

**EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN, PROCEDIMIENTO ABIERTO, TRAMITACIÓN ORDINARIA, DEL CONTRATO DE SERVICIOS DE ELABORACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS Y LA EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE CANTABRIA, AÑO 2019.**

**CORRECCION DE ERRORES AL PLIEGO DE CONDICIONES PARTICULARES**

En fecha 02 de agosto de 2019 se ha recibido a través de la plataforma de contratación del sector público una cuestión planteada por la empresa C&C Publicidad, relativa a lo establecido en la cláusula O del Pliego de condiciones particulares. A la vista de la citada cuestión se ha detectado un error material en el Pliego de Cláusulas Particulares (en adelante PCP), del contrato de referencia, por lo que en virtud del artículo 109.2 de la ley 39/2015, de 1 de octubre, del procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, se procede a su rectificación, modificándose concretamente lo indicado en la cláusula O. relativo a la Fase 2 criterios evaluables mediante fórmulas (sobre C).

En el PCP Clausula O. (pág. 11.) en donde dice:

**O. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN.**

Las ofertas se evaluarán según la puntuación resultante de la aplicación de los siguientes criterios:

DESCRIPCIÓN		PUNTUACIÓN
<b>Fase 1: Criterios no evaluables mediante fórmulas (Sobre B)</b>		<b>70 puntos</b>
1.a	Adecuación del Plan de medios y su Plan de seguimiento a los objetivos del Plan de Marketing del Sector Turístico para 2019: se valorará la adecuación del contenido y de la comunicación de los atributos y productos turísticos de Cantabria a las características del mercado turístico de Cantabria.	10 puntos
1.b	Distribución temporal de las acciones dentro del año 2019 siguiendo criterios del plan de Marketing del sector turístico de Cantabria para 2019, valorando especialmente aquella distribución que fomente la des estacionalización.	10 puntos
1.c	Adecuación y definición de acciones sobre los productos estratégicos en relación con el Plan de Marketing.	10 puntos
1.e	Publicaciones e inserciones publicitarias y de contenido tanto en medios offline como en online así como reputación de los medios utilizados, se valorarán, el formato (hasta 10 puntos de los cuales hasta 4 puntos off line y hasta 6 puntos on line), la reputación de los medios utilizados (hasta 10 puntos de los cuales hasta 4 puntos off line y hasta 6 puntos on line)	20 puntos
1.f	Medición y repercusión de las audiciones e impactos así como la optimización de los mismos tanto en acciones offline como online. (ROI: retorno de la inversión ) (Hasta 10 puntos). Capacidad de cobertura, públicos a los que se dirige así como registros de medición (hasta 10 puntos)	20 puntos
<b>Fase 2: Criterios evaluables mediante fórmulas (Sobre C)</b>		<b>30puntos</b>
2.a	Precio ofertado, entendiéndose que quedarán excluidas de	10 puntos

	licitación las ofertas que resulten superiores a 49.586,78€ IVA INCLUIDO ; corresponderán 10 puntos a la baja máxima ofertada, y 0 (cero) puntos a aquellas ofertas que sean igual a 49.586,78€ IVA incluido, intercalándose linealmente el resto de ofertas entre ambos valores, según la siguiente fórmula: $10 * (49.586,78 - \text{Oferta}) / (49.586,78 - \text{Oferta mín.}) = \text{puntuación obtenida}$	
2.b	Publicaciones e inserciones publicitarias y de contenido tanto en medios offline como en online. Nº INSERCCIONES Nº IMPRESIONES <ul style="list-style-type: none"> <li>Medios on line (hasta 15 puntos) <math>15 * (I - I_{\text{min}}) / (I_{\text{Max}} - I_{\text{min}}) = \text{puntuación obtenida}</math> I=Número de impresiones ofertado por el licitador Imin=6 millones de impresiones Imax=Mayor número de impresiones ofertado por un licitador Puntuación mínima en este apartado es 0 puntos y se obtendrá por una oferta de 6 millones o menos impresiones.</li> <li>Medios off line de alcance nacional (hasta 5 puntos) <math>5 * (I - I_{\text{min}}) / (I_{\text{Max}} - I_{\text{min}}) = \text{puntuación obtenida}</math> I=Número de inserciones ofertado por el licitador Imin=20 inserciones Imax=Mayor número de inserciones ofertado por un licitador Puntuación mínima en este apartado es 0 puntos y se obtendrá por una oferta de 60 o menos inserciones.</li> </ul>	20 puntos
<b>TOTAL</b>		<b>100 puntos</b>

Los **criterios evaluables de manera automática** son los **criterios 2.a y 2.b**, que suponen una ponderación de 30 puntos.

Los **criterios evaluables dependiendo de un juicio de valor** son los **criterios 1.a a 1.f**, que suponen una ponderación de 70 puntos.

**Para pasar a la fase dos (criterios evaluables mediante fórmulas) de valoración los licitadores deberán obtener una puntuación mínima de 35 puntos, se excluirán del procedimiento los licitadores que no alcancen dicha puntuación.**

**Debe decir:**

Las ofertas se evaluarán según la puntuación resultante de la aplicación de los siguientes criterios:

DESCRIPCIÓN	PUNTUACIÓN
<b>Fase 1: Criterios no evaluables mediante fórmulas (Sobre B)</b>	<b>70 puntos</b>
1.a Adecuación del Plan de medios y su Plan de seguimiento a los objetivos del Plan de Marketing del Sector Turístico para 2019: se valorará la adecuación del contenido y de la comunicación de los atributos y productos turísticos de Cantabria a las características del mercado turístico de Cantabria.	10 puntos

	Distribución temporal de las acciones dentro del año 2019 siguiendo criterios del plan de Marketing del sector turístico de Cantabria para 2019, valorando especialmente aquella distribución que fomente la des estacionalización.	10 puntos
1.c	Adecuación y definición de acciones sobre los productos estratégicos en relación con el Plan de Marketing.	10 puntos
1.e	Publicaciones e inserciones publicitarias y de contenido tanto en medios offline como en online así como reputación de los medios utilizados, se valorarán, el formato (hasta 10 puntos de los cuales hasta 4 puntos off line y hasta 6 puntos on line), la reputación de los medios utilizados (hasta 10 puntos de los cuales hasta 4 puntos off line y hasta 6 puntos on line)	20 puntos
1.f	Medición y repercusión de las audiciones e impactos así como la optimización de los mismos tanto en acciones offline como online. (ROI: retorno de la inversión ) (Hasta 10 puntos) . Capacidad de cobertura, públicos a los que se dirige así como registros de medición (hasta 10 puntos)	20 puntos
<b>Fase 2: Criterios evaluables mediante fórmulas (Sobre C)</b>		<b>30puntos</b>
2.a	Precio ofertado, entendiéndose que quedarán excluidas de licitación las ofertas que resulten superiores a <b>49.586,78€ IVA NO INCLUIDO</b> ; corresponderán 10 puntos a la baja máxima ofertada, y 0 (cero) puntos a aquellas ofertas que sean igual a 49.586,78€ IVA incluido, intercalándose linealmente el resto de ofertas entre ambos valores, según la siguiente fórmula: $10 * (49.586,78 - \text{Oferta}) / (49.586,78 - \text{Oferta mín.}) = \text{puntuación obtenida}$	10 puntos
2.b	Publicaciones e inserciones publicitarias y de contenido tanto en medios offline como en online. N° INSERCCIONES N° IMPRESIONES <ul style="list-style-type: none"> <li>Medios on line (hasta 15 puntos) <math>15 * (I - I_{\min}) / (I_{\max} - I_{\min}) = \text{puntuación obtenida}</math> I=Número de impresiones ofertado por el licitador I<sub>min</sub>=6 millones de impresiones I<sub>max</sub>=Mayor número de impresiones ofertado por un licitador Puntuación mínima en este apartado es 0 puntos y se obtendrá por una oferta de 6 millones o menos impresiones.</li> <li>Medios off line de alcance nacional (hasta 5 puntos) <math>5 * (I - I_{\min}) / (I_{\max} - I_{\min}) = \text{puntuación obtenida}</math> I=Número de inserciones ofertado por el licitador I<sub>min</sub>=20 inserciones I<sub>max</sub>=Mayor número de inserciones ofertado por un licitador Puntuación mínima en este apartado es 0 puntos y se obtendrá por una oferta de 60 o menos inserciones.</li> </ul>	20 puntos
<b>TOTAL</b>		<b>100 puntos</b>

Los **criterios evaluables de manera automática son los criterios 2.a y 2.b**, que suponen una ponderación de 30 puntos.

Los **criterios evaluables dependiendo de un juicio de valor son los criterios 1.a a 1.f**, que suponen una ponderación de 70 puntos.

**Para pasar a la fase dos (criterios evaluables mediante fórmulas) de valoración los licitadores deberán obtener una puntuación mínima de 35 puntos, se excluirán del procedimiento los licitadores que no alcancen dicha puntuación.**

En Santander, a 2 de Agosto de 2019

**LA CONSEJERA DELEGADA DE CANTUR, S.A.**



**Fdo. Luisa Eva Bartolomé Arciniega**