

INFORME TÉCNICO RELATIVO A LA VALORACIÓN DE LAS MEMORIAS TÉCNICAS O “CRITERIOS NO OBTENIDOS A TRAVÉS DE LA MERA APLICACIÓN DE FORMULAS MATEMÁTICAS” DE LAS EMPRESAS PRESENTADAS AL CONCURSO SERVICIO DE GUÍAS TURÍSTICAS PARA DIVERSAS DEPENDENCIAS DE DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE ZARAGOZA,

El contrato está distribuido en tres lotes:

- LOTE Nº 1: MONASTERIO DE VERUELA
- LOTE Nº 2: TALLER CERÁMICA DE MUEL
- LOTE Nº 3: PALACIO DE SÁSTAGO Y SALA CUARTO ESPACIO

Empresas presentadas:

- LOTE Nº 1: GIROLA SERVICIOS TURÍSTICOS S.C
- LOTE Nº 2: PERSUASION S.L.
- LOTE Nº 3: PERSUASION S.L.y MARIA TERESA RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

Tras la valoración de las propuestas, atendiendo a los criterios de adjudicación publicados en las bases, la puntuación obtenida en el epígrafe “criterios no obtenidos a través de la mera aplicación de formulas matemáticas” por las empresas ha sido la siguiente:

LOTE 1: GIROLA SERVICIOS TURÍSTICOS. Puntuación 41

LOTE 2: PERSUASION. S.L. Puntuación 17

LOTE 3:

- PERSUASION S.L. Puntuación 19
- MARIA TERESA RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ. Puntuación 32

LOTE 1. MONASTERIO DE VERUELA. VALORACIÓN DE GIROLA SERVICIOS TURÍSTICOS.

	PUNTUACIÓN	CONSIDERACIONES
CONTENIDO	7	Amplia gama se servicios turísticos atendiendo a los diferentes tipos de grupos. Han desarrollado además materiales didácticos específicos cubriendo todas las edades, atendiendo al número de las personas que participan en la visita guiada y a personas con todo tipo de discapacidad, ya sea física o mental. Se valora muy positivamente la adaptación de las visitas a los currícula de las asignaturas de los estudiantes, así como las visitas temáticas. También la labor de difusión de la cultura del vino, a través del museo y de otra de las dependencias recientemente abiertas en el antiguo cenobio: el palacio abacial. Se considera especialmente el espíritu de la propuesta en cuanto a los valores positivos que conlleva el conocimiento del patrimonio artístico. Se debe destacar además que conculga con la política de la DPZ con respecto a Veruela pues además de que se da a conocer un bien de su propiedad, lo hace en un sentido transversal, poliédrico, original y siempre teniendo en cuenta que el Monasterio ha sido históricamente un revulsivo en la zona y que ha de seguir siéndolo puesto que es uno de los motores económicos de la zona gracias a su capacidad para atraer turismo
PLANIFICACIÓN	7	Se valora muy positivamente los cuadrantes propuestos, así como la versatilidad de la empresa a la hora de ofrecer soluciones y de adaptarse a las diferentes situaciones que puedan acontecer. También su labor como parte gestora de monasterio y su cercanía con las distintas entidades de la comarca dedicadas al turismo cultural a la hora de organizar grupos. También la planificación de los ciclos "veruela en Familia" y Veranea en Veruela. Y la aportación de Veruela temática y su adecuación a fechas vinculadas con los temas en cuestión.
UTILIZACIÓN DE MATERIALES DIDÁCTICOS	7	La empresa ofrece elementos muy novedosos, como es una aplicación que permite ver partes del monasterio en 3D a través de una tablet. También integra a través de las nuevas tecnologías los sonidos perdidos y la estimulación de otros sentidos a través de modernos procedimientos para una interpretación del patrimonio en toda su extensión. Es de sumo interés también las réplicas en 3D de diferentes partes del monasterio, que aportan como anexo, para personas con discapacidad. Además aportan los materiales impresos de los diferentes tipos de visitas, con lo que demuestran su alto dominio del tema.
PLAN DE PROMOCIÓN	6	Se valora la red de contactos por la comarca a la hora de promocionar las diferentes visitas. Y el fomento de las visitas de grupos mediante el contacto con colegios, y touroperadores. También es interesante y fundamental el empleo de las redes sociales para difundir el Monasterio de Veruela y su hacer, aunque se echa en falta la búsqueda de sinergias en materia de comunicación con la DPZ.

METODOLOGÍA ESPECÍFICA PARA EL PÚBLICO INFANTIL Y JUVENIL	7	Amplia versatilidad y amplia oferta que se adecua a las necesidades de este público. De sumo interés los tratamientos para diferentes edades, la originalidad de los medios empleados y sobre todo el espíritu de formación que busca enriquecer a los estudiantes a través de la interpretación del patrimonio.
CONOCIMIENTO DEL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL DEL ENTORNO	7	Al llevar trabajando unos veinte años en la zona desarrollando actividades de difusión del patrimonio, el conocimiento del entorno, así como la integración de sus miembros destacados en el panorama cultural y patrimonial, es más que satisfactorio. Además aportan los materiales impresos.
TOTAL: 41		

LOTE 2. TALLER ESCUELA CERÁMICA DE MUEL. VALORACIÓN DE PERSUASION SL

	PUNTUACIÓN	CONSIDERACIONES
CONTENIDO	2	A pesar de que oferta servicios turísticos no se profundiza en la especificidad del taller Escuela Cerámica de Muel. La empresa conoce el hacer méramente informativo y como dependientas de las guías. Si bien parece interesada en captar nichos de mercado y fomertar el turismo cultural, mediante la organización de actividades en Muel. Aunque no demuestra tener excesiva experiencia en el mundo del barro y de la cerámica.
PLANIFICACIÓN	2	No aportan calendario, ni horarios, ni cuadrantes, ni el número de personas necesarias. Sin embargo dicen que lo harán. A su favor tiene que conocen a la perfección las funciones de las personas que han de desarrollar los trabajos.
UTILIZACIÓN DE MATERIALES DIÁCTICOS	1	No proponen ideas. Simplemente siguen con lo que se lleva desarrollando en AULAS MUEL.
PLAN DE PROMOCIÓN	5	Aporta casi todas las posibilidades conocidas hasta el momento para difundir la labor de Muel, además de una novedad, la creación de una tienda virtual.
METODOLOGÍA ESPECÍFICA PARA EL PÚBLICO INFANTIL Y JUVENIL	2	Sigue el esquema de AULAS MUEL. No innovan, ni lanzan ideas que no sean las que ya se han desarrollado en el taller.
CONOCIMIENTO DEL PATRIMOMNIO NATURAL Y CULTURAL DEL ENTORNO	5	Avalan su veinte años de experiencia. Aunque no desarrollan nada que lo acredite.
TOTAL: 17		

LOTE 3. PALACIO DE SÁSTAGO Y SALA CUARTO ESPACIO. VALORACIÓN DE PERSUASION SL

	PUNTUACIÓN	CONSIDERACIONES
CONTENIDO	3	Se centran de forma paralela en el Palacio de Sástago como elemento turístico y como emisor de cultura. Pero parecen desconocer el amplio bagaje que ambas salas llevan detrás. Conocen a la perfección el desempeño de las tareas.
PLANIFICACIÓN	2	No aportan calendario, ni horarios, ni cuadros, ni el número de personas necesarias. Sin embargo dicen que lo harán. A su favor tiene que conocer a la perfección las funciones de las personas que han de desarrollar los trabajos.
UTILIZACIÓN DE MATERIALES DIÁCTICOS	2	Hacen alguna propuesta. Pero se echa en falta aportes nuevos para un edificio tan singular como es Sástago y para la Sala Cuartos Espacio.
PLAN DE PROMOCIÓN	5	Aporta casi todas las posibilidades conocidas hasta el momento para difundir la labor de Muel, además de proponer una calendarización de diferentes eventos.
METODOLOGÍA ESPECÍFICA PARA EL PÚBLICO INFANTIL Y JUVENIL	2	Una declaración de intenciones interesante, pero no aportan ningún tipo de material o idea para producirlo.
CONOCIMIENTO DEL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL DEL ENTORNO	5	Avalan su veinte años de experiencia. Aunque no desarrollan nada que lo acredite.
TOTAL: 19		

LOTE 3. PALACIO DE SÁSTAGO Y SALA CUARTO ESPACIO. VALORACIÓN DE MR COMUNICACIÓN

	PUNTUACIÓN	CONSIDERACIONES
CONTENIDO	6	Se ponen como objetivo que el Palacio de Sástago sea conocido nacional e internacionalmente. Conocen perfectamente las funciones de las guías. Es interesante la incorporación de todas las dependencias del palacio de Sástago, como el Salon del Trono o la Biblioteca a las visitas.
PLANIFICACIÓN	7	Planificación de horarios de las visitas guiadas y del personal necesario. Presentan especialistas en turismo y en arte, magisterio y con carnet de guía. Su personal además posee otro tipo de conocimientos, desde primeros auxilios a protocolo. Describen a la perfección la gestión de grupos.
UTILIZACIÓN DE MATERIALES DIDÁCTICOS	4	El proyecto se queda algo corto en la narración de cómo empleará diferentes recursos didácticos y en el desarrollo de didácticas específicas.
PLAN DE PROMOCIÓN	6	Se realizará esta promoción a través de numerosas plataformas. Hay que tener en cuenta que uno de los miembros del equipo es community manager. También es interesante la ambición de la empresa en dar a conocer el hacer de la DPZ a través de sus centros expositivos -Sástago y 4 espacio- a nivel internacional.
METODOLOGÍA ESPECÍFICA PARA EL PÚBLICO INFANTIL Y JUVENIL	4	Aportan algunos materiales extra -fichas base-, aunque no desarrollan en exceso la metodología. A su favor que se adecuarán a los currícula y que educarán en valores.
CONOCIMIENTO DEL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL DEL ENTORNO	5	Avalan su veinte años de experiencia. Aunque no desarrollan nada que lo acredite.
TOTAL: 32		