

INFORME DE NECESIDAD

Contrato de servicios para la elaboración de un estudio económico de análisis coste-beneficio, impacto económico y de acciones de marketing y publicidad en compañías aéreas para la promoción de Cantabria como destino turístico

1. Introducción

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. Es objetivo del Gobierno de Cantabria colocar al Sector Turístico de Cantabria en posiciones de liderazgo en cuanto a competitividad en el escenario nacional e internacional, así como consolidarlo como una actividad económica estratégica relevante y prioritaria, con alto impacto social y generadora de empleo.

Para cumplir dicho objetivo, 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.

La Ley 5/1999, de 24 de marzo, de Ordenación del Turismo de Cantabria, encomienda a la Sociedad Regional de Turismo, hoy CANTUR, S.A., en su artículo 8, la realización de actividades en materia de información, promoción y comercialización turística, estableciendo como fines sociales de ésta los siguientes:

- a) La promoción y fomento del turismo de la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- b) El fomento de la comercialización a través de los diferentes medios y actividades, tales como ferias, jornadas de presentación y comercialización de productos turísticos, congresos, viajes de incentivo y para conocimiento de productos y de prensa.
- c) La gestión e impulso de los servicios de información turística, oficinas de turismo y centrales de información y/o de reservas turísticas.

Para dar cumplimiento a sus fines sociales, CANTUR, S.A. desarrolla diversas actividades que pueden ser realizadas por la sociedad total o parcialmente, de forma directa o mediante colaboración con otras sociedades o entidades.

Una gran parte de la promoción de Cantabria como destino turístico se lleva a cabo a través de acciones publicitarias y de marketing en aquellos ámbitos en los que éstas puedan tener mayor impacto o difusión pública y/o diversificación para llegar a otro tipo de públicos abriendo o fomentando nuevos campos de comercialización turística, de forma que cumpla con el objetivo de consolidación de la imagen de Cantabria como destino turístico de calidad.

El Plan de Marketing Turístico de Cantabria 2020/21 establece el desarrollo de campañas de promoción turística a través de compañías aéreas, dado que una gran parte del turismo llega a Cantabria a través del avión. En el año 2019, previo a la pandemia, el aeropuerto de Santander tuvo un tráfico de pasajeros superior al millón de personas, que ha generado un alto impacto económico tanto directo como indirecto.

En este contexto, CANTUR está preparando un concurso público para la contratación de acciones de marketing y publicidad vinculadas con la imagen de Cantabria como destino turístico en los mercados nacionales e internacionales objetivo.

Para la determinación de las condiciones concretas del contrato, se hace precisa la elaboración de un estudio económico previo respecto al precio de licitación y a las acciones de marketing y publicidad a realizar.

Para ello, se hace necesario emplear las herramientas para el análisis económico adecuado. Las acciones publicitarias y de marketing a realizar se deben valorar atendiendo a criterios de Impacto Económico y Análisis Coste-Beneficio, conforme a las pautas y evolución de los mercados.

Toda vez que CANTUR S.A. no dispone de los medios humanos y materiales precisos para acometer con éxito los trabajos descritos, de realización de un estudio económico como el que se indica, 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

El objeto del contrato es la elaboración de un estudio económico de análisis coste-beneficio e impacto económico de acciones de marketing y publicidad en compañías aéreas para la promoción de Cantabria como destino turístico y consolidar la marca en mercados nacionales e internacionales.

1. 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) Relación de los principales servicios realizados, de igual o similar naturaleza en el curso de los últimos tres (3) años, en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos. 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. Los licitadores habrán de acreditar al menos 2 servicios relacionados con el objeto del contrato.

- b) Indicación del personal técnico, integrado o no en la empresa, participantes en el contrato. El equipo técnico de la propuesta deberá cumplir los requisitos mínimos establecidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares.
- c) Títulos académicos y profesionales del responsable o responsables de la ejecución del contrato, así como de los técnicos encargados directamente de la misma, que deberán ser como mínimo los exigidos en el PPTP.
- d) Indicación de la parte del contrato que el empresario tiene eventualmente el propósito de subcontratar, señalando su importe, y el nombre o el perfil empresarial, definido por referencia a las condiciones de solvencia profesional o técnica, de los subcontratistas a los que se vaya a encomendar su realización.

3. 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 47.600€ IVA EXCLUIDO.

La determinación del precio se ha estimado atendiendo a los precios de mercado vigentes para la ejecución de servicios similares a los del objeto del contrato, como son las horas de trabajo necesarias para llevar a cabo el servicio a realizar, tal y como establece el artículo 101 de la LCSP.

Concepto	Presupuesto
Coste Bruto Doctor Jefe Proyecto (estimación 500 horas a 38€)	19.000,00 €
Coste Bruto Técnico de Proyecto (estimación 700 horas a 30€)	21.000,00€
Total Costes Directos	40.000,00 €
Gastos Generales (13%)	5.200,00 €
Subtotal	5.200,00 €
Beneficio Industrial (6%)	2.400,00€
TOTAL IVA NO INCLUIDO	47.600,00 €

Asimismo, se han estimado los porcentajes de gastos generales y beneficio industrial mínimo que fija el Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas vigente a la fecha del contrato.

4. 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.

5. 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.

6. Propuesta de criterios de adjudicación

En función del tipo de contrato que se pretende licitar y de las características técnicas del mismo, se proponen los siguientes criterios de adjudicación, que valoran el coste-eficiencia y la calidad de los trabajos a realizar:

DESCRIPCIÓN		PUNTUACIÓN	
Fase 1: Criterios no evaluables mediante fórmulas (Sobre B)		39 puntos	
1.a	Metodología a emplear en el desarrollo del estudio, se valorará el enfoque del estudio (8 puntos) y su adecuación al objeto del contrato (7 puntos).	Hasta 15 puntos	15
1.b	Memoria técnica, se valorará el contenido del estudio (hasta 5 puntos), su adecuación a los mercados objetivos (hasta 5 puntos) y las fuentes a emplear para su desarrollo (hasta 5 puntos).	Hasta 15 puntos	15
1.c	Cronograma, se valorará la distribución de los tiempos de trabajo, su coherencia con la metodología propuesta y con el desarrollo del contenido del estudio.	Hasta 5 puntos	5
1.e	Se valorará la experiencia y formación adicional a la requerida en el PPTP del equipo de trabajo, siempre que tenga relación con el objeto del contrato (se excluye de este apartado la valoración del título de doctor y publicaciones realizadas). Para valorar este apartado deberán aportarse los curriculum vitae de los componentes del equipo en los que no deberá figurar ni el nombre ni si tienen o no el título de doctor (salvo el jefe de proyecto), ni las publicaciones realizadas, por ser objeto de valoración en la siguiente fase.	Hasta 4 puntos	4
Fase 2: Criterios evaluables mediante fórmulas (Sobre C)		61 puntos	
2.a	Precio ofertado, entendiéndose que quedarán excluidas de licitación las ofertas que resulten superiores a 47.600 € IVA EXCLUIDO; corresponderán 18 puntos a la baja máxima ofertada, y 0 (cero) puntos a aquellas ofertas que sean igual a 47.600 € IVA excluido, intercalándose linealmente el resto de ofertas entre ambos valores, según la siguiente fórmula: $18 * (47.600 - \text{Oferta}) / (47.600 - \text{Oferta mín.}) = \text{puntuación obtenida}$	Hasta 18 puntos	18

2.b	<p>Reducción del plazo de entrega, se valorará la reducción del plazo de entrega/ejecución de los estudios de la siguiente forma:</p> <p>4 puntos por cada semana a reducir del plazo de ejecución del estudio nacional.</p> <p>2 puntos por cada semana a reducir del plazo de entrega del estudio internacional.</p>	Hasta puntos	16
2.c	<p>Número de publicaciones realizadas relacionadas con el objeto del contrato, en revistas con impacto JCR, de los miembros del equipo de trabajo.</p> <p>1 punto por cada artículo publicado</p> <p>Para valorar este apartado se deberán aportar los artículos publicados, incluyendo la mención a la revista de publicación y la fecha.</p>	Hasta puntos	15
2.d	<p>Cualificación del equipo técnico, se valorará la cualificación profesional del personal aportado al proyecto, por encima de los requerimientos mínimos del pliego de prescripciones técnicas particulares:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personal con el título de Doctor en especialidad relacionada con área de marketing y/o economía. <ul style="list-style-type: none"> 1. Doctor en economía 6 puntos 2. Doctor en administración de empresas o marketing 6 puntos <p>Para puntuar este apartado será necesario aportar copia de los títulos académicos, que deberán tener carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.</p>	Hasta puntos	12
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 19,5 puntos.

7. Duración del contrato

El presente contrato tendrá una duración máxima de 5 meses a contar a partir de la fecha de formalización del contrato. Este plazo podrá reducirse en función de la oferta presentada por el adjudicatario.

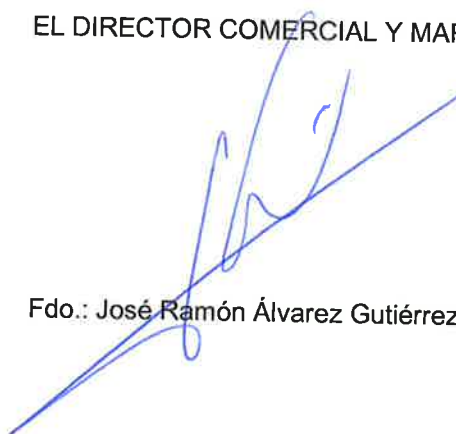
En Santander, a 30 de septiembre de 2021.

VºBº EL CONSEJERO DELEGADO DE
CANTUR, S.A.



Fdo. Luis Fernando de la Pinta Fernández

EL DIRECTOR COMERCIAL Y MARKETING



Fdo.: José Ramón Álvarez Gutiérrez