INFORME TECNICO Y DE NECESIDAD Y PROPUESTA DE CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN QUE DEBEN REGIR EN EL CONTRATO DE SERVICIOS DE ELABORACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS Y LA EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE CANTABRIA, AÑO 2022.

1. Necesidad del Contrato.

La SOCIEDAD REGIONAL CÁNTABRA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, S.A. (en adelante CANTUR S.A.) tiene como objeto social la promoción y fomento del turismo y su comercialización (incluyendo los servicios de información) hacia esta Comunidad, lo cual realiza a través de diversas actividades que podrán ser realizadas por la sociedad, total o parcialmente, de forma directa o mediante colaboración con otras sociedades o entidades.

Concretamente el artículo 8.2 de la Ley 5/1999, de 24 de marzo, de Ordenación del Turismo de Cantabria, prevé que son fines sociales de CANTUR , S.A. (entidad que absorbió la extinta SRT) *"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 Y c) La gestión e impulso de los servicios de información turística, oficinas de turismo y centrales de información y/o de reservas turísticas."*

Por tanto, 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. Para ello, realiza 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.

Por otra parte, CANTUR , S.A. debe constituirse como un referente para el sector turístico en el desarrollo de la Comunidad Autónoma, así como un modelo a seguir en la generación de actuaciones de apoyo para la creación, la consolidación y el crecimiento del sector.

CANTUR S.A. ha acometido la redacción del Briefing para el plan de medios Cantur 22-23 del Sector Turístico 2022. Este Briefing para el plan de medios Cantur 22-23 ha identificado el conjunto de las acciones, en materia de promoción del Sector Turístico, que el Gobierno de Cantabria debe realizar en los años 2022-2023, 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 Briefing para el plan de medios Cantur 22-23 ha previsto las campañas de publicidad a realizar en cada uno de los momentos del año, destacando las Campañas que deben realizarse sobre los productos turísticos y otros productos (eventos/novedades) especiales.

Entre los objetivos que fija el citado plan para el periodo de referencia, destacamos los siguientes:

• Desestacionalizar el consumo de productos y servicios turísticos.

• Aumentar la presencia de turistas internacionales, que en el periodo 2022-2023 serán principalmente procedentes de mercados internacionales cercanos y con conectividad, es decir Europa.

CANTUR, S.A. (Sociedad Unipersonal) Reg. Mercantil Cantabria, Tomo 534, Folio 48, Sección 8, Hoja S-5060 • N.I.F. A-39008073

C/ Albert Einstein, nº 4 | Tel.: 942 31 89 50 | 39011 Santander (Cantabria) | www.cantur.com | www.turismodecantabria.com

• Enfocar el mensaje al turista cosmopolita de mayor gasto.

• Definir y rentabilizar la oportunidad de productos específicos como turismo Premium o Ecoturismo, y el posicionamiento de Cantabria en Turismo Cultural, componente clave para desestacionalizar y atraer al turista cosmopolita.

• Comunicar y ser región líder en el producto basado en turismo experiencial.

• Lograr que Cantabria se identifique como un destino sostenible.

• Mantener y profundizar las acciones de marketing de contenidos y de participación de la audiencia.

• Rentabilizar la plataforma de Marketing Digital para la gestión individual de clientes, aumentando la base de usuarios, el volumen de propuestas y la gestión y rentabilización del dato.

• En caso de regreso de oleadas de Covid, lanzar iniciativas promocionales para fomentar la demanda, primero con una visión de mercado interior, y después para mercados cercanos, utilizando los recursos propios de CANTUR.

Por tanto, en el marco de este Briefing para el plan de medios Cantur 22-23, se hace preciso definir en detalle las acciones a acometer dentro de un Plan de Medios para la promoción de los productos turísticos ya identificados, en los mercados de destino definidos por el Briefing para el plan de medios Cantur 22-23, así como los targets a enfatizar las Campañas de Promoción Turística de Cantabria del año 2022-23, tanto en el ámbito nacional como internacional.

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, la elaboración y contenido, planificación, ejecución, corrección, adecuación, seguimiento y evaluación del Plan de Medios para el desarrollo de la Campaña de Promoción Turística de Cantabria para el año 2022-2023, tal como está definido en el Briefing para el plan de medios Cantur 22-23, tanto en el **ámbito nacional como internacional**. Esta Campaña de Promoción Turística se centrará en los productos y recursos turísticos y en los mercados objetivos que se definen en el propio Briefing para el plan de medios Cantur 22-23 **especialmente los relativos a la promoción de los productos turísticos** más relevantes para la promoción turística de Cantabria y otros eventos y novedades especiales. La modalidad de promoción turística será **tanto de tipo on-line, como de promoción off-line**, siendo obligado el atender las dos modalidades.

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 **1.258.000 € IVA EXCLUIDO, a**

razón de 629.000€ anuales, cantidad en la que estarán incluidos los gastos derivados de la realización completa y satisfactoria del objeto del presente contrato.

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: 8%

b) Otros costes derivados de ejecución material de los servicios: 71%

c) Gastos generales de estructura: 15%

d) Beneficio industrial: 6%

4. 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:

   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 documentalmente haber realizado al menos 3 servicios relacionados con el objeto del contrato cuyo importe acumulado sea **igual o superior al valor estimado del contrato.**

CANTUR, S.A. (Sociedad Unipersonal) Reg. Mercantil Cantabria, Tomo 534, Folio 48, Sección 8, Hoja S-5060 • N.I.F. A-39008073

C/ Albert Einstein, nº 4 | Tel.: 942 31 89 50 | 39011 Santander (Cantabria) | www.cantur.com | www.turismodecantabria.com

a) Relación del personal que se destinará a la ejecución del contrato en la que se especifiquen los nombres y la cualificación profesional de los responsables de ejecutar la prestación, el citado personal deberá cumplir los requerimientos establecidos en el Pliego de prescripciones técnicas particulares. Alternativamente, y en su caso, declaración responsable por parte de la empresa donde se declare no tener todavía contratas 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. La oferta deberá cumplir los requerimientos del pliego de prescripciones técnicas particulares en relación con el equipo técnico, para ello los licitadores habrán de acreditar la cualificación y experiencia mediante la presentación de los currículos correspondientes.

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:

DESCRIPCIÓN		PUNTUACIÓN
Fase 1: Criterios no evaluables mediante fórmulas (Sobre B)		**49 puntos**
1.a	Adecuación del Plan de medios y su Plan de seguimiento a los objetivos del Briefing para el plan de medios Cantur 22-23 : 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, cronograma temporal de las acciones dentro del año 2022-2023 siguiendo criterios del briefing para el plan de medios Cantur 22-23, valorando especialmente aquella distribución que fomente la	5 puntos

	desestacionalización y la promoción de eventos especiales. Los mercados a los que se dirija y los targets.	
1.c	Adecuación y definición de acciones sobre los productos estratégicos en relación con el Briefing para el plan de medios Cantur 22-23. Así como los canales online como offline a utilizar.	5 puntos
1.d	Publicaciones e inserciones publicitarias y de contenido, tanto en medios offline como en online así como reputación de los medios utilizados, e idoneidad de la/s campaña/s presentada/s. Se evaluará el formato, reputación de los medios seleccionados.	10 puntos
1.e	Plan de medición y repercusión de las audiciones e impactos, así como la optimización de los mismos tanto en acciones offline como online (siendo de obligado cumplimiento la presencia en medios on/ offline) (ROI: retorno de la inversión) (Hasta 10 puntos) . Capacidad de cobertura, públicos a los que se dirige así como registros de medición, herramientas a utilizar y seguimiento de los objetivos marcados (hasta 9 puntos)	19 puntos
Fase 2: Criterios evaluables mediante fórmulas (Sobre C)		**51puntos**
2.a	Precio ofertado, entendiéndose que quedarán excluidas de licitación las ofertas que resulten superiores a 629.000€ IVA excluido; corresponderán 10 puntos a la baja máxima ofertada, y 0 (cero) puntos a aquellas ofertas que sean igual a 629.000€ IVA excluido, intercalándose linealmente el resto de ofertas entre ambos valores, según la siguiente fórmula: 10 * (629.000€ - Oferta) / (629.000€ - Oferta mín.) = puntuación obtenida	10 puntos
2.b		41 puntos

CANTUR, S.A. (Sociedad Unipersonal) Reg. Mercantil Cantabria, Tomo 534, Folio 48, Sección 8, Hoja S-5060 • N.I.F. A-39008073

C/ Albert Einstein, nº 4 | Tel.: 942 31 89 50 | 39011 Santander (Cantabria) | www.cantur.com | www.turismodecantabria.com

	Publicaciones e inserciones publicitarias y de contenido tanto en medios offline como en online, se valorarán Inserciones y alcance de público: • Medios on line (hasta 15 puntos) 15*(I-Imin)/(IMax-Imin)=puntuación obtenida I=Número de alcance ofertado por el licitador Imin=100 millones de alcance Imax=Mayor número de alcance ofertado por un licitador Puntuación mínima en este apartado es 0 puntos y se obtendrá por una oferta de 100 millones de alcance. Se excluirán del procedimiento a los licitadores que ofrezcan menos de 100 millones de alcance. • Medios on line CLICK THROUGH (porcentaje de usuarios que pinchan en las publicaciones) (hasta 15 puntos) 15*(I-Imin)/(IMax-Imin)=puntuación obtenida I= CTR ofertado por el licitador Imin=0,80% Imax=Mayor porcentaje ofertado por un licitador Puntuación mínima en este apartado es 0 puntos y se obtendrá por una oferta de 0,80% de CTR o menos porcentaje de usuarios que pinchan en las publicaciones. • Medios off line inserciones en exterior (hasta 11 puntos) 11*(I-Imin)/(IMax-Imin)=puntuación obtenida I=Número de inserciones ofertado por el licitador Imin=600 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 600 inserciones. Se excluirán del procedimiento a los licitadores que ofrezcan menos de 600 inserciones.	
	TOTAL	**100 puntos**

Se realizará una valoración sobre 100 puntos. La valoración global se realizará en dos fases, sumando la puntuación obtenida en los criterios sometidos a juicio de valor en una primera fase, con los criterios evaluables mediante fórmulas en una segunda fase.

Se recomienda que para pasar a la fase dos de valoración (criterios evaluables mediante fórmulas) se exija a los licitadores una puntación mínima de 30 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. De igual forma los resultados ofertados deberán ser justificados en el periodo de duración del contrato.

7. Duración del contrato

El plan de medios y la campaña que se lleve a cabo tendrán una duración máxima de 12 meses a contar a partir de la firma del contrato, con posibilidad de prórroga de 1 año más.

En Santander, a 28 de febrero de 2022.

LA CONSEJERO DELEGADO DE CANTUR , S.A.

Fdo. Fernando de la Pinta

EL DIRECTOR COMERCIAL Y MARKETING CANTUR S.A.

Fdo.: José Ramón Álvarez Gutiérrez

CANTUR, S.A. (Sociedad Unipersonal) Reg. Mercantil Cantabria, Tomo 534, Folio 48, Sección 8, Hoja S-5060 • N.I.F. A-39008073

C/ Albert Einstein, nº 4 | Tel.: 942 31 89 50 | 39011 Santander (Cantabria) | www.cantur.com | www.turismodecantabria.com