elementos de decoración de la más alta calidad, siempre orientado a aportar una coherencia en la visibilidad y diseño de los eventos.

MAKYRE TOTAL 6 PUNTOS

La propuesta de MAKYRE presenta un desarrollo correcto a nivel descriptivo, ofreciendo información detallada sobre formatos, tipos de papel, gramajes y acabados, especialmente en lo relativo a la calidad de los soportes y los criterios de producción. Este apartado técnico está bien trabajado y permite comprender la intención y los estándares materiales previstos. Presenta una línea gráfica adecuada y una estructura documental buena a nivel descriptivo; sin embargo, no incluye los modelos de mailing exigidos por el pliego de prescripciones técnicas, que establece de manera explícita la obligatoriedad de aportar, como por ejemplo modelo de mailing para el Save the Date y modelo de mailing de invitación para los agentes de viaje invitados. Tras revisar la oferta, no se encuentran ejemplos gráficos, plantillas, capturas ni descripciones visuales de estos mailings, tampoco de manuales, acreditaciones ni web. La propuesta aporta muy pocos mockups o ejemplos visuales, lo que limita la capacidad de evaluar el diseño final de las piezas. La mayoría de los materiales se describen de forma textual (medidas, soporte, acabados) pero no se muestran contenidos, composiciones gráficas, ni versiones preliminares.

La empresa menciona el envío de comunicaciones dentro del flujo operativo de convocatoria, pero no aporta diseños, estructura, contenido propuesto, lo que impide verificar algunos aspectos dentro de este apartado.

En cuanto a la documentación detallada en la oferta y propuesta por la empresa, se menciona un programa de mano (no se identifica si es el manual de la oferta o demanda, o se refiere a los dos, pues no conocemos el contenido del mismo), carpeta corporativa (misma observación que programa de mano.

Aunque la propuesta presenta un número limitado de mockups y ejemplos visuales, los soportes gráficos que sí se muestran destacan por una línea estética muy atractiva. Los diseños transmiten una imagen cuidada y profesional, con buena selección cromática y tipográfica, lo que permite intuir un resultado visual de calidad en caso de desarrollo completo.

En cuanto a elementos decorativos, se nombran medidas de [redacted]. No se observa mención a photocall, ni tampoco cantidad de cada uno de los elementos mencionados.

S22 DIGITAL S.L. TOTAL 6 PUNTOS

Descripción de los materiales, ejemplos materiales impresos:
Save the Date, Emailing, Acreditaciones, Manual Oferta y Manual Demanda.
Calidad del papel.

El documento dedica un amplio desarrollo a explicar formatos, soportes, materiales, acabados y calidades, así como la lógica funcional de cada pieza dentro del evento. En este sentido, la propuesta demuestra una planificación ordenada de los elementos y materiales necesarios para el desarrollo de cada jornada.

No obstante, el enfoque es mayoritariamente textual. La propuesta no incorpora ejemplos gráficos, mockups ni muestras visuales reales de los materiales descritos, lo que limita la posibilidad de valorar con precisión la calidad gráfica, el diseño final y la coherencia visual del conjunto e impide evaluar con precisión aspectos clave como la coherencia visual entre soportes y la alineación estética con la imagen de marca del evento.

El Save the Date y el emailing de convocatoria se presentan desarrollados a nivel textual, incluyendo ejemplos de contenido, si bien no se acompañan de maquetación ni de una plantilla visual que permita evaluar su diseño gráfico y presentación final.
En el documento no hay mención expresa a Manual Oferta y Demanda, documentos imprescindibles para la valoración de este apartado.
Acreditaciones, programas, menús, etc… La oferta describe todos estos materiales, su finalidad, formato y uso dentro del evento. Sin embargo, no se aportan ejemplos gráficos completos ni mockups detallados del contenido real de la mayoría de estos materiales.
El desarrollo se centra más en características técnicas muy bien detalladas a nivel técnico (formato, papel, encuadernación, acabados) que en el diseño visual o estructura del contenido.
Con respecto a la calidad del papel, es el apartado mejor desarrollado de este punto (tipos de papel, gramajes, acabados. La información es clara y suficiente desde un punto de vista técnico.

Web específica:
[redacted]

Se describe:
[redacted]

[redacted]
No se aportan propuestas visuales completas ni diseño navegable, lo que impide valorar adecuadamente la experiencia de usuario y la coherencia gráfica con la marca.

d) Elementos decorativos de salas
Decoración floral
Iluminación ambiental
Señalización ([redacted])
No se especifican cantidades concretas (número de [redacted]).
No se incluyen imágenes, renders ni referencias visuales que permitan valorar la calidad estética real.
Se describen los elementos, pero no se muestra su aplicación práctica en sala.

La propuesta cumple formalmente con los apartados solicitados en el pliego, ya que aborda todos los elementos exigidos: materiales impresos, web específica, calidad del papel y decoración de salas. Desde el punto de vista técnico y organizativo, el planteamiento es coherente y está bien estructurado.
Sin embargo, la valoración se ve limitada por la ausencia de soporte gráfico suficiente. Pese a la amplitud del texto y el alto nivel de detalle técnico, la falta de mockups, ejemplos visuales y muestras reales impide evaluar con precisión aspectos clave como:

- La calidad gráfica final
- La coherencia visual entre soportes
- La alineación estética con la imagen de marca del evento

Se trata de una propuesta correcta y trabajada en el plano descriptivo, con especial fortaleza en los aspectos técnicos y de producción, pero con carencias en la presentación visual, lo que condiciona una valoración más ajustada en un criterio donde el diseño, la imagen y la estética tienen un peso relevante.

ESTRATEGIA ESTABLECIDA PARA CERTIFICACIÓN DE PERFIL DE AGENTES DE VIAJE INVITADOS. Máximo 15 puntos.

ACCIONA INGENIERIA TOTAL 14 PUNTOS

La empresa presenta una estrategia integral de certificación del perfil de los asistentes, orientada a garantizar que la totalidad de los participantes en las Jornadas Profesionales correspondan efectivamente a agencias de viajes minoristas o mayoristas en activo, conforme al objeto del contrato.

La metodología propuesta se estructura en [redacted], con el objetivo de asegurar la trazabilidad completa del proceso.

1. [redacted]. La convocatoria se dirige exclusivamente a [redacted]. Se plantea una convocatoria segmentada, evitando envíos masivos y priorizando perfiles con trayectoria acreditada en el sector.

Se habilita un [redacted]

El sistema incorpora un [redacted], que comprueba la coherencia de [redacted] preliminares con incidencias en caso de información incompleta o dudosa.

2. [redacted]. En esta fase se realiza una revisión documental por parte de la [redacted]. Asimismo, se verifica que la [redacted].

Superada esta validación, se procede a la confirmación oficial de asistencia, mediante [redacted]

3. [redacted].
El día del evento se establece un sistema de [redacted], limitado exclusivamente a personas previamente validadas. Cada acreditación incluye [redacted].
Adicionalmente, se contempla la verificación mediante [redacted].

4. [redacted]. Tras la celebración de cada jornada se elabora un [redacted]
El [redacted] incluye, entre otros aspectos:

Se contempla igualmente la aplicación de una [redacted].

Finalmente, se prevé la elaboración de un informe final de [redacted].

El sistema propuesto por Acciona Ingeniería se basa en una [redacted] estructurada, que integra [redacted], permitiendo un alto nivel de trazabilidad y control del perfil del asistente. Destaca por su equilibrio entre automatización y supervisión técnica, evitando dependencias excesivas de procesos manuales.

El uso de [redacted]. Se trata de un modelo con [redacted].

Aunque el sistema es sólido y bien estructurado, presenta un alto nivel de complejidad operativa, lo que puede traducirse en una mayor carga de gestión técnica y necesidad de coordinación estrecha entre equipos. En un programa con múltiples sedes, este grado de sofisticación exige una ejecución muy controlada para evitar sobrecostes de tiempo o recursos.

COMUNICACIÓN IBEROAMERICANA TOTAL 13 PUNTOS

La empresa plantea un sistema integral para la convocatoria, gestión y certificación de la asistencia a las Jornadas Profesionales de Comercialización Turística de Andalucía en España 2026, que se desarrollan en 22 ciudades.

La estrategia se apoya en el uso de [redacted]. A partir de esta [redacted] se elabora una base de datos específica por ciudad, incluyendo capitales sede y municipios situados en un radio máximo de una hora, conforme a lo establecido en el pliego. Estas bases de datos se remiten previamente a Turismo y Deporte de Andalucía para su validación.

El proceso de convocatoria se articula en varias fases consecutivas:

- Desarrollo de materiales iniciales, que incluyen una landing page informativa del evento con formularios de inscripción, manuales de apoyo, acreditaciones personalizadas y documentación impresa diferenciada para oferta y demanda.
- Envío de Save the Date, diseñado con la imagen corporativa de la campaña, con enlace directo a la landing de inscripción y control automático de registros.
- Convocatoria oficial mediante emailing segmentado, con invitación personalizada y validación previa por parte de Turismo y Deporte de Andalucía.
- Seguimiento telefónico individualizado, con llamadas personalizadas a las agencias invitadas, control diario de confirmaciones y reconfirmación previa a cada jornada.
- Control de asistencia en el evento, mediante sistemas de registro y acreditación en el acceso a los venues.

La certificación del perfil de las agencias asistentes se basa en un sistema de [redacted], que incluye:

[redacted]

El proceso se completa con acciones post-evento, que incluyen el envío de agradecimientos y cuestionarios de satisfacción, la elaboración de reportajes fotográficos y la entrega de un informe final con listados completos de agencias convocadas y asistentes, así como un cronograma detallado de todas las acciones realizadas.

El sistema utilizado se apoya principalmente en un [redacted]. Este enfoque permite una gestión eficaz de convocatorias, seguimientos y confirmaciones, así como el registro histórico de interacciones.

El control del perfil se articula dentro de este [redacted]. El sistema es funcional y operativo, especialmente eficaz en términos de control de asistencia y seguimiento, si bien su fortaleza

principal reside en la [redacted]

El sistema se apoya de forma muy significativa en la gestión relacional a través de [redacted], lo que resulta eficaz para la convocatoria, pero no configura un sistema de certificación autónomo claramente diferenciado. La verificación del perfil depende en buena medida de cruces internos y validaciones administrativas, con menor grado de automatización específica orientada a la certificación formal. El enfoque de la certificación está orientado a la gestión operativa de la convocatoria y del evento, y tiene un menor desarrollo y detalle en elementos específicos de certificación formal y cierre documental del proceso, en comparación con otras las propuestas.

INTEGRACIÓN AGENCIAS DE VIAJE TOTAL 9 PUNTOS

La propuesta de IAG7 plantea un sistema de certificación basado principalmente en:
- [redacted]

El modelo apuesta por un proceso administrativo exhaustivo y por el respaldo de redes sectoriales para garantizar la cualificación del perfil invitado.

Tras estudio de este apartado, se observa que presenta limitaciones significativas cuando se analiza en el contexto real del evento y sus necesidades operativas.

1-Solicita documentación que NO es adecuada al tipo de evento ni al rol del invitado. IAG7 plantea solicitar a cada agencia invitada documentación como:

- Solvencia económica y financiera
- Experiencia previa en proyectos similares
- Pólizas de seguros
- Certificados de calidad

2-El control es manual y lento.

3-El apoyo en [redacted] no garantiza el perfil Deseado. Limitar el acceso a bases de datos de grupos concretos no asegura diversidad ni calidad del público asistente.

4-No describe herramientas tecnológicas reales de filtrado o trazabilidad. La propuesta es administrativa, pero no tecnológica, lo que la hace menos eficaz operativamente.

Aunque estructurada, la propuesta no ofrece un sistema eficaz, ágil ni orientado a la realidad operativa de las Jornadas Profesionales, por lo que no puede tener una valoración positiva.

El sistema planteado por IAG7 se basa fundamentalmente en procesos manuales y administrativos, sin el soporte de una plataforma tecnológica que permita automatización, trazabilidad en tiempo real o control escalable del perfil de asistentes.

La ausencia de herramientas digitales específicas de filtrado, validación automatizada o acreditación electrónica limita notablemente la eficacia operativa del sistema, especialmente en un contexto de múltiples sedes y elevado volumen de participantes. El modelo resulta rígido, lento y poco adaptado a las necesidades reales de control del público objetivo en jornadas profesionales de este formato.

VIAJES EL CORTE INGLÉS, S.A. TOTAL 12 PUNTOS

La propuesta de Viajes El Corte Inglés estructura la convocatoria y certificación del perfil de asistentes en torno a un sistema propio de gestión de inscripciones, apoyado en [redacted].

En cuanto a la estrategia de certificación del perfil invitado, se plantea un [redacted]. Las inscripciones se [redacted]

El sistema incorpora referencias al [redacted]

Respecto a la convocatoria y gestión de bases de datos, la empresa indica que trabajará con bases de datos depuradas y actualizadas por ciudad, incluyendo áreas cercanas a un máximo de una hora en coche. Estas bases de datos se remitirán previamente a Turismo y Deporte de Andalucía para su validación. El proceso de convocatoria contempla el envío de Save the Date, posterior emailing de invitación, seguimiento de inscripciones conforme a lo establecido en el PPT y acciones de llamada y reconfirmación personalizada. Todo el proceso de contacto queda registrado en un histórico de respuestas.

Asimismo, se prevé la actualización y depuración de las bases de datos tras cada jornada, así como la entrega de [redacted]. Se contempla también la elaboración de un informe final que incluye información sobre los espacios, número de asistentes, material fotográfico y resultados de cuestionarios de satisfacción.

En relación con el equipo de trabajo y gestión de incidencias, la propuesta define un [redacted]

Como mejoras, se propone la habilitación [redacted]

El sistema de VECI combina un [redacted]. Este enfoque permite un control razonable del perfil, con integración de bases de datos por ciudad, histórico de contactos y seguimiento del proceso de convocatoria.

El sistema es estable y conocido, con capacidad para gestionar volúmenes elevados y generar listados finales completos. No obstante, la certificación del perfil descansa en gran medida en la validación administrativa posterior, lo que introduce una mayor dependencia de recursos humanos frente a modelos más automatizados.

Si bien el sistema es estable y contrastado, mantiene una dependencia relevante de la revisión manual para la certificación final del perfil. Esta circunstancia puede afectar a la rapidez del proceso y a la homogeneidad del criterio aplicado en todas las sedes, especialmente cuando el volumen de inscritos es elevado.

MAKYRE TOTAL 14 PUNTOS

La propuesta presentada desarrolla una estrategia integral de control, verificación y certificación del perfil profesional de los asistentes, con el objetivo de garantizar que la totalidad de los participantes en las Jornadas Profesionales correspondan efectivamente a agencias de viaje minoristas o mayoristas, en línea con los requisitos establecidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

El sistema se estructura de forma clara en tres grandes fases secuenciales, complementadas por mecanismos adicionales de control, trazabilidad y seguridad:

1. [redacted].
Se plantea una convocatoria segmentada, basada exclusivamente en [redacted], con el fin de evitar la dispersión de la convocatoria y asegurar que las invitaciones lleguen únicamente a profesionales acreditados del sector.

Esta fase se apoya en un [redacted]
Asimismo, se incorpora un [redacted] que verifica la coherencia de los datos introducidos ([redacted]), generando listados preliminares con observaciones en caso de incidencias.

2. [redacted].
En esta fase se contempla una [redacted], y verificando que la persona inscrita pertenece efectivamente a la agencia indicada.

Se añade un [redacted] de actividad real, mediante la comprobación de [redacted]).

Solo tras superar estas verificaciones se emite la confirmación oficial de asistencia, mediante [redacted] que incluye información logística y documentación de confirmación.

3. [redacted].
La acreditación se limita exclusivamente a personas previamente validadas. Cada asistente recibe una [redacted].
En el punto de entrada se establece un [redacted], con el fin de confirmar la identidad y la vinculación real con la agencia acreditada.

4. [redacted].
Al cierre de cada jornada se elabora un [redacted], que sirve como evidencia objetiva para la rendición de cuentas institucional.
El informe final de certificación, remitido a la entidad contratante, incluye:

- [redacted].

- [redacted].

Como medidas complementarias, la propuesta incorpora:
[redacted]

El sistema utilizado por Makyre se caracteriza por un alto grado de integración digital, combinando [redacted] dentro de un mismo ecosistema de gestión.
La incorporación de mecanismos adicionales como [redacted] refuerza la fiabilidad jurídica y técnica del sistema, posicionándolo como una solución muy adecuada para garantizar el cumplimiento estricto del perfil exigido en el contrato.

El sistema incorpora numerosos mecanismos de control y garantía que, si bien refuerzan la fiabilidad, pueden resultar redundantes, aumentando la carga administrativa del proceso.

S22 DIGITAL S.L. TOTAL 13 PUNTOS

La empresa plantea una estrategia integral de certificación del perfil profesional de la demanda, orientada a garantizar que la totalidad de los asistentes a las Jornadas Profesionales de Andalucía correspondan a agentes de viaje minoristas y/o mayoristas legalmente inscritos y en activo.

El sistema se articula como un proceso [redacted], apoyado en la consulta de [redacted]. El objetivo declarado es asegurar la trazabilidad, fiabilidad y verificabilidad de los perfiles acreditados antes, durante y después del evento.

La metodología se estructura en varias fases consecutivas:
- [redacted].

El sistema contempla la gestión diferenciada de tipologías de agencias (minorista, mayorista o mixta), así como la posibilidad de validar agencias con licencias multicomunitarias o internacionales, incorporando protocolos específicos de contraste documental.

Desde el punto de vista técnico, la propuesta describe con detalle la [redacted] con indicadores cuantitativos sobre el proceso de certificación y asistencia efectiva.

La estrategia incorpora además un sistema de clasificación y segmentación de la demanda, orientado a [redacted] para futuras ediciones, así como la posibilidad de [redacted].

El sistema propuesto por S22 Digital se apoya en una [redacted], con validaciones automatizadas frente a registros oficiales, generación de [redacted]

[redacted] en tiempo real. Destaca su enfoque tecnológico, con especial atención a la [redacted].

Se trata de un sistema coherente, escalable y técnicamente bien definido, con capacidad para asegurar el control del perfil del asistente y generar datos explotables para análisis posteriores, lo que aporta valor añadido desde el punto de vista de gestión y planificación futura.

El fuerte enfoque tecnológico del sistema requiere que los usuarios dispongan de un alto grado de familiaridad digital, lo que puede generar incidencias puntuales en perfiles menos habituados a procesos completamente digitalizados. Además, la propuesta se centra en [redacted], con menor desarrollo del acompañamiento operativo durante la convocatoria.

Al igual que se ha comentado en la valoración del mismo apartado de la oferta presentada por Comunicación Iberoamericana, S22 DIGITAL, enfoca la certificación más a la gestión operativa de la convocatoria y del evento, y tiene un menor desarrollo y detalle en [redacted], en comparación con otras las propuestas.

DESGLOSE POR PUNTOS:

	ACCIONA INGENIERIA	COMUNICACIÓN IBEROAMERICANA	INTEGRACIÓN AGENCIAS DE VIAJE	VIAJES EL CORTE INGLÉS	MAKYRE	S22 DIGITAL
Propuesta de venues y dinamización durante workshops. Máximo 25 puntos.	16,70	17,50	2,00	21,00	15,00	15,90
Menú cóctel / degustación productos andaluces. Máximo 10 puntos.	9,00	7,50	4,00	9,00	6,00	8,00
Dinamización durante el cóctel. Máximo 10 puntos.	5,50	7,00	7,00	9,00	0,00	8,00
Materiales impresos, web y elementos decorativos de salas. Máximo 10 puntos.	6,50	9,00	1,00	8,00	6,00	6,00
Estrategia para certificación del perfil de agencias de viaje asistentes. Máximo 15 puntos.	14,00	13,00	9,00	12,00	14,00	13,00
PUNTUACIÓN MÁXIMA: 70 PUNTOS	**51,70**	**54,00**	**23,00**	**59,00**	**41,00**	**50,90**

Málaga, a 2 de febrero de 2026

[redacted]	[redacted]	[redacted]
Técnico de la Dirección de Turismo	CBO	Jefe de Área de Sistemas