

INFORME TÉCNICO SOBRE LAS PROPUESTAS PRESENTADAS PARA EL DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DEL STAND DE CANTABRIA EN LAS FERIAS DE TURISMO DURANTE EL AÑO 2020

El propósito de este informe es valorar las ofertas presentadas por los tres licitadores que concursan al Contrato de servicios para el diseño, construcción en régimen de alquiler, transporte, montaje, desmontaje, mantenimiento, almacenamiento y servicios complementarios del stand de la Comunidad Autónoma de Cantabria en las Ferias de Turismo durante año 2020, por parte del comité de expertos nombrado por resolución de la Presidente del Consejo de Administración de Cantur, S.A. de fecha 30/09/2019.

Vistas y analizadas todas y cada una de las ofertas presentadas a cargo de los licitadores CODELSE, C&C PUBLICIDAD, S.A., y VIAJES EL CORTE INGLÉS, se informa de lo siguiente:

CODELSE

En el caso de Codelse, la oferta recibida es incompleta, y por tanto, no cabe entrar a valorar otros extremos, por los siguientes motivos:

En el apartado 26 de los PPTP del expediente de contratación, denominado “*Documentación técnica a presentar*”, se impone la obligación de “*presentar el proyecto de las diferentes modalidades de stand, tanto en soporte digital como en papel*”. Además, especifica que “el proyecto incluirá: simulación del stand de cada una de las modalidades”

Se incumple este requerimiento por lo siguiente:

La propuesta de stand modalidad A tan sólo ofrece una simulación de la fachada principal, ninguna otra simulación del resto del stand.

Además, los planos de alzado son incompletos: sólo presenta plano de alzado de la fachada principal y plano de alzado parcial de un lateral y de la zona de presentaciones, en resumen.

En cuanto a las modalidades B y C no presenta simulación alguna, tan sólo unos planos incompletos, únicamente de planta.

Asimismo, en el mencionado apartado 26 se solicita que se especifique el mobiliario “*incluyendo imágenes*”, lo que omite el licitador, por lo que no es posible valorar los

correspondientes criterios de adjudicación.

Por tanto, se hace **imposible evaluar la oferta** de este licitador al no poderse valorar los criterios de adjudicación establecidos en las Cláusulas Administrativas Particulares.

Por las razones expuestas el comité técnico firmante propone la exclusión del licitador del presente concurso. Lo que se comunica a los efectos de que la mesa de contratación proceda a la valoración de dicha propuesta.

C&C PUBLICIDAD, S.A.

En el caso de C&C no se recogen en la memoria técnica del proyecto varios de los requerimientos que se solicitan por parte del licitante, es decir, **no contemplan todos y cada uno de los elementos exigidos.**

Incumplimientos detectados:

Apartado A.4.2. "Cocina": "Contará además con un espacio tipo office, aparte de la cocina, para la preparación de los eventos gastronómicos puntuales que se celebrarán en la plaza (talleres y degustaciones) a cargo de personal ajeno al stand". El proyecto presentado carece de office, un espacio específicamente requerido en los PPTP, por lo que el proyecto presentado es incompleto, al no contemplar uno de los espacios obligatorios.

En el mencionado apartado A.4.2. reza: "***El cuadro eléctrico deberá estar colocado fuera de la cocina y será independiente del resto de cuadros eléctricos del stand***". De acuerdo con los planos aportados en la memoria técnica del proyecto, el cuadro eléctrico está proyectado dentro de la cocina, concretamente encima del horno, **incumpliendo las exigencias del PPTP.**

En este apartado A.4.2. se especifica que "***El techo de este espacio deberá estar abierto***", aspecto que incumple el proyecto, en el que se ha planificado un edificio de dos alturas, en el que los despachos se ubican encima de la cocina, quedando por tanto cubierto el techo de la cocina e **incumpliendo las obligaciones recogidas en el PPTP.**

El licitador no ofrece el servicio diario de limpieza para los stands modalidad B y C que se requiere en el apartado 24 de los PPTP, "***Limpieza***": "***Correrá por cuenta del contratista la primera limpieza del stand, así como una limpieza integral diaria***". Por tanto, este requisito se incumple.

Apartado 22. "Normativa": "El licitador cumplirá con la normativa específica de cada Feria, atendiendo especialmente todo lo relativo a las restricciones constructivas: altura máxima autorizada, la elevación en altura de elementos decorativos, las limitaciones perimetrales y de cerramiento del perímetro, montaje, desmontaje, etc.". El licitador no refleja explícitamente

en su oferta este compromiso. Por tanto, se considera también incumplido este requerimiento.

Apartado A.4.4. **“Almacén general”**: **“acceso interior será mediante puerta de doble batiente con ojo de buey”**. Incumple la exigencia al haber presentado una puerta corredera sin mención alguna al ojo de buey.

Apartado 12. **“Puertas y llaves”**: **“el adjudicatario deberá entregar por cada puerta un llavero identificado con tres copias de la llave”**. En la memoria técnica presentada no ofrece tres copias de llaves de cada puerta con llavero identificativo.

Asimismo, en el mismo apartado se recoge **“el adjudicatario deberá entregar dos llaves maestras que abran todas y cada una de las puertas del stand”**. El proyecto omite dicha exigencia.

Apartado 20. **“Producción, transporte, montaje, desmontaje y almacenaje”**: **“El contratista asumirá las tasas/canon de montaje/desmontaje que correspondan en cada caso”**. La oferta presentada incumple la obligación de recoger en su memoria el compromiso impuesto en este apartado.

Apartado 15 de los PPTP, **“Pintura”**: **“Cumplirá con la normativa vigente. Será pintura plástica, no porosa, de calidad y fácilmente lavable. Se especificará en la propuesta técnica el tipo de pintura a utilizar”**. Este aspecto no está recogido en la memoria del proyecto ya que no especifica la pintura utilizada en los elementos constructivos del stand modalidad A (a excepción de un único elemento **“Estructura de fondo de escenario construida en tablero de aglomerado con acabado en pintura plástica no porosa y fácilmente lavable”**) obviándose este requisito de todos y cada uno de los elementos y estructura del resto del stand. Sí en cambio se ha reflejado este requisito correctamente para los stands modalidad B y C.

Apartado 16. **“Material gráfico y audiovisual”**: **“El adjudicatario proporcionará las fotografías e imágenes decorativas del stand, que pasarán a propiedad de CANTUR, S.A. con todos los derechos de uso.”**. No se recoge explícitamente este compromiso por parte del licitador en la memoria técnica presentada.

En el mismo apartado 16 se determina que **“CANTUR, S.A. se reserva el derecho de modificar estas imágenes, sin que por ello se pueda derivar ningún gasto adicional para CANTUR, S.A.”**. Este compromiso tampoco se asume explícitamente en la oferta presentada.

Apartado 17. **“Pantallas/Monitores”**: **“En todas las modalidades se dispondrá de una pantalla led, de mínimo 55”, con reproductor de DVD y entrada de USB”**. El licitador, ofrece **“monitores” sin especificar la tecnología led exigida**.

Apartado 18 del PPTP **“Extintores”**: **“En todas las modalidades se suministrarán, al menos, 2 extintores homologados. En el caso del stand “Modalidad A” (Fitur) serán, al menos, 4”. El**

licitador incumple esta obligación al presentar una oferta para el stand modalidad A, en el que incluye únicamente 2 extintores.

Además, este mismo apartado 18 determina que “Todos los extintores estarán en perfecto estado de uso y se colocarán a las distancias establecidas según la normativa aplicable, con la señalización correspondiente. En el caso de que la normativa general o la específica de las Ferias exigiera más, se colocarán tantos como corresponda”. “En el caso del stand ‘Modalidad A’ uno de los extintores deberá instalarse en la zona de cocina / bar”. De los cuatro obligatorios que se requieren para el stand Modalidad A, sólo ofrece dos, que ubica en los almacenes y ninguno en la cocina.

Apartado 20, “Asimismo, correrá por cuenta del contratista el transporte del material de promoción turística y artículos perecederos, tanto institucionales como de co-expositores. El traslado se efectuará desde el almacén de CANTUR, S.A. a la Feria, ida y vuelta, así como desde otros puntos de Cantabria, por determinar, hasta la Feria, ida y vuelta”. El licitador ofrece: “Para el transporte del material de promoción turística y productos perecederos, tanto institucionales como de co-expositores, desde el almacén de Cantur hasta cada destino, se utilizará...”. El ámbito de la oferta expuesta es inferior a los requerimientos de los PPTP.

Por las razones expuestas el comité técnico firmante no puede valorar la oferta presentada al no cumplir los requisitos mínimos exigidos en los PPTP, por lo que se propone la exclusión a los efectos de que la mesa de contratación proceda a su valoración.

VIAJES EL CORTE INGLÉS

DISEÑO E IMPACTO VISUAL DEL STAND MODALIDAD A Y MODALIDADES B Y C (Hasta 40 puntos)

Cumple los requisitos mínimos establecidos en los PPTP, por lo que se procede a valorar la oferta:

➤ **Originalidad del diseño y atractivo visual del conjunto del stand (Hasta 17 puntos)**

La oferta presenta un stand con un diseño original e impactante, tanto por su creatividad como por los materiales empleados, ofreciendo una imagen singular y fresca en su conjunto y guardando armonía entre las partes. (Hasta 17 puntos).

La oferta es aceptable, si bien, no resulta impactante. Se considera una oferta poco diferenciada. (Hasta 10 puntos).

La oferta propone un proyecto que no está suficientemente desarrollado o el tratamiento de la imagen global es incompleto en cuanto al objetivo deseado. (Hasta 5 puntos).

El licitador presenta una propuesta con un diseño que viene generado por la propia imagen de Cantabria desde un punto de vista paisajístico, tradicional, fresco, acogedor, moderno, vanguardista e innovador, provocando en el visitante una percepción real de sensaciones, a través de la representación de diferentes elementos, texturas y colores, y ubicando de forma inmediata al visitante en un escenario que identifica con Cantabria. Por tanto, la percepción del destino que se tiene de la región se ve reflejada en este proyecto.

Al incluir plantas y texturas naturales se genera una sensación de naturaleza, bienestar y frescura que evoca un destino en el que desarrollar actividades de turismo activo, deportivo y familiar.

Se juega con los colores de las plantas y flores para conseguir ambientes que transmiten diversas sensaciones, con el fin de influir de forma positiva en el estado de ánimo de los visitantes. Con ello también se consigue transportar al visitante desde el espacio cerrado de la feria a un ambiente abierto y de naturaleza.

El color verde presenta diferentes tonalidades, proporcionando un ambiente lleno de frescura que a su vez representa a la naturaleza, tan presente en Cantabria, consiguiendo a su vez homogeneidad con el resto de comunidades que forman la marca España Verde, que por lo general, se ubican próximos en todos los certámenes objeto de este contrato.

Proponen plantas a diferentes tamaños, jardines verticales, cuadros vegetales, plantas colgantes, de modo que todo el conjunto es un collage de cuadros vegetales con flores o macetas colgantes con todo tipo de plantas.

Todo ello transmite además un mensaje de sostenibilidad. Como factor positivo también se contempla que, además de regular la temperatura, reduce la contaminación sonora.

Valoración: 13/17

➤ **Soportes, conjuntos decorativos, elementos novedosos y originales que complementen al stand y ofrezcan una imagen atractiva (Hasta 8 puntos)**

La oferta presenta algún espacio, soporte, elemento, o conjunto decorativo diferenciador, novedoso, original, en armonía con la estética general del stand, resultando un reclamo para el público al llamar la atención de éste y permitirle interactuar.(Hasta 8 puntos)

La oferta presenta algún espacio, soporte, elemento, o conjunto decorativo diferenciador, novedoso, original, en armonía con la estética general del stand, si bien, no ofrece la posibilidad de interactuar con el público, o viceversa. (Hasta 4 puntos).

En el proyecto se hace patente la presencia continua de vegetación natural, muy utilizada en arquitectura contemporánea como elemento innovador, proporcionando una imagen fresca y original.

Como elemento singular se ofrece un muro vegetal de gran tamaño, 5 m x 3 m, visible desde los pasillos del recinto ferial, que resulta impactante, invitando al público a adentrarse en el stand y disfrutar de una experiencia multisensorial.

Además, se propone un soporte gráfico a modo de “cuaderno de viajes” que representa una región llena de contrastes y diversidad y cuyo mensaje es el eje conductor de la línea gráfica, ofreciendo la opción al público de contar en tiempo real en redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) “Tu experiencia, Tu Sensación, Tu

historia, Tu Visión, Tus gustos,... Tu Cantabria”,

Valoración: 6/8

➤ **Tamaño e impacto visual de las imágenes alusivas a Cantabria (Hasta 10 puntos)**

La oferta presenta imágenes que resultan impactantes por su tamaño (gigantografía), así como por su originalidad y/o contenido. (Hasta 10 puntos).

La oferta presenta imágenes que destacan por su originalidad y/o contenido, si bien, su tamaño no resulta del todo impactante, o viceversa. (Hasta 5 puntos).

La oferta presenta imágenes que reflejan características de Cantabria, si bien, no resultan impactantes ni por tamaño ni por contenido. (Hasta 2 puntos).

Las imágenes que se proponen son grandes murales que cubren la totalidad de la superficie de las paredes sobre las que se exponen, desde el suelo hasta el techo, provocando una sensación de grandeza. El proyecto contempla también imágenes retro-iluminadas, consiguiéndose así un gran impacto visual.

La distribución de las imágenes por las caras externas del stand favorece su visualización desde los pasillos perimetrales del stand.

Las imágenes presentan una línea argumental cuyo hilo conductor narra una historia, a modo de cuaderno de viajes, a lo largo de varias jornadas por Cantabria, reflejando de este modo el concepto de Cantabria “multidestino”.

Valoración: 10/10

➤ **Propuestas, aparte de las imágenes, que mejor reflejen los atributos de Cantabria (recursos, oferta, productos) y/o el concepto “Cantabria, Multidestino” (Hasta 3 puntos)**

La oferta incorpora soportes o elementos que muestran la oferta turística de Cantabria y los principales recursos turísticos de Cantabria. (Hasta 3 puntos).

La oferta incorpora soportes o elementos que muestran la oferta turística de Cantabria pero no los principales recursos turísticos de Cantabria, o viceversa. (Hasta 1 punto).

El proyecto presentado por Viajes el Corte inglés incorpora soportes y elementos que muestran la oferta turística de Cantabria y los principales recursos turísticos, a través de un “cuaderno de viajes”, que representa una región llena de contrastes y diversidad.

Valoración: 1/3

➤ **Decoración acogedora del interior de los espacios cerrados (Hasta 1 punto).**

La decoración interior incorpora soportes y elementos que complementan la línea decorativa exterior, donde el valor paisajístico, tradicional, acogedor, moderno y vanguardista está presente.

Cada una de las estancias y espacios privados va personalizada, creando de este modo una identidad propia.

Valoración: 1/1

➤ **Mobiliario y elementos fijos del stand integrados en cuanto a colores, materiales y diseño, en armonía con la imagen general del stand (Hasta 1 punto).**

El proyecto incorpora soportes o elementos con las mismas tonalidades de las principales estructuras expuestas.

Predomina el color blanco, que se aplica como color positivo, para transmitir descanso, paz y tranquilidad. Con el uso del color blanco se consigue además una perspectiva de espacios más abiertos, amplios y frescos, dando a su vez protagonismo a otros elementos decorativos y destacando las gráficas. Se le incluye el factor brillo, que aporta calidad en la exposición. Su aplicación en el interior de los espacios cerrados da sensación de limpieza, resaltando las gráficas y decorados que son los que aportan el color.

El mobiliario elegido cumple con las cualidades de singularidad, calidad, actualidad y vanguardia, en conjunto con el diseño definido en el proyecto.

Para el suelo se ofrece pavimento de PVC vinílico color madera, en contraste con las paredes y en consonancia con el diseño de los diferentes elementos que se proponen.

Valoración: 1/1

FUNCIONALIDAD Y DISTRIBUCIÓN DE LOS ESPACIOS (Hasta 40 puntos)

➤ **Ubicación y distribución de espacios (Hasta 27 puntos).**

- **Propuestas que planteen las mejores soluciones de ubicación y distribución de los espacios (comunes y de uso privativo), según las necesidades que se recogen en el Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares (funcionalidad, versatilidad, discreción, etc.), así como del aprovechamiento de los espacios. (Hasta 17 puntos)**

La oferta presenta un stand en dos plantas y las mejores soluciones de ubicación, distribución y aprovechamiento de los espacios, su versatilidad, las mejores soluciones de iluminación y de accesos entre dependencias. El planteamiento favorece el flujo de visitantes al stand, especialmente a la zona de presentaciones y de información turística. (Hasta 17 puntos).

La oferta presenta un stand en una planta y las mejores soluciones de ubicación, distribución y aprovechamiento de los espacios, su versatilidad, las mejores soluciones de iluminación y de accesos entre dependencias. El planteamiento favorece el flujo de visitantes al stand, especialmente a la zona de presentaciones y de información turística. (Hasta 10 puntos).

La oferta presenta un stand que no plantea las mejores soluciones de ubicación, distribución y aprovechamiento de los espacios, o los espacios requeridos no son versátiles, o no plantea buenas soluciones de iluminación y de accesos entre dependencias o el planteamiento no favorece el flujo de visitantes al stand, especialmente a la zona de presentaciones y de información turística. (Hasta 5 puntos).

La propuesta presentada ha tenido en cuenta la operatividad y comodidad de los espacios, ofreciendo soluciones prácticas a la hora de llevar a cabo la distribución de estancias y espacios abiertos, y favoreciendo el tránsito y flujo de visitantes sin interferir en la actividad de los trabajadores del stand. Se da protagonismo a las zonas destinadas al público, como son la zona de información general y la plaza, donde tienen lugar las actividades, y discreción a las zonas de uso privativo (despachos, bar, guardarropa, zona de profesionales y prensa).

Se establecen dos áreas perfectamente definidas: la zona pública, que se orienta hacia

el pasillo principal permitiendo el acceso desde los pasillos laterales; y la zona privada, que se orienta a pasillos laterales y trasero, facilitando el tránsito y el desarrollo de las actividades propias.

La zona de presentaciones y dinamización del stand se plantea como un espacio amplio, con visual desde diferentes perspectivas y varios accesos de entrada que facilitan el flujo de movimiento de los visitantes y personal interviniente en el desarrollo de la acción.

El cuarto técnico para el control visual y de sonido se sitúa en altura, lo que permite una mejor visibilidad; su acceso permite asistencia inmediata por el lateral del escenario y a la trasera del mismo.

El bar, que se considera un espacio de acceso restringido, no es perceptible a simple vista y se ubica fuera del tránsito del público. Se orienta hacia el interior del stand, próximo a los despachos, lo que permite un enclave oculto desde todas sus perspectivas.

Aparte de la cocina, se plantea un espacio tipo office, destinado a la preparación de los eventos gastronómicos puntuales que se celebrarán en la plaza (talleres y degustaciones) a cargo del personal ajeno al stand, lo que posibilita la preparación de las degustaciones gastronómicas sin interferir en la preparación de las degustaciones propias del stand.

El guardarropa ocupa un lugar discreto, a la vez que visible y cercano a la zona de dinamización y actos.

Se plantea la utilización de rampa perimetral que permite la máxima accesibilidad, al tiempo que invita a entrar en el stand. Los posibles espacios a distinto nivel estarían señalizados, para evitar posibles caídas, lo que convierte al stand en accesible, sin barreras arquitectónicas que dificulten el acceso de personas con movilidad reducida.

El pavimento tanto en la zona de información como en el resto de espacios cerrados será de tarima antideslizante, recubierta en PVC, lo que favorece la limpieza del mismo.

Valoración: 10/17

- **Propuestas que contemplen las mejores soluciones de operatividad y comodidad de los trabajadores en el desempeño de su labor y en el uso de los espacios asignados en cada caso, así como del público en su tránsito y movilidad. (Hasta 10 puntos).**

La oferta presenta un stand cuyas zonas de trabajo y elementos propuestos son cómodos para los trabajadores y usuarios del stand así como apropiadas para los fines descritos en el pliego de P.P.TT., además de favorecer que el flujo de visitantes sea ágil y no interfiera en el desarrollo diario de las actividades. (Hasta 10 puntos).

La oferta presenta un stand cuyas zonas de trabajo y elementos propuestos no son cómodos para los trabajadores y usuarios del stand ni apropiadas para los fines descritos en el pliego de P.P.TT., o no favorece que el flujo de visitantes sea ágil, interfiriendo en el desarrollo diario de las actividades. (Hasta 5 puntos).

La orientación de las zonas públicas y privadas permite el flujo de visitantes, propiciando la circulación por las principales zonas de exposición. Para ello, se han tenido en cuenta los accesos, que son amplios, la iluminación y las rampas de acceso perimetrales.

El almacén institucional, de unos 30 m², se sitúa como trasera del área de información, a la cual abastece. Esto resulta muy cómodo para los informadores turísticos, habida cuenta de los continuos desplazamientos que hacen a este espacio para la reposición de material.

La zona para uso de profesionales y prensa plantea un espacio polivalente, multifuncional, con mobiliario de uso versátil, teniendo en cuenta los distintos usos a que se destina.

La barra del bar contempla un espacio de trabajo trasero de aproximadamente 4 m², lo que permite que dos personas trabajen al tiempo de forma cómoda.

Aparte de la cocina se plantea un espacio tipo office, destinado a la preparación de los eventos gastronómicos puntuales que se celebrarán en la plaza (talleres y degustaciones) a cargo del personal ajeno al stand, lo que posibilita la preparación de las degustaciones gastronómicas sin interferir en la preparación de las degustaciones propias del stand.

El uso de leds (luz fría) está generalizado en toda la zona de gastronomía, con especial atención a la iluminación del mobiliario.

El mobiliario es de calidad. Los taburetes previstos para el personal de atención de mostradores cuentan con respaldos, lo que los hace más cómodos.

Valoración: 10/10

➤ **Identificación del stand (Hasta 11 puntos).**

- **Propuestas que mejor solución planteen en cuanto al rótulo identificativo del stand, de modo que el stand sea visible desde cualquier ángulo del pabellón. (Hasta 10 puntos).**

La oferta presenta una rotulación del stand llamativa y original, en la que el término Cantabria destaca por su gran impacto visual desde cualquier punto del pabellón. (Hasta 10 puntos).

La oferta presenta una rotulación que cumple con el requisito de alcanzar la máxima altura permitida por la organización ferial, si bien, aparte de la identificación no ofrece ningún impacto visual. (0 puntos)

El proyecto presentado por Viajes el Corte Inglés presenta la identificación de la marca CANTABRIA en un formato relevante y perceptible desde las diferentes perspectivas del hall donde se sitúa.

De estructura corpórea, en color blanco sobre madera y a gran tamaño, el término “Cantabria” se propone a la máxima altura permitida por la organización ferial, de modo que su visibilidad sea posible desde cualquier ángulo del pabellón, y la localización del stand de Cantabria sea fácil en todo momento. El término Cantabria se ubica sobre la fachada principal del stand, orientada al pasillo principal, así como en los pasillos laterales, de modo que se hace visible en un ángulo de 180 grados.

Este elemento viene complementado por la presencia de marca en pasillos laterales, identificando las zonas de acceso de público a la zona de dinamización.

El grafismo propuesto para la estructura del stand refuerza la localización del stand a pie de pasillo y en las cercanías del stand.

Valoración: 8/10

- **Presencia del término Cantabria, así como de los logos de las marcas turísticas (Cantabria Infinita y Camino Lebaniego), en soportes o elementos del stand. (Hasta 1 punto)**

Se da especial protagonismo al término “Cantabria”, localizado en altura, encabezando el stand, y a las marcas Cantabria Infinita y Camino Lebaniego, con presencia y visibilidad en las estructuras del stand y espacios cerrados.

Además, Viajes El Corte Inglés incluiría otros elementos, si así se considerara por parte de CANTUR:

- la web <https://turismodecantabria.com>
- otras Webs, <https://caminolebaniego.com/ESP>
- el *claim* de la campaña de promoción turística en vigor
- logotipo marcas
- los logos y direcciones de las redes sociales
- Otras Campañas activas
- Cualquier otro elemento que determine CANTUR S.A.

Valoración: 1/1

- **Mobiliario y elementos fijos del stand que presenten mejores soluciones a las necesidades descritas en el pliego de Prescripciones Técnicas Particulares (Hasta 2 puntos).**

El mobiliario que presenta Viajes El Corte Inglés está compuesto por materiales de calidad, con mostradores en color blanco y pintura melamínica.

Se utiliza mobiliario versátil en el espacio polivalente y en la plaza, habida cuenta de los distintos usos de un mismo espacio en algunos casos.

Las estancias privadas están personalizadas y decoradas con el grafismo solicitado en los pliegos, pero además con el uso de imágenes de campaña. Todo ello, junto con el mobiliario vanguardista y el *atrezzo*, dan como resultado estancias acogedoras.

El mobiliario propuesto cumple con las cualidades de singularidad, calidad, actualidad y vanguardia, en conjunto con el diseño definido en este proyecto.

La propuesta contempla la utilización de leds en gran parte del stand, así como la iluminación de parte del mobiliario.

Valoración: 2/2

Conclusión:

El comité técnico nombrado para analizar las distintas ofertas recibidas de los licitadores, propone a la Mesa de Contratación la exclusión de las ofertas presentadas por Codelse y C&C Publicidad, S.A., basándose en el *Apartado N* del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, referida al “sobre B” que reza: **“Serán excluidas del procedimiento las ofertas técnicas que no contemplen todos y cada uno de los elementos exigidos en los pliegos y las que se presenten incompletas”**, ya que ambas incumplen las exigencias recogidas en los Pliegos de Prescripciones Técnicas Particulares del expediente de contratación.

Puntuación total del proyecto técnico presentado por Viajes El Corte Inglés: **63 puntos**, de un total de 80 posibles.

En Santander, a 11 de noviembre de 2019

Susana Orizaola Stransky

Alexia Gómez Pelayo

Daniel Ruiz Schäfer