

NOVIEMBRE DE 2022

**INFORME TÉCNICO SOBRE LAS PROPUESTAS PRESENTADAS EN EL EXPEDIENTE  
RELATIVO AL CONTRATO DE SERVICIOS PARA EL DISEÑO, GESTIÓN DE CONTENIDOS,  
Y EDICIÓN DE PUBLICACIONES TURÍSTICAS 2022 – 2023.**

CANTUR, S.A.

## Contenido

I.	ALCANCE DEL INFORME .....	2
II.	ANÁLISIS DE LAS OFERTAS .....	2
	<b>LOTE 1.....</b>	<b>2</b>
	1. BLANK .....	3
	2. SEMARAC.....	4
	3. CYC PUBLICIDAD .....	6
	<b>CUADRO PUNTUACIONES LOTE 1.....</b>	<b>7</b>
	<b>LOTE 2 FOLLETOS INSTALACIONES CANTUR, S.A.....</b>	<b>9</b>
	1. BLANK .....	9
	2. SEMARAC.....	11
	3. CYC PUBLICIDAD .....	12
	<b>CUADRO PUNTUACIONES LOTE 2.....</b>	<b>14</b>
	<b>LOTE 3.....</b>	<b>15</b>
	1. SEMARAC.....	16
	2. CYC PUBLICIDAD .....	17
	<b>CUADRO PUNTUACIONES LOTE 3.....</b>	<b>19</b>

## INFORME TÉCNICO SOBRE LAS PROPUESTAS PRESENTADAS EN EL EXPEDIENTE RELATIVO AL CONTRATO DE SERVICIOS PARA EL DISEÑO, GESTIÓN DE CONTENIDOS Y EDICIÓN DE PUBLICACIONES TURÍSTICAS 2022 – 2023.

### I. 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 técnica.

Dicha valoración, refrendada por unanimidad, corresponde al Comité designado por el órgano de contratación, integrado por:

- Coordinadora del Servicio de Información Turística y Publicaciones de CANTUR S.A:  
Carolina Gomez Paniagua
- Directora de Promoción y Marketing de CANTUR, S.A: Mariola San José Torices

Todas las puntuaciones han sido desglosadas y refrendadas por unanimidad por parte de los componentes del comité.

### II. ANÁLISIS DE LAS OFERTAS

#### LOTE 1

Tras la revisión de las propuestas recibidas en SOBRE B de cada una de las tres empresas licitadoras, se concluye que todas las ofertas incluyen los elementos requeridos para poder realizar la valoración de estas.

Documentación requerida en memoria técnica	Blank	CyC Publicidad	Semarac
Para los folletos de nueva creación: una propuesta de una publicación/folleto en versión digital para cada lote.	C	C	C
Plan de Producción.	C	C	C
Un modelo-boceto de 1 folleto de nueva creación de cada lote especificado en el Anexo 1 en soporte digital (en memoria USB).	C	C	C

\*C= correcta

## 1. BLANK

La propuesta se presenta en formato digital y papel. Folleto: Cantabria para niños y niñas

### *a) Propuesta creativa.*

- La empresa licitadora presenta un diseño original, con papel troquelado en la portada que llama la atención e invita a la apertura del folleto para descubrirlo. En su interior, se intercalan imágenes de actividades o momentos de diversión (niños riendo) con textos e información superpuesta. En relación con las imágenes, se presentan fotografías con composiciones y colores llamativos y con una iluminación atractiva. Este punto se valora positivamente al intentar llamar la atención del público final del folleto presentado. Se valora con 3 puntos.

-En cuanto a la limpieza y orden del diseño, se observa el uso de los colores para ordenar los contenidos del folleto. Lo cual es una forma muy visual de diferenciar los apartados de este teniendo en cuenta a los destinatarios de este. Se valora con 3 puntos.

-En cuanto a la facilidad de lectura y comprensión del folleto presentado, la propuesta es muy visual con textos cortos y sugerentes, muy fácil de leer y comprender. Se valora con 3 puntos.

- La empresa licitadora presenta un diseño basado en los colores corporativos de Cantur, blanco y verde, usando la misma línea de tipografía empleada actualmente en las campañas en vigor. Se valora con 3 puntos.

**Este apartado se valora con (3+3+3+3=12) 12 sobre 15 puntos**

### *b) Contenido de los folletos.*

-La empresa licitadora presenta la información estructurada en tres niveles o bloques: encabezado destacado en letra cursiva, párrafo con explicación sobre la actividad propuesta y un tercero que se entiende para incluir más detalles. Se valora con 1 punto.

-En el folleto propuesto la información sobre el recurso turístico usado de ejemplo adolece de datos prácticos como son horarios, duración, datos de contacto, ubicación siendo por tanto de poca utilidad y valor para los destinatarios. Se valora con 0,5 puntos.

-El folleto presenta letras y bloques diferenciados para una fácil y sencilla lectura. Se valora con 2 puntos.

-Se presentan tres imágenes en el folleto propuesto. Son alegres y transmiten felicidad, con niños riendo y jugando, con personas realizando una actividad propuesta y por lo tanto cumpliendo con el criterio de apelar a los sentidos e invitar al consumo de la actividad propuesta. Se valora con 2 puntos.

-En cuanto al lenguaje empleado, se considera motivador e invita a descubrir y a participar de las actividades propuestas. Se valora con 2 puntos.

**Este apartado se valora con (1+ 0,5+2+2+2= 7,5) 7,5 puntos sobre 10 puntos**

**c) *Plan de producción y seguimiento de los trabajos.***

-El licitador presenta un plan detallado para todo el proceso y ejecución del contrato destacando el minucioso cronograma de trabajo. Se valora con 2 puntos.

-Se propone el uso de dos herramientas para seguimientos de los trabajos: una plataforma de gestión-servidor para la transferencia de documentos y por otro lado una herramienta de gestión y organización de tiempos. No obstante, no se especifican cuáles. Se valora con 0,50 puntos.

**Este apartado se valora con 2,5 puntos sobre 5 puntos**

**Este lote se valora con (12+7,5+2,5 = 22) 22 puntos sobre 30 puntos**

**2. SEMARAC**

La propuesta se presenta en formato digital y papel. Folleto: Desplegable Cantabria +x Descubrir

**a) *Propuesta creativa.***

-La empresa licitadora presenta un diseño en formato desplegable a dos caras basado en la imagen actual de publicaciones de Cantabria, que se refleja en el uso una portada con imagen doble y el claim actual. El diseño propuesto es fresco y atractivo, se apoya en imágenes dinámicas y textos cortos. Se valora con 4 puntos.

-En cuanto a la limpieza y orden del diseño, este se estructura por un lado con los contenidos de texto e imágenes y por el otro el mapa con los distintos recursos a destacar. El mapa podría ser más limpio, está ligeramente recargado por el uso de iconos de los recursos señalados. Se valora con 2 puntos.

-El folleto presentado se considera de fácil lectura y comprensión pues se aporta un mapa con los principales puntos a destacar, lo cual ofrece la información de forma rápida y visual de los recursos. Se valora con 3 puntos.

-La empresa licitadora presenta un diseño que sigue la línea promocional actual de las publicaciones de Cantabria. Se valora con 3 puntos.

**Este apartado se valora con (4+2+3+3) 12 puntos sobre 15 puntos**

**b) *Contenido de los folletos.***

-La empresa licitadora presenta información variada sobre los recursos: por un lado, los distintos apartados/productos al mismo nivel, acompañando cada temática con una imagen que refuerza cada apartado; por el otro lado, de forma principal, se añade un mapa en relieve destacando por comarcas los recursos turísticos más sugerentes y también mediante imágenes representativas de los mismos. Acompañan otros elementos que amplían información más allá del folleto como los códigos QR. También se incluye un mapa en menor tamaño con la situación en relación con España y Europa que es de gran ayuda. Se valora con 2 puntos.

-En el folleto propuesto la información se presenta principalmente mediante imágenes, textos, mapas, códigos QR con enlaces, además incluye un QR de accesibilidad que dará acceso directo a un vídeo con locución y subtítulos. También se presentan los recursos por comarcas facilitando la ubicación de estos. Se valora con 2 puntos.

-Se observan de forma clara los contenidos, en la parte de textos e imágenes. En cambio, el mapa se ve un poco farragoso. Se valora con 1 punto.

-Se presentan una gran variedad de imágenes en el folleto propuesto. Presentan distintos momentos de disfrute, experiencias, paisajes que van en armonía con la idea de apelar a los sentidos. Por tanto, se valora con 2 puntos.

-El lenguaje empleado en el folleto incita al lector a la realización o descubrimiento de las distintas propuestas. Se valora con 2 puntos.

**Este apartado se valora (2+ 2+1+2+2) con 9 puntos sobre 10 puntos.**

**c) *Plan de producción y seguimiento de los trabajos.***

-El licitador presenta un plan de trabajo y ejecución del contrato detallados. Se valora con 2 puntos.

-Se presentan dos herramientas para control y seguimientos de los trabajos: un gestor de proyectos para control de tiempos y de calidad (Monday) y por otro lado una herramienta de gestión de documentos Dropbox Business. Dropbox no ofrece la seguridad requerida para este tipo de intercambio de archivos y por cuestiones de seguridad por tanto de resultar como empresa adjudicataria se deberá sustituir por otra herramienta. Se valora con 1,25 puntos este apartado.

**Este apartado se valora con 3,25 puntos sobre 5 puntos.**

**Este lote se valora con (12+9+3,25= 24,25) 24,25 puntos sobre 30 puntos**

### 3. CYC PUBLICIDAD

La licitadora presenta 5 folletos en la memoria técnica si bien el pliego se especifica claramente que se debe presentar un folleto/publicación. Por tanto, se ha escogido uno al azar para proceder a la valoración: el folleto Desplegable Cantabria +x Descubrir.

La propuesta se presenta en formato digital y papel.

#### a) *Propuesta creativa.*

-La empresa licitadora propone un diseño en formato desplegable que sigue con la imagen actual de las publicaciones de Cantabria, mediante el uso de una portada con imagen doble y el claim actual. El diseño es de líneas muy sencillas, apoyándose principalmente en imágenes, lo que aporta sensación de ligereza y frescura al mismo. Se otorgan 3 de 4 puntos.

-La propuesta de diseño es limpia y ordenada. Se valora con 4 puntos.

-El folleto presentado se considera de fácil lectura y comprensión al presentar especial protagonismo las imágenes, complementadas con textos cortos. Se valora con 3 puntos.

-La empresa licitadora presenta un diseño que sigue la línea promocional actual de Cantabria. Se valora con 3 puntos.

**Este apartado se valora con (3+4+3+3) 12 puntos sobre 15 puntos**

#### b) *Contenido de los folletos.*

-La empresa licitadora presenta la información de forma muy escueta, poco desarrollada y confusa, no destacando los aspectos más llamativos de la oferta o recursos. Se valora con 0,5 puntos.

-En el folleto propuesto la información se presenta principalmente mediante imágenes. En contraportada se puede ampliar la información a través de un código QR y datos de contacto.

En cambio, adolece de datos útiles para que permita al cliente tener información clara como la ubicación u otras características más explicativas de cada una de las experiencias propuestas. Se valora con 1 punto.

-Se observan de forma clara los contenidos, pero al no haber textos desarrollados solo es posible valorarlo en función de las imágenes y encabezados. Además, no coincide el índice de contenidos con los contenidos presentados. Se valora con 1 punto.

-La licitadora se apoya en el uso de imágenes que invitan al descubrimiento y a vivir experiencias. Se valora con 2 puntos.

-En cuanto al lenguaje empleado en el folleto propuesto, se valoran los títulos y encabezados al no haber textos desarrollados en cada temática/apartado. Dichos textos son sugerentes e invitan a pasar a la acción. Se valora con 1 punto.

**Este apartado se valora con (0,5+1+1+2+1) 5,5 puntos sobre 10 puntos**

**c) Plan de producción y seguimiento de los trabajos.**

-El licitador presenta cronograma que, si bien cumple con los plazos de entrega establecidos en pliegos, aporta poco detalle de todo el proceso de trabajo y ejecución del contrato. Se valora con 1,5 puntos.

-Se presenta Teams como herramienta de comunicación e intercambio de los trabajos. Se valora con 2 puntos.

**Este apartado se valora con 3,5 puntos sobre 5 puntos.**

**Este apartado se valora con (12+5,5+3,5= 21) 21 puntos sobre 30 puntos**

**CUADRO PUNTUACIONES LOTE 1**

CRITERIOS NO EVALUABLES MEDIANTE FORMULA	Puntos	SEMARAC	BLANK	C&C
Propuesta creativa. -un diseño que llame la atención, que sea				



<p>atractivo (hasta 4 puntos).</p> <p>-un diseño limpio y ordenado (hasta 4 puntos).</p> <p>-un diseño funcional: para que el folleto sea de fácil y rápida lectura y comprensión (hasta 4 puntos).</p> <p>-un diseño acorde con la imagen promocional actual de Cantabria (hasta 3 puntos).</p>	15	12	12	12
<p>Contenido de los folletos.</p> <p>-información atractiva: enfocada a destacar los aspectos más llamativos de cada recurso turístico. (hasta 2 puntos)</p> <p>-información que sea coherente, útil y de valor para los destinatarios. (hasta 2 puntos)</p> <p>- la claridad de los contenidos. (hasta 2 puntos)</p> <p>-uso de imágenes que apelen a los sentidos, que inviten y fomenten el consumo de la variada oferta turística de la región. (hasta 2 puntos)</p> <p>-lenguaje empleado: los textos deberán ayudar a motivar a nuestro público objetivo. (hasta 2 puntos)</p>	10	9	7,5	5,5
<p>Plan de producción y seguimiento de los trabajos.</p> <p>Se valorará: que el cronograma sea detallado, así como el planteamiento de planes de revisión y control de calidad (hasta 2,5 puntos).</p> <p>Se valorará la herramienta de gestión propuesta (aplicación) para el seguimiento y control de los trabajos, teniendo en cuenta que permita que la entrega, revisión y modificaciones de estos se realice de forma fácil y dinámica. (hasta 2,5 puntos).</p>	5	3,25	2,5	3,5

<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>24,25</b>	<b>22</b>	<b>21</b>
--------------	-----------	--------------	-----------	-----------

A la vista del informe técnico y su análisis de cada apartado se propone como mejor propuesta la remitida por la empresa **SEMARAC**, con un total de **24,25** sobre 30 puntos.

**LOTE 2 FOLLETOS INSTALACIONES CANTUR, S.A.**

Tras la revisión de las propuestas recibidas en SOBRE B de cada una de las tres empresas licitadoras, se concluye que todas las ofertas incluyen los elementos requeridos para poder realizar la valoración de estas.

<b>Documentación requerida en memoria técnica</b>	<b>Blank</b>	<b>CyC Publicidad</b>	<b>Semarac</b>
Para los folletos de nueva creación: una propuesta de una publicación/folleto en versión digital para cada lote.	C	C	C
Plan de Producción.	C	C	C
Un modelo-boceto de 1 folleto de nueva creación de cada lote especificado en el Anexo 1 en soporte digital (en memoria USB).	C	C	C

**\*C= correcta**

**1. BLANK**

La propuesta se presenta en formato digital y papel. Folleto: Campo de Golf Abra del Pas

**a) Propuesta creativa.**

-La empresa licitadora presenta una propuesta de diseño muy sencilla, poco explicativa y atrayente y con escasos recursos que impacten. Se valora con 1,5 puntos.

-Se valora la limpieza y orden del diseño, si bien la información que se desarrolla es muy escasa. Se valora con 2 puntos.

-El folleto va dirigido claramente al cliente jugador y para dicho público objetivo su lectura es rápida y de fácil comprensión. Se valora con 3 puntos.

- La empresa licitadora presenta un diseño alternativo a la imagen promocional actual de Cantabria. Se valora con 1 punto.

**Este apartado se valora con (1,5 +2+3+1=7,5) 7,5 puntos sobre 15 puntos**

**b) Contenido de los folletos.**

-La empresa licitadora presenta la información correcta sobre el recurso campo de golf, dirigida solo al jugador por tanto desde el punto de vista de la finalidad del folleto, éste adolece de información básica para el cliente final que no sea jugador. Se valora con 1 punto.

-En el folleto propuesto la información se ciñe a la ficha técnica del campo, faltando por tanto datos de espacios comunes abiertos a todos los públicos, ubicación, cómo llegar y otros datos que destaquen y pongan en valor este recurso. Se valora con 1 punto.

-En cuanto a la claridad de los contenidos, dado que el folleto se ciñe básicamente a la tarjeta de juego del campo, estos datos pueden verse de forma clara. Se valora con 1 punto.

- La imagen empleada en este folleto es un plano del campo de golf, pero no incluye ninguna otra imagen de localización, de las instalaciones y otros servicios que ofrece el campo de golf como son la restauración, las vistas, el entorno tan espectacular del que disfrutaban los usuarios y el resto de los visitantes del campo. Se valora con 0,5 puntos.

-En cuanto al lenguaje empleado, no hay textos motivadores ni explicativos salvo listados de horarios y la tarjeta de juego dirigida a los jugadores. Se valora con 0,5 puntos.

**Este apartado se valora con (1+1+1+ 0,5+0,5= 4) 4 puntos sobre 10 puntos.**

**c) Plan de producción y seguimiento de los trabajos.**

-El licitador presenta un plan detallado para todo el proceso de trabajo y ejecución del contrato destacando el minucioso cronograma de trabajo. Se valora con 2,5 puntos este aspecto.

-Se propone el uso de dos herramientas para seguimientos de los trabajos: una plataforma de gestión-servidor para la transferencia de documentos y por otro lado una herramienta de gestión y organización de tiempos. No obstante, no se especifican cuáles. Se valora con 1 puntos.

**Este apartado se valora con 3,5 puntos sobre 5 puntos.**

**Este apartado se valora con (7,5+4+3,5=15) 15 puntos sobre 30 puntos**

## 2. SEMARAC

La propuesta se presenta en formato digital y papel. Folleto: Campo de Golf Abra del Pas

### a) *Propuesta creativa.*

-La empresa licitadora presenta un diseño atractivo en colores y formas con una imagen moderna. Se valora con 3 puntos.

-En cuanto a la limpieza y orden del diseño, la primera impresión transmite un diseño limpio y claramente ordenado donde destaca el campo sobre el resto de la comunicación. Se valora con 4 puntos.

-La empresa presenta un diseño que incluye tarjeta de juego, servicios que ofrece el campo, así como un plano de situación de este, lo que hace que el folleto sea funcional y muy práctico. Se valora con 4 puntos.

-La empresa licitadora presenta un diseño que sigue la línea promocional actual de Cantabria, pero más actualizada por su estructura, tipo de letra, logos y colores. Se valora con 3 puntos.

**Este apartado se valora con (3+4+4+3) 14 puntos sobre 15 puntos**

### b) *Contenido de los folletos.*

-La empresa licitadora presenta la información dirigida tanto al jugador como al cliente que quiere iniciarse en la práctica o conocer y visitar el campo. Esta información incluye: servicios de los que dispone el campo además de los específicos para jugadores. Se valora con 2 puntos.

- Se aporta información práctica y útil y de forma muy visual poniendo en valor no sola el campo sino también su entorno. Se valora con 2 puntos.

-El volumen de información que se proporciona, no resta claridad ni limpieza al folleto presentado. Se valora con 2 puntos.

-Se incluyen imágenes sugerentes que invitan no solo a la práctica del golf, con fotografías de jugadores practicando, si no que favorece la puesta en valor de otros recursos y servicios. Se valora con 2 puntos.

-El lenguaje empleado ayudan a motivar a nuestro público objetivo, incluyendo frases de autor inspiradoras y sugerentes y transmitiendo una sensación de paz y bienestar en torno a la práctica de golf. Se valora con 2 puntos.

**Este apartado se valora (2+2+2+2+2) con 10 puntos sobre 10 puntos**

**c) Plan de producción y seguimiento de los trabajos.**

-El licitador presenta un plan de trabajo y ejecución del contrato detallados. Se valora con 2 puntos.

-Se presentan dos herramientas para control y seguimientos de los trabajos: un gestor de proyectos para control de tiempos y de calidad (Monday) y por otro lado una herramienta de gestión de documentos Dropbox Business. Dropbox no ofrece la seguridad requerida para este tipo de intercambio de archivos y por cuestiones de seguridad por tanto de resultar como empresa adjudicataria se deberá sustituir por otra herramienta. Se valora con 1,25 puntos.

**Este apartado se valora con (2+1,25) con 3,25 puntos sobre 5 puntos.**

**Este lote se valora con (14+10+3,25= 27,25) 27,25 puntos sobre 30 puntos.**

**3. CYC PUBLICIDAD**

La propuesta se presenta en formato digital y papel.

La licitadora presenta 2 folletos en la memoria técnica si bien el pliego se especifica claramente que se debe presentar un folleto/publicación. Por tanto, se ha escogido uno para proceder a la valoración: el folleto Plano encolado Campos de Golf

**a) Propuesta creativa.**

-La empresa licitadora propone un diseño sencillo con colores suaves, pero poco creativo. Se valora con 2 puntos.

-En cuanto a la limpieza y orden del diseño, se ven de forma clara y rápida los contenidos de este. Se valora con 2 puntos.

-La licitadora presenta una imagen de rápida lectura, aunque muy generalista. Se valora con 1 punto.

-La empresa licitadora presenta un diseño que sigue la línea promocional actual de Cantabria. Se valora con 2 puntos.

**Este apartado se valora con (2+2+1+2) 7 puntos sobre 15 puntos.**

**b) Contenido de los folletos.**

-La empresa licitadora presenta un folleto con información muy escasa donde no se destacan los aspectos más llamativos del campo para incitar a la visita. Se valora con 0,5 puntos.

-En el folleto propuesto la información es coherente si bien de valor relativo dado que no se aportan muchos datos de servicios que ofrece el campo. Se valora con 1 punto.

-Los contenidos se ven fácilmente diferenciados: datos técnicos del campo, el plano del campo y el resto de los servicios. Se valora con 1,5 puntos.

- Se presenta una imagen real difuminada del campo y su entorno en segundo plano y como imagen principal, el plano del campo de golf de forma destacada junto con un pequeño mapa de localización. Sin embargo, no favorece el consumo de otro tipo de actividades que ofrece el campo ni se promueve la oferta turística cercana. Se valora con 1 punto.

-En cuanto al lenguaje empleado en el folleto el texto no ayuda a motivar, sino que se ajusta a la ficha técnica del campo. Se valora con 0,5 puntos.

**Este apartado se valora con (0,5+1+1,5+1+0,5) 4,5 puntos sobre 10 puntos**

**c) Plan de producción y seguimiento de los trabajos.**

-El licitador presenta un cronograma que cumple con los plazos indicados en los pliegos sin embargo presenta poco detalle en cuanto a planes de revisión ni en control de calidad. Se valora con 1,5 puntos.

-Se presenta Teams como herramienta de comunicación e intercambio de los trabajos. Se valora con 2 puntos.

**Este apartado se valora con (1,5+2) 3,5 puntos sobre 5 puntos.**

**Este lote se valora con (7+4,5+3,5= 15) 15 puntos sobre 30 puntos.**

## CUADRO PUNTUACIONES LOTE 2

CRITERIOS NO EVALUABLES MEDIANTE FORMULA	Puntos	SEMARAC	BLANK	C&C
<p>Propuesta creativa. Se valorará:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-un diseño que llame la atención, que sea atractivo (hasta 4 puntos).</li> <li>-un diseño limpio y ordenado (hasta 4 puntos).</li> <li>-un diseño funcional: para que el folleto sea de fácil y rápida lectura y comprensión (hasta 4 puntos).</li> <li>-un diseño acorde con la imagen promocional actual de Cantabria (hasta 3 puntos).</li> </ul>	15	14	7,5	7
<p>Contenido de los folletos. Se valorará:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-información atractiva: enfocada a destacar los aspectos más llamativos de cada recurso turístico. (hasta 2 puntos)</li> <li>-información que sea coherente, útil y de valor para los destinatarios. (hasta 2 puntos)</li> <li>- la claridad de los contenidos. (hasta 2 puntos)</li> <li>-uso de imágenes que apelen a los sentidos, que inviten y fomenten el consumo de la variada oferta turística de la región. (hasta 2 puntos)</li> <li>-lenguaje empleado: los textos deberán ayudar a motivar a nuestro público objetivo. (hasta 2 puntos)</li> </ul>	10	10	4	4,5
Plan de producción y seguimiento de los trabajos.	5	3,25	3,5	3,5

Se valorará: que el cronograma sea detallado, así como el planteamiento de planes de revisión y control de calidad (hasta 2,5 puntos).				
Se valorará la herramienta de gestión propuesta (aplicación) para el seguimiento y control de los trabajos, teniendo en cuenta que permita que la entrega, revisión y modificaciones de estos se realice de forma fácil y dinámica. (hasta 2,5 puntos).				
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>27,25</b>	<b>15</b>	<b>15</b>

A la vista del informe técnico y su análisis de cada apartado se propone como mejor propuesta la remitida por la empresa **SEMARAC**, con un total **27,25** sobre **30** puntos.

### **LOTE 3**

Tras la revisión de las propuestas recibidas en SOBRE B de cada una de las dos empresas licitadoras, se concluye que todas las ofertas incluyen los elementos requeridos para poder realizar la valoración de estas.

<b>Documentación requerida en memoria técnica</b>	<b>CyC Publicidad</b>	<b>Semarac</b>
Para los folletos de nueva creación: una propuesta de una publicación/folleto en versión digital para cada lote.	C	C
Plan de Producción.	C	C
Un modelo-boceto de 1 folleto de nueva creación de cada lote especificado en el Anexo 1 en soporte digital (en memoria USB).	C	C

**\*C= correcta**



## 1. SEMARAC

La propuesta se presenta en formato digital y papel.

### a) *Propuesta creativa.*

-La empresa licitadora presenta un diseño muy atractivo visualmente con imágenes que incluyen personas realizando actividades vinculadas con actividades en la costa. Se valora con 4 puntos.

-En cuanto a la limpieza y orden del diseño, la propuesta presentada responde a una estructura de contenido en columnas verticales y reforzada de forma horizontal con un mapa costero que en su conjunto resulta limpio y ordenado pese a que la información incluida es amplia. Se valora con 4 puntos.

-La empresa presenta un diseño funcional en formato desplegable y de fácil comprensión. Se valora con 4 puntos.

-La empresa licitadora presenta un diseño que sigue la línea promocional actual de Cantabria si bien aporta una imagen más moderna y acorde con la frescura que se quiere ofrecer al cliente. Se valora con 3 puntos.

**Este apartado se valora con (4+4+4+3) 15 puntos sobre 15 puntos**

### b) *Contenido de los folletos.*

-La empresa licitadora presenta la información turística destacando los aspectos más llamativos de la costa de Cantabria. Se valora con 2 puntos.

- Se aporta información práctica y útil y de forma muy visual poniendo en valor tanto la costa como los recursos asociados a la misma: como playas, servicios y puntos de interés turístico. Se valora con 2 puntos.

-Se ofrece bastante información que se estructura de forma que no resta claridad al folleto presentado, pudiéndose ver los distintos contenidos de forma ágil. Se valora con 2 puntos.

-Las imágenes que acompañan a los textos ofrecen una visión muy estimulante de la oferta turística de la región asociada al a costa: paisajes, gente disfrutando de la playa y deportes acuáticos. Se valora con 2 puntos.

-El lenguaje empleado favorece la comprensión y complementa a unas imágenes sugerentes, invitando al destinatario a participar de las múltiples propuestas. Se valora con 2 puntos.

**Este apartado se valora con 10 puntos sobre 10 puntos**

**c) Plan de producción y seguimiento de los trabajos.**

-El licitador presenta un plan de trabajo y ejecución del contrato detallados. Se valora con 2 puntos.

-Se presentan dos herramientas para control y seguimientos de los trabajos: un gestor de proyectos para control de tiempos y de calidad (Monday) y por otro lado una herramienta de gestión de documentos Dropbox Business. Dropbox no ofrece la seguridad requerida para este tipo de intercambio de archivos y por cuestiones de seguridad por tanto de resultar como empresa adjudicataria se deberá sustituir por otra herramienta. Se valora con 1,25 puntos.

**Este apartado se valora con 3,25 puntos sobre 5 puntos**

**Este lote se valora con (15+10+3,25= 28,25) 28,25 puntos sobre 30 puntos**

**2. CYC PUBLICIDAD**

La propuesta se presenta en formato digital y papel.

**a) Propuesta creativa.**

-La empresa licitadora propone un diseño tanto en papel como en formato digital. Del diseño en papel se aporta solamente portada y contraportada con versiones en idiomas. El diseño de folleto digital aporta un visual similar al de la web de Turismo de Cantabria en el que se observa la página de inicio dos imágenes para llamar la atención junto con un titular de la actual campaña Cantabria +x Descubrir. Además, se presentan imágenes de mapa interactivo que iría en el interior, a través de capas donde se reflejan playas, faros, parques y carreteras con diseño sencillo de la costa con los distintos recursos según tipologías. Se valora con 1,5 puntos.

-En cuanto a la limpieza y orden del diseño, al tratarse de diseño sobre blancos y datos muy básicos, se pueden ver de forma clara y rápida los contenidos de este. Se valora con 3 puntos.

-La licitadora presenta una imagen de rápida lectura en formato web, con una tipografía que facilita la lectura. No se puede valorar la lectura en de folleto en formato papel. Se valora con 1 punto.

-La empresa licitadora presenta un diseño que sigue la línea promocional actual de la web de Turismo de Cantabria. Se valora con 2 puntos.

**Este apartado se valora con (1,5+3+1+2= 7,5) 7,5 puntos sobre 15 puntos**

**b) Contenido de los folletos.**

-La empresa licitadora presenta un folleto en formato papel con nula información por lo que no puede valorarse este apartado. En cuanto al folleto en formato digital si bien desarrolla una página, Faros y la ficha de un faro, resulta información escasa y poco atractiva. Se valora con 0,5 puntos.

-En el folleto propuesto la información aportada es una relación de los recursos costeros salvo por ficha de Faro de Ajo. Se consideran datos insuficientes y de poco valor a los destinatarios. Se valora con 0,5 puntos.

-Las secciones del folleto digital presentado se ven claramente diferenciadas en el menú superior, así como la relación de recursos a través de las imágenes aportadas del mapa interactivo. Se valora con 1,5 puntos.

- Se presentan solo dos imágenes en el folleto digital, las cuales ofrecen imagen atractiva de la oferta turística, no obstante, el resto son mapas que por sí solos no se consideran que motiven ni favorezcan el consumo de la oferta turística costera. Se valora con 1 punto.

-En cuanto al lenguaje empleado en folleto digital el breve texto presentado anima al descubrimiento de los recursos. Se valora con 1 punto.

**Este apartado se valora con (0,5+0,5+1,5+1+1=4,5) 4,5 puntos sobre 10 puntos**

**c) Plan de producción y seguimiento de los trabajos.**

-El licitador presenta un cronograma que cumple con los plazos indicados en los pliegos. Se valora con 2 puntos.

-Se presenta Teams como herramienta de comunicación e intercambio de los trabajos. Se valora con 2 puntos.

**Este apartado se valora con 4 puntos sobre 5 puntos**

**Este lote se valora con (7,5+4,5+4= 16) 16 puntos sobre 30 puntos**

### CUADRO PUNTUACIONES LOTE 3

CRITERIOS NO EVALUABLES MEDIANTE FORMULA	Puntos	SEMARAC	C&C
<p>Propuesta creativa. Se valorará:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-un diseño que llame la atención, que sea atractivo (hasta 4 puntos).</li> <li>-un diseño limpio y ordenado (hasta 4 puntos).</li> <li>-un diseño funcional: para que el folleto sea de fácil y rápida lectura y comprensión (hasta 4 puntos).</li> <li>-un diseño acorde con la imagen promocional actual de Cantabria (hasta 3 puntos).</li> </ul>	15	15	7,5
<p>Contenido de los folletos. Se valorará:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-información atractiva: enfocada a destacar los aspectos más llamativos de cada recurso turístico. (hasta 2 puntos)</li> <li>-información que sea coherente, útil y de valor para los destinatarios. (hasta 2 puntos)</li> <li>- la claridad de los contenidos. (hasta 2 puntos)</li> <li>-uso de imágenes que apelen a los sentidos, que inviten y fomenten el consumo de la variada oferta turística de la región. (hasta 2 puntos)</li> <li>-lenguaje empleado: los textos deberán ayudar a motivar a nuestro público objetivo. (hasta 2 puntos)</li> </ul>	10	10	4,5
Plan de producción y seguimiento de los trabajos.	5	3,25	4

<p>Se valorará: que el cronograma sea detallado, así como el planteamiento de planes de revisión y control de calidad (hasta 2,5 puntos).</p> <p>Se valorará la herramienta de gestión propuesta (aplicación) para el seguimiento y control de los trabajos, teniendo en cuenta que permita que la entrega, revisión y modificaciones de estos se realice de forma fácil y dinámica. (hasta 2,5 puntos).</p>			
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>28,25</b>	<b>16</b>

A la vista del informe técnico y su análisis de cada apartado se propone como mejor propuesta la remitida por la empresa **SEMARAC**, con un total de **28,25** sobre 30 puntos.

Santander, 4 de noviembre de 2022



Carolina Gómez Paniagua

Coord. Serv. Información Turística y Publicaciones



Mariola San José Torices

Directora de Promoción y Marketing

