

INFORME DE NECESIDAD

Contrato de servicios para la elaboración, creación y promoción de un programa y una marca, para promocionar la Gastronomía de Cantabria.

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.

En el último briefing para el plan de medios 2022-2023, se menciona a la gastronomía como producto tractor a desarrollar y fomentar. Atendiendo a dicho documento, se menciona la promoción a través de experiencias de calidad gastronómica, posicionando tanto los productos como los transformadores en elemento fundamental de la cadena de valor. En esta vía, crear una marca de prestigio dirigida a la gastronómica y un programa para la promoción y puesta en valor, se considera de importancia

En este contexto, CANTUR está preparando una dinamización del producto gastronómico a través de la creación de un programa donde se establezcan unas bases de funcionamiento para la promoción, difusión y puesta en valor de la gastronomía de Cantabria.

Para la determinación de las condiciones concretas del contrato, se hace precisa la elaboración de una consultoría que marketing gastronómico, que proponga el diseño del propio programa, la marca que lo sustente y las herramientas que lo gestionen.

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 programa de promoción, la marca que lo sustente y las herramientas que gestione el propio programa gastronómico de Cantabria.

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 75.640 € 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 101.7 de la LCSP.

Concepto		Presupuesto
Coste Bruto Director Proyecto (Estimación 500 h a 50 €)	500	25.000,00 €
Coste Bruto Consultor senior, Diseñador grafico, Ingeniero sistemas de proyecto (Estimación 875 h a 40 €)	900	36.000,00 €
Total costes directos		61.000,00 €
Gastos generales 13%		7.930,00 €
Gastos de ejecucion 5%		3.050,00 €
Subtotal		6.000,00 €
beneficio industrial 6%		3.660,00 €
Total costes directos		75.640,00 €

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)		48 puntos	
1.a	Metodología a emplear en el desarrollo del programa y diseño de la marca, se valorará el enfoque (8 puntos) y su adecuación al objeto del contrato (7 puntos).	Hasta 15 puntos	15
1.b	Memoria técnica, se valorará el contenido del programa, así como su objetivo y valores (hasta 5 puntos), su propuesta evolutiva (hasta 5 puntos) y los indicadores a emplear (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 8 puntos	8
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. Para valorar este apartado deberán aportarse los curriculum vitae de los componentes del equipo.	Hasta 10 puntos	10
Fase 2: Criterios evaluables mediante fórmulas (Sobre C)		52 puntos	
2.a	Precio ofertado, entendiéndose que quedarán excluidas de licitación las ofertas que resulten superiores a 75.640 € IVA EXCLUIDO; corresponderán 21 puntos a la baja máxima ofertada, y 0 (cero) puntos a aquellas ofertas que sean igual a 75.640 € IVA excluido, intercalándose linealmente el resto de las ofertas entre ambos valores, según la siguiente fórmula: $21 * (75.640 - \text{Oferta}) / (75.640 - \text{Oferta mín.}) = \text{puntuación obtenida}$	Hasta 21 puntos	21
2.b	Reducción del plazo de entrega, se valorará la reducción del plazo de entrega/ejecución de los trabajos estudios de la siguiente forma: 2 puntos por cada semana a reducir del plazo de ejecución de los trabajos. Hasta 10 puntos.	Hasta 10 puntos	10
2.c	Número de jornadas de auditoria a desarrollar por el equipo de trabajo. Considerando mínimo 40 jornadas de auditoria 1 punto por cada auditoria extra presentada al proyecto. Con un máximo de 10 puntos.	Hasta 10 puntos	10

2.d	<p>Experiencia adicional 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"> - 2 puntos por cada año adicional de experiencia demostrable por parte del director del proyecto. - 1 puntos por cada año adicional de experiencia demostrable por parte del equipo consultor. - 1 punto por año adicional de experiencia demostrable por parte del diseñador grafico - 1 punto por año adicional de experiencia demostrable por parte del ingeniero de sistemas. <p>Con un máximo en este apartado para todos los capítulos de 11 puntos</p> <p>Para puntuar este apartado será necesario aportar relación de trabajos que lo acrediten.</p>	Hasta 11 puntos
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 24 puntos.

7. Duración del contrato

El presente contrato tendrá una duración máxima de 8 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.

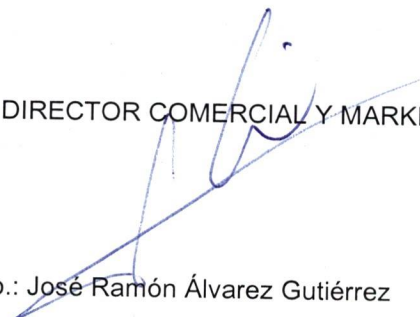
En Santander, a 26 de septiembre de 2022.

EL CONSEJERO DELEGADO DE
CANTUR, S.A.



Fdo. Luis Fernando de la Pinta Fernández

EL DIRECTOR COMERCIAL Y MARKETING



Fdo.: José Ramón Álvarez Gutiérrez