

## INFORME DE VALORACION SOBRE LAS PROPUESTAS ACEPTADAS PARA EL CONTRATO DE SERVICIOS DE SERVICIOS AGENCIA DE COMUNICACIÓN PARA LA EJECUCION, ADAPTACION, MODIFICACION Y CREACION DE CREATIVIDADES PARA EL PERIODO 2021-22

### ALCANCE DEL INFORME

El presente informe se limita a realizar la valoración técnica de las ofertas recibidas y admitidas en el presente expediente de contratación, analizando el contenido del Sobre B de cada propuesta

La mesa de contratación acordó, en sesión celebrada el día 05 de NOVIEMBRE de 2.021, encargar al Director Comercial y Marketing de Cantur sa la elaboración del informe de valoración de las ofertas contenidas en el Sobre B presentadas por los licitadores, GOOD NEWS y C&C PUBLICIDAD. Con posterioridad se informa por parte del área jurídica que tras subsanación se incluye en el expediente a la empresa MILA BRANDERS S.L. dicha documentación tras sesión celebrada el 26 de NOVIEMBRE de 2021 se entrega para su valoración.

Las empresas objeto de esta valoración técnica son las siguientes:

<b>EMPRESAS ADMITIDAS:</b>
MILA BRANDERS, SL
C&C PUBLICIDAD
GOOD NEWS

A la vista del encargo realizado, se procede, a continuación, a realizar el informe solicitado, para su tratamiento en la mesa de contratación, a los efectos oportunos.

### **CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LOS APARTADOS DEL PROPIO INFORME TÉCNICO.**

De acuerdo con lo establecido en el PCAP y de los propios pliegos técnicos son los siguientes

8. DESCRIPCIÓN		PUNTUACIÓN
<b>Fase 1: Criterios no evaluables mediante fórmulas SOBRE 1</b>		<b>49 puntos</b>
1.a	Contenido: se valorará el hilo conductor de la story telling que se presente y que deberán adecuarse al plan de marketing 2020-21, (9 puntos) y la originalidad de la propuesta (hasta 8 puntos).	17 puntos
1.b	Equipo de trabajo: se valorará el curriculum vitae de las personas que conforman el equipo, en aquello que supere el mínimo establecido para la solvencia técnica, dando mayor puntuación a los licitadores que presenten personal con formación en las últimas tecnologías (hasta 7 puntos).	7 puntos
1.c	Herramientas de gestión: se valorará el tipo de herramienta de gestión, la adecuación al formato la utilidad de esta y licencias de cesión.	10 puntos
1.d	Número de formatos y piezas presentadas: se valorará aquello que se presente adicionalmente a los mínimos requeridos.	10 puntos
1.e	Diseño de la presentación: se valorará el soporte en el que se realice la oferta su argumentación y explicación de las artes finales (hasta 5 puntos),	5 puntos
<b>Fase 2: Criterios evaluables mediante fórmulas SOBRE 2</b>		<b>51 puntos</b>
2.a	Precio ofertado, entendiéndose que quedarán excluidas de licitación las ofertas que resulten superiores a 30.000€ IVA no incluido; corresponderán 21 puntos a la baja máxima ofertada, y 0 (cero) puntos a aquellas ofertas que sean iguales a 30.000€ IVA no incluido, intercalándose linealmente el resto de las ofertas entre ambos valores, según la siguiente fórmula: $21 * (30.000 - \text{Oferta}) / (30.000€ - \text{Oferta mín.}) = \text{puntuación obtenida}$	21 puntos
2.b	Número de horas/persona dedicadas al proyecto por encima del mínimo establecido en el PPTP (250 horas). El licitador deberá ofertar tramos de 10 horas adicionales, por cada 10 horas de más ofertadas se otorgarán 6 puntos, hasta un máximo de 400 horas. Se otorgarán cero puntos en este apartado al licitador que oferte 250 horas y 30 puntos al licitador que oferte 400 horas o más.	30 puntos
<b>TOTAL</b>		<b>100 puntos</b>

Se recomienda que para pasar a la fase dos (criterios evaluables mediante fórmulas) de valoración se exija a los licitadores una puntuación mínima de 25 puntos.

MILA BRANDERS S, L

La propuesta presentada por el licitador viene a través de folios grapados y sin orden. En el análisis de la propia oferta, se aprecia la guionización de un apartado denominado TV CANTABRIA hace alusión a diferentes escenas de posibles videos y piezas spot, de igual forma presenta cuñas de radio, si bien NO se presenta portfolio de archivos fotográficos. Informando a la mesa de contratación de la falta de este contenido y no pudiendo valorar el resto de esta.



**MINI-SITIO WEB DE CAMPAÑA**

El sitio web de campaña debe ser un espacio interactivo que permita al usuario acceder a la información de la campaña de manera sencilla y rápida. El sitio debe estar diseñado para ser atractivo y fácil de navegar. El sitio debe estar diseñado para ser atractivo y fácil de navegar. El sitio debe estar diseñado para ser atractivo y fácil de navegar.

El sitio web de campaña debe ser un espacio interactivo que permita al usuario acceder a la información de la campaña de manera sencilla y rápida. El sitio debe estar diseñado para ser atractivo y fácil de navegar. El sitio debe estar diseñado para ser atractivo y fácil de navegar.

El sitio web de campaña debe ser un espacio interactivo que permita al usuario acceder a la información de la campaña de manera sencilla y rápida. El sitio debe estar diseñado para ser atractivo y fácil de navegar. El sitio debe estar diseñado para ser atractivo y fácil de navegar.



**DESARROLLO GRÁFICO**

Con las fotos realizadas durante la filmación de la campaña, se propone el desarrollo de piezas gráficas para medios afines en sistema y otros formatos especiales.



**Punto 4 del PPT, alcance de los trabajos apartado C (contenido mínimo)**

c) Contenido mínimo

La oferta que se presente deberá contener como mínimo:

- 5 piezas de video de 20 segundos máximo, con una **storytelling** de las instalaciones de CANTUR y **claim** de Cantabria. Con entrega del material en bruto si se solicita
- 1 pieza de video recopilatoria de 1.5 minutos. Con entrega del material en bruto si se solicita
- Paquete de horas hombre con dedicación al proyecto, se deberá consignar en la oferta técnica el mínimo establecido, es decir, 250 horas. Las horas adicionales ofertadas al proyecto deberán consignarse en el anexo I del pliego de cláusulas administrativas particulares, que se incluirá en el sobre C.
- Portfolio con un mínimo de 60 archivos fotográficos de alta resolución para posteriores adaptaciones a diferentes medios y formatos. Aceptados por la empresa Cantur S.A. La ubicación de las imágenes se consensuará con el licitador tras la firma del contrato.
- Grabación de 5 cuñas radiofónicas con posibilidad de adaptación.

## C&C PUBLICIDAD

El licitador presenta en su oferta una propuesta de servicios y creatividades en las versiones video, fotografía y audio. El formato de la oferta es A3 y a través de códigos QR remite el contenido mínimo del PPT.

1.a	Contenido: se valorará el hilo conductor de la story telling que se presente y que deberán adecuarse al plan de marketing 2020-21, (9 puntos) y la originalidad de la propuesta (hasta 8 puntos).	17 puntos
-----	---	-----------

Basándose en la propuesta recibida, el licitador propone un hilo conductor a través del vuelo de un águila, siendo este el elemento principal en los videos. De igual forma el documento presenta temáticas diferentes, naturaleza, urbano, instalaciones gestionadas por Cantur. El enfoque de la propuesta se centra en el disfrute de las experiencias del destino y de hacer al cliente una visión diferente de los atractivos. Estando estos productos reflejados en plan de marketing 20-21. Analizando la propuesta de originalidad, la oferta presentada se muestra a través de la visión del vuelo de un águila, donde recorre los diferente espacios del territorio cántabro, haciendo más énfasis en espacios naturales, como reclamo del espectador.

Este apartado se valora con 5 puntos en el ámbito storytelling y adecuación al plan de marketing 20-21 y 6 puntos en el ámbito de originalidad.

**Total 11 puntos sobre 17 puntos**

1.b	Equipo de trabajo: se valorará el curriculum vitae de las personas que conforman el equipo, en aquello que supere el mínimo establecido para la solvencia técnica, dando mayor puntuación a los licitadores que presenten personal con formación en las últimas tecnologías (hasta 7 puntos).	7 puntos
-----	---	----------

La oferta presentada detalla los cv de las personas que van a conformar los servicios, así como una detallada formación de cada uno de los perfiles solicitados en el PPT. La propuesta presenta además de los perfiles solicitados en los criterios de solvencia, 1 Ingeniero en telecomunicaciones, coordinador de gestión con más de 15 años de experiencia, 1 Grado superior en diseño de artes gráficas con más de 3 años de experiencia.

**Este apartado se valora con 4,5 puntos de 7 puntos**

1.c	Herramientas de gestión: se valorará el tipo de herramienta de gestión, la adecuación al formato la utilidad de esta y licencias de cesión.	10 puntos
-----	---	-----------

El licitador propone a través de la oferta, dos herramientas de uso, una en dirección de repositorio y aglutinador de los diferentes documentos creados I FRAME, donde se podrá recoger todas las artes finales, clasificarlo y gestionarlo. En una segunda herramienta (MONDAY), el licitador propone una herramienta de gestión diaria donde las ordenes de pedidos queden reflejados así como la situación o modificación, esta propuesta también propone la gestión de tiempos hora hombre, para su control y administración. la

**Este apartado se valora con 8 puntos de 10 puntos**

1.d	Número de formatos y piezas presentadas: se valorará aquello que se presente adicionalmente a los mínimos requeridos.	10 puntos
-----	---	-----------

Basándonos en la propuesta que se presenta, la misma propone una serie de formatos adicionales a los contenidos mínimos enfocados a marketing online y enfocados al marketing offline. 3 piezas en rrrs formato 1:1 adaptado a Instagram, 2 piezas en formato impresión gráfica, 6 piezas impresión grafica exterior.20 piezas graficas publicitarias digitales.

**Este apartado se valora con 7 puntos de 10 puntos**

1.e	Diseño de la presentación: se valorará el soporte en el que se realice la oferta su argumentación y explicación de las artes finales (hasta 5 puntos),	5 puntos
-----	--	----------

El licitador presenta una presentación a través de códigos qr para acceder a los contenidos ofertados, describe de forma argumentada y clara sus artes finales y los objetivos que quiere conseguir con ello. Enfoca la argumentación al contenido smartphone y plataformas para conseguir un crosselling de producto. Se establece un cronograma coherente de las acciones a conseguir.

**Este apartado se valora con 3,5 puntos de 5 puntos**

**Total 34 puntos de 49 puntos**

## GOOD NEWS

La oferta analizada basándose según los PPT la propuesta NO se presenta el contenido mínimo solicitado en el punto C de los PPT.

### c) Contenido mínimo

La oferta que se presente deberá contener como mínimo:

- 5 piezas de video de 20 segundos máximo, con una **storytelling** de las instalaciones de CANTUR y **claim** de Cantabria. Con entrega del material en bruto si se solicita
- 1 pieza de video recopilatoria de 1.5 minutos. Con entrega del material en bruto si se solicita.
- Paquete de horas hombre con dedicación al proyecto, se deberá consignar en la oferta técnica el mínimo establecido, es decir, 250 horas. Las horas adicionales ofertadas al proyecto deberán consignarse en el anexo I del pliego de cláusulas administrativas particulares, que se incluirá en el sobre C.
- Portfolio con un mínimo de 60 archivos **fotográficos** de alta resolución para posteriores adaptaciones a diferentes medios y formatos. Aceptados por la empresa Cantur **S.A.** La ubicación de las imágenes se consensuará con el licitador tras la firma del contrato.
- Grabación de 5 cuñas radiofónicas con posibilidad de adaptación.

El único documento que se anexa como contenido mínimo es una breve descripción de lo solicitado y objeto del contrato. Para lo cual se presenta la pagina de la oferta técnica del licitador.

CANTUR  
FORMATOS Y PIEZAS | CONTENIDO MÍNIMO

### FORMATOS Y PIEZAS

#### CONTENIDO MÍNIMO

Tal y como se especifica en el pliego de prescripciones técnicas, se deberán presentar como bare los siguientes materiales:

Dichas piezas deberán de ser adaptables a formatos rich media y formatos generales. Como hemos explicado en los apartados anteriores, todos estos contenidos tendrán un estilo cuidado, sencillo y evocador, que haga que el público identifique el mensaje y que homogenice toda la campaña.

5  
PIEZAS DE VÍDEO  
DE 20 SEGUNDOS

1  
PIEZA DE VÍDEO  
DE 1'5 MINUTOS

5  
CUÑAS RADIOFÓNICAS CON  
POSIBILIDAD DE ADAPTACIÓN

60  
ARCHIVOS FOTOGRÁFICOS DE ALTA RESOLUCIÓN  
EN UN PORTFOLIO PARA POSTERIORES ADAPTA-  
CIONES A DIFERENTES MEDIOS

Por consiguiente, se informa a la mesa de contratación el no poder valorar la oferta del licitador.

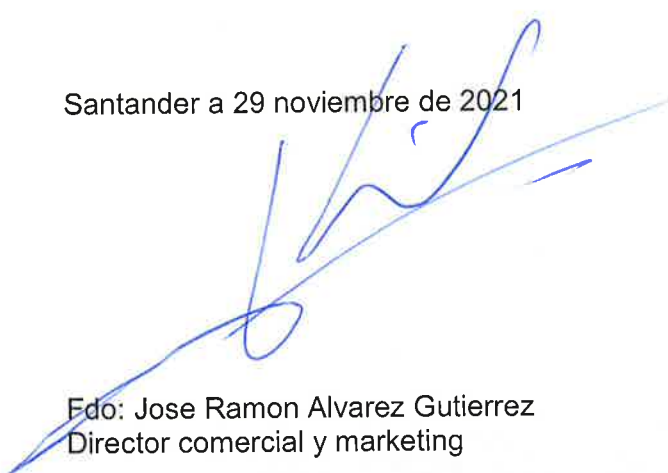
## CONCLUSIONES

Por todo ello, respecto a la ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA TÉCNICA PRESENTADA POR LOS LICITADORES VALORADOS A LOS OBJETIVOS DEL CONTRATO.

Se informa a la mesa de contratación que el licitador

- MILA BRANDERS SL: NO se valora la propuesta técnica ya que la misma carece de información solicitada en pliegos técnicos.
- C&C PUBLICIDAD: puntuación 34 puntos sobre 49 puntos
- GOOD NEWS: NO se valora la propuesta técnica ya que la misma carece de información solicitada en pliegos

Santander a 29 noviembre de 2021



Edo: Jose Ramon Alvarez Gutierrez  
Director comercial y marketing

