

INFORME TECNICO Y DE NECESIDAD Y PROPUESTA DE CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN QUE DEBEN REGIR EN EL CONTRATO DE SERVICIOS DE DISEÑO, EJECUCIÓN, MONTAJE Y DESMONTAJE, PARA EL ESPACIO GASTRONOMICO SSG 19 , AÑO 2019

1. Necesidad del Contrato.

La SOCIEDAD REGIONAL CÁNTABRA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, S.A. (en adelante CANTUR S.A.) es una empresa pública a través de la cual el Gobierno de Cantabria desarrolla, entre otros objetivos, su estrategia de promoción turística, la coordinación con los actores del sector turístico tanto públicos como privados, y el apoyo a la presencia del sector en eventos promocionales. CANTUR S.A. tiene encomendada la realización de acciones de promoción y fomento del Turismo de Cantabria, el fomento de la comercialización turística y los servicios de información tendentes a la consolidación de la imagen de Cantabria como destino turístico de calidad en el panorama nacional e internacional.

CANTUR S.A. ha acometido la redacción de del Plan de Marketing del Sector Turístico 2018-2019. Este Plan de Marketing ha identificado el conjunto de la acciones, en materia de promoción del Sector Turístico, que el Gobierno de Cantabria debe realizar en este año 2018, segmentando dichas acciones por productos turísticos, por mercados de destino (nacional cercano, interno de Cantabria, internacional con destino, etc), así como por otros criterios adicionales. Asimismo, este Plan de Marketing ha previsto como uno de los productos mas importantes a la gastronomía. En el marco del congreso SSG19 se dan cita los mejores difusores de la misma, siendo un escaparate importante para los intereses de Cantabria.

Confirmadas fechas -del 6 al 9 de octubre- y temática -el mundo de sabores que recorrió Elcano hace 500 años en lo que fue la primera vuelta al mundo en barco-, San Sebastian Gastronomika-Euskadi Basque Country 2019 acaba de abrir sus inscripciones a través de la web. Tras celebrar el año pasado su XX aniversario y festejar la revolución gastronómica española, el congreso donostiarra se convierte ahora en el espejo contemporáneo de la proeza náutica de hace 500 años, reuniendo las cocinas y los productos que Elcano y Magallanes fueron descubriendo a lo largo de sus tres años de singladuras. Una vuelta al mundo singular de aromas y sabores de todo el globo en la que se presentará tradición y máxima actualidad de chefs y restaurantes canarios, brasileños, chilenos o indonesios, y que también contará con invitados ilustres de otras latitudes como los de los restaurantes Plaza Athénée (París, Francia) o Mere (Londres, UK) para ahondar en la idea global del viaje.

20 años de vanguardia gastronómica. El principio de la revolución San Sebastián Gastronomika 2018 en cifras uno de los congresos más importantes del mundo a nivel gastronómico: 1.615 congresistas 55 nacionalidades participantes 170 expositores 103.412 visitantes feria 494 periodistas acreditados Presencia de escuelas y formación: 635 Seguimiento de #ssg18: 11.000 mensajes. Alcance potencial de #ssg18: 14.5 M usuarios. Interacción en #ssg18: 3.000 usuarios únicos. Mensajes en Twitter: 8.000. 6.500 likes y 1.105 publicaciones compartidas en Facebook. 55.000 usuarios de alcance en Instagram.

Con el fin de promocionar la gastronomía de Cantabria, se va a construir un espacio singular en colaboración con los creadores del congreso SSG19, creando un área donde se dará a conocer lo mejor de la cocina Cantabra y sus productos.

Toda vez que CANTUR S.A. no dispone de los medios humanos y materiales precisos para acometer con éxito los trabajos descritos, de promoción turística de Cantabria mediante la realización de campañas publicitarias y otras acciones de promoción, se hace necesario contar con un equipo profesional del sector que aporte la experiencia precisa en este tipo de trabajos, así como una calidad técnica contrastada.

2. Objeto del Contrato.

Constituye el objeto del presente contrato el diseño, construcción, montaje y desmontaje del área expositiva en SSG19. Este diseño deberá tener todos los permisos del propio congreso SSG19. La creación se centrará en motivos aceptados por un comité de expertos de Cantur SA. El leit motive del propio diseño deberá ir enfocado a la promoción gastronómica de Cantabria, debiendo tener como fin único la promoción.

3. Propuesta de documentos de solvencia de la empresa contratista

1. Solvencia económica y financiera: se propone la acreditación por el siguiente medio:

Volumen anual de negocios en el ámbito al que se refiere el contrato, referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del empresario y de presentación de las ofertas por importe igual o superior al valor estimado del contrato.

2. Solvencia técnica o profesional: se propone la acreditación por los siguientes medios:
- a. Una relación de los principales servicios o trabajos realizados de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato en el curso de, como máximo los tres últimos años, en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos; cuando sea necesario para garantizar un nivel adecuado de competencia los poderes adjudicadores podrán indicar que se tendrán en cuenta las pruebas de los servicios pertinentes efectuados más de tres años antes. Cuando le sea requerido por los servicios dependientes del órgano de contratación los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación; en su caso, estos certificados serán comunicados directamente al órgano de contratación por la autoridad competente. El importe anual acumulado de los servicios o trabajos realizados en el año de mayor ejecución deberá ser igual o superior al importe del contrato. El importe anual acumulado de los servicios o trabajos realizados en el año de mayor ejecución deberá ser igual o superior al valor estimado del contrato.
 - b. Títulos académicos y profesionales del empresario y de los directivos de la empresa y, en particular, del responsable o responsables de la ejecución del contrato así como de los técnicos encargados directamente de la misma, que deberán cumplir con lo requerido en el PPTP.
 - c. Indicación de la parte del contrato que el empresario tiene eventualmente el propósito de subcontratar, señalando su importe y nombre o perfil empresarial del subcontratista.
 - d. Relación del personal que se destinará a la ejecución del contrato en la que se especifiquen los nombres y la cualificación profesional del responsable de ejecutar la prestación. Alternativamente, y en su caso, declaración responsable por parte de la empresa donde se declare no tener todavía contratadas a las personas trabajadoras que se ocuparán en la ejecución del contrato y de las que aporta sus datos y que acreditará la afiliación y alta de todas ellas cuando las haya contratado y siempre con carácter previo al inicio de la actividad contratada.

4. Valor estimado del contrato

Atendiendo a los precios de mercado vigentes para la ejecución de servicios similares a los del objeto del contrato, se estima que el valor del contrato debe ser de **28.925,61€ IVA EXCLUIDO**

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 101.2 de la LCSP, el importe indicado se desglosa en los siguientes conceptos:

- a) Coste salarial: 10%
- b) Otros costes derivados de ejecución material de los servicios: 69%
- c) Gastos generales de estructura: 15%
- d) Beneficio industrial: 6%

35.000 IVA INCLUIDO

5. Justificación de la no división en lotes

En el contrato que se pretende, no cabe la división en lotes, dado que se trata de una prestación cuya división haría menos eficaz el objetivo que se pretende, puesto que una campaña de medios debe componerse de acciones planificadas y ejecutadas de forma coordinada y conjunta.

6. Procedimiento de contratación

La adjudicación se realizará por el procedimiento abierto, con pluralidad de criterios, sobre la base del principio de mejor relación calidad-precio, por ser este uno de los procedimientos ordinarios determinados por la ley.

7. Propuesta de criterios de adjudicación

La materia objeto de contrato hace difícil establecer criterios de adjudicación mensurables mediante fórmulas matemáticas, ello unido a que el interés principal de la Sociedad contratante, es la realización de la mejor promoción turística de Cantabria interesando que se oferte mejor calidad en el servicio y un mayor alcance en la difusión sobre los asistentes tanto presenciales como comunicativos, hace que el precio tampoco sea un criterio al que se le pueda dar un valor preponderante. No obstante, para cumplir con los principios que rigen la contratación pública se han tratado de objetivar al máximo posible los criterios evaluables mediante juicios de valor mediante su concreción.

En virtud de lo anterior y en función del tipo de contrato que se pretende licitar y de las características técnicas del mismo, se proponen los siguientes criterios de adjudicación:

DESCRIPCIÓN		PUNTUACIÓN
Fase 1: Criterios no evaluables mediante fórmulas (Sobre B)		49 puntos
1.a	Adecuación al espacio proporcionado por SSG 19 para el evento	10 puntos
1.b	Distribución temporal de los espacios gastronómicos donde se realizará las acciones, valorando especialmente aquella distribución que sea innovadora.	10 puntos
1.c	Carácter innovador, composición del formato así como elementos diferenciadores	10 puntos
1.e	Presentación técnica global del proyecto, valorándose conceptos de presentación así como elementos que hagan de la propuesta un concepto diferenciador	19 puntos
Fase 2: Criterios evaluables mediante fórmulas (Sobre C)		51 puntos
2.a	Precio ofertado, entendiéndose que quedarán excluidas de licitación las ofertas que resulten superiores a 35.000€ IVA INCLUIDO ; corresponderán 9 puntos a la baja máxima ofertada, y 0 (cero) puntos a aquellas ofertas que sean igual a 35.000€ IVA incluido, intercalándose linealmente el resto de ofertas entre ambos valores, según la siguiente fórmula: $9 * (35.000 - Oferta)/(35.000 - Oferta \text{ mín.}) = \text{puntuación obtenida}$	9 puntos
2.b	Decoración tecnológica área expositiva: (Hasta 20 puntos), se valorará la aportación del licitador pantallas P2 a razón de cada módulo 0,5 m x0,5 m de 2 puntos extra, siendo un mínimo de 5 módulos Se valorará personal asistente como técnico en elementos tecnológicos (Hasta 6 puntos) siendo un mínimo de 1 técnicos, durante los 3 días y sumando 3 puntos extra por cada técnico adicional. Valorándose con 0 puntos la oferta con 1 técnico y 6 puntos la oferta con 3 técnicos	26 puntos
2.c	Se valorará la inclusión de elementos auditivos sensoriales (Hasta 14 puntos) se valorará la aportación del licitador de elementos auditivos sensoriales, teniendo como mínimo 1 durante los 3 días del congreso y sumando 4 puntos extra por cada elemento presentado. Valorándose con 0 puntos la oferta con 1 elemento y 16 puntos la oferta con 4 elementos	16 puntos
TOTAL		100 puntos

La valoración mediante fórmulas matemáticas, se va a realizar con fórmulas lineales, puesto que se considera que estas mantienen una proporcionalidad directa entre el precio ofertado y los puntos asignados, permitiendo atribuir mayor puntuación a la mejor oferta y el reparto de todos los puntos establecidos para estos criterios.

Se recomienda que para pasar a la fase dos (criterios evaluables mediante fórmulas) de valoración se exija a los licitadores una puntuación mínima de 35 puntos.

8. Duración del contrato

La duración del contrato será la duración que conlleve el congreso SSG19, siendo de 3 días del mes de octubre su finalización, a contar a partir de la fecha de formalización del contrato.

En Santander, a 26 de julio de 2019.

LA CONSEJERA DELEGADA DE
CANTUR, S.A.

Fdo. Luisa Eva Bartolomé Arciniega

EL DIRECTOR COMERCIAL Y MARKETING

Fdo.: José Ramón Álvarez Gutiérrez