Enviado el: martes, 3 de mayo de 2022 13:26
Para: Cantur Contratación <contratacion@cantur.com>
Asunto: Dudas Concurso - "Contrato de servicios de diseño, planificación, ejecución, seguimiento y evaluación del plan de medios para el desarrollo de la Campaña de Promoción Turística de Cantabria, año 2022"

Buenos días,

Soy Ángel de la agencia de medios de Zosmamedia y os escribo en relación a unas dudas que nos han surgido con respecto al concurso "Contrato de servicios de diseño, planificación, ejecución, seguimiento y evaluación del plan de medios para el desarrollo de la Campaña de Promoción Turística de Cantabria, año 2022"

- La primera duda es en referencia al diseño y adaptación de las piezas que se utilizarán en la campaña. En la página 7 del pliego técnico se menciona lo siguiente: *"La propuesta que se presente no incluirá la creatividad y el diseño de la campaña y en caso de presentarse, no será objeto de valoración. No obstante, la propuesta deberá reflejar horas trabajo sobre adaptación y creación de piezas a diferentes formatos, que se demande por parte de turismo Cantabria"*.

  En este párrafo entendemos que la empresa adjudicataria se tiene que hacer cargo de la creación del diseño de las creatividades de las campañas y de la adaptación de las mismas, no obstante, no hemos encontrado en los pliegos que dicho servicio se valore con puntos ni que se le destine ningún importe económico. ¿Podríais confirmarnos que la empresa adjudicataria se tendría que encargar del diseño y adaptación de las creatividades? Y si esto fuese correcto, la inversión de este servicio, ¿saldría de los 629.000€ + IVA? ¿O esta inversión tan solo es para la inversión en medios de comunicación?

  Las creatividades serán remitidas por CANTUR, si bien las adaptaciones de las mismas que se precisen en función de la propuesta presentada serán por cuenta del licitador.

- La segunda duda es en referencia a los puntos de valoración del Sobre C. En el pliego administrativo, página 13, se detalla la división de los puntos del apartado 2.B *"Publicaciones e inserciones publicitarias y de contenido tanto en medios offline como en online. Se valorarán inserciones y alcance de público:"*

  En el último subpunto del 2.B se valora con 11 puntos los Medios Off line, donde se indica que tiene que existir un mínimo de 600 inserciones. En este punto entendemos que hace referencia a todos los medios off line (Prensa, Revistas, Radio, TV, Exterior…) pero en el título de este subpunto dice lo siguiente: *"Medios off line inserciones en **exterior** (hasta 11 puntos)"*. La duda entonces es que si esta puntuación y esas 600 inserciones es en todos los medios off line o tan solo en el medio exterior como indica el título.

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

Los licitadores deberán presentar, tal y como se establece en el PCAP, un mínimo de 600 inserciones exteriores, en los medios off line que se estimen adecuados.

- Por último, en la página 7 del pliego técnico, apartado C, se establece que un 50% del plan tendrá que ser online y un 40% offline. En cambio, en el Briefing para el plan de medios Cantur 2022-2023, en la página 35 se muestra una tabla donde indica que la distribución de canales para el año 2022-2023 es de un 80% en online y un 20% en offline. ¿Cuál de estas dos indicaciones es la correcta?

  Deberán ajustarse a lo establecido en el PPTP.

Muchas gracias de antemano.

Buenos días,

Paso a contestarle sobre las cuestiones y le informo que serán objeto de publicación en la plataforma de contratación del sector público y en el perfil del contratante, tal y como establece la Ley de Contratos del sector público, artículo 138.3.

Atentamente,