

EXPEDIENTE DE CONTRATACION, PROCEDIMIENTO ABIERTO, TRAMITACIÓN ORDINARIA, DEL CONTRATO DE SERVICIOS DE DISEÑO, PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS 2022-23 DE CANTUR, S.A. EN EL ÁMBITO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANTABRIA

ACTA 2
EXP.22.0596.PRO.SE

ACTA DE LA MESA DE CONTRATACIÓN VALORACIÓN DEL RESULTADO DEL SOBRE "B)", ACTO PÚBLICO DE APERTURA DE SOBRE "C)" Y PROPUESTA DE ADJUDICACIÓN, EN SU CASO, DEL CONTRATO DE SERVICIOS DE DISEÑO, PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS 2022-23 DE CANTUR, S.A. EN EL ÁMBITO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANTABRIA

Siendo las 10.30 h del día **1 de diciembre de 2022**, en la sede de la Sociedad Regional Cantabria de Promoción Turística SA, c/ Albert Einstein, 4-2ª planta de Santander, se reúne la MESA DE CONTRATACION, designada por el Órgano de Contratación por resolución de fecha 26 de agosto de 2022, para el expediente de contratación de referencia, formada por las siguientes personas:

PRESIDENTE: D. Luis Fernando de la Pinta Fernández, Consejero delegado de CANTUR, S.A.,

VOCALES: D. Santiago Gutiérrez Gómez, Director Económico-Financiero CANTUR, S.A.

- Dña. Susana Orizaola Stransky, Coordinadora Dpto. de Promoción y Comercialización Turística de CANTUR, S.A..

Dña. Laura Gutiérrez Bustamante, Directora Jurídica de CANTUR, S.A.

SECRETARIA: Dña. Alejandra San Martín Mediavilla (con voz pero sin voto).

Por la secretaria se informa que por motivos sobrevenidos Dña. Mariola San José Torices, Directora Dpto. Promoción y Marketing de CANTUR, S.A., no puede acudir a la mesa.

La reunión tiene por objeto proceder a la valoración del resultado de apertura del sobre B), acto público de apertura del sobre C) y propuesta de adjudicación, en su caso, conforme al PCAP del expediente de contratación, procedimiento abierto, tramitación ordinaria, del contrato de servicios de diseño, planificación, ejecución, seguimiento y evaluación del plan de medios 2022-23 de Cantur, S.A. en el ámbito de la comunidad autónoma de Cantabria

Por el presidente se abre la sesión e informa que con fecha 24 de noviembre de 2022 se ha emitido informe técnico de valoración de las ofertas por la Responsable de Comunicación de Cantur, S.A., Dña. Alexia Gómez, dándose lectura al mismo.

El resultado del informe es el siguiente:

CUADRO DE PUNTUACIONES:

LICITADORES	Apartado 1a	Apartado 1b	Apartado 1c	Apartado 1d	TOTAL
PRISMA (Part of MIG)					No se valora
LA HORMIGA COMUNICACIÓN S.L.	2,5	14,5	3,5	7	27,5
NEXO PUBLICIDAD. NUEVAS ESTRATEGIAS ORIGINALES S.L.	4,5	25,5	5,5	7,5	43
C&C PUBLICIDAD S.A.	4,5	25,5	4,5	7	41,5

CONCLUSIONES

Realizada la evaluación técnica y en vista a las propuestas valoradas, se informa a la mesa de contratación que la oferta presentada por NEXO PUBLICIDAD NUEVAS ESTRATEGIAS ORIGINALES. S.L, obtiene la mayor puntuación con 43 puntos, seguida de la propuesta de C&C PUBLICIDAD S.A. (41,5 puntos) y de la de LA HORMIGA COMUNICACIÓN S.L, (27,5 puntos). Ésta última no consigue la puntuación mínima de 30 puntos para pasar a la fase 2

Así mismo, establece el informe técnico, en relación a la oferta presentada por **MIG ADVERTISING ESPAÑA, S.A** que en el sobre B, se incluye información correspondiente a una fase posterior del procedimiento, esto es información correspondiente al sobre C:

1. PRISMA PART OF MIG

La propuesta presentada por PRISMA PART OF MIG incluye información correspondiente para el cálculo de criterios objetivos en la fase 2 (criterios evaluables mediante fórmulas). Según los requisitos establecidos en el PCAD, dichos datos no deben aparecer en el sobre B, ya que se trata de documentación requerida en sobre C.

Éstos vienen descritos en páginas 30 y 31:

#4 Mix de medios > Estrategia print

**PRENSA. CONVENCIONAL MEDIA
CANTABRIA ECONOMICA**

Páginas completas a color ubicadas en página impar y en el primer tercio de la revista generalista en Cantabria. Se trata de un soporte con un gran peso en el territorio. Este soporte nos aporta **relevancia y veracidad** del mensaje gracias a su carácter informativo.

Los formatos seleccionados nos ayudará a mantener una presencia continuada durante todo el periodo de campaña y llegar al público más local de Cantabria.

- 3 inserciones página completa a color
- Reportajes específicos sobre la actividad de CANTUR y la promoción turística de Cantabria e informaciones/artículos más breves. Todo ello se publicará en formato papel y en la revista digital.
- Banner en cantabriaeconomica.com de 370 x 110 píx (durante el periodo del contrato) **en el primer scroll**
- Banner cronicaeconombia.com 370 x 70 píx (durante el periodo del contrato) **en el primer scroll**.

De cara a la planificación de inserciones, las hemos distribuido de forma que nos permita tener presencia durante todo el año.

Productos **TURÍSTICO**

Targets


Momentos


Segmentos
Entusias Proactivos
Experiencia y vida

GEO
 **EEA**




1.100
 PÁGINAS DE LA REVISTA


1.700
 HORAS OPTIMAS DE LA REVISTA


1.100
 HORAS DE LA REVISTA


30.000
 HORAS DE LA REVISTA

Cantur | **PRISMA**

#4 Mix de medios > Estrategia print

**PRENSA. CONVENCIONAL MEDIA
CANTABRIA NEGOCIOS**

Páginas completas a color ubicadas en página impar y contraportada de la revista generalista en Cantabria. Se trata de un soporte con un gran peso en el territorio. Este soporte nos aporta **relevancia y veracidad** del mensaje gracias a su carácter informativo.

Los formatos seleccionados nos ayudará a mantener una presencia continuada durante todo el periodo de campaña y llegar al público más local de Cantabria.

- Realización de anuncios de 1 página a color en contraportada y página impar
- reportajes de CANTUR en la revista Cantabria Negocios, posibilidad formato entrevista
- noticias a publicar en fechas por determinar.

WEB. PUBLICIDAD ON LINE

- Banner en: cantabrianegocios.es en la página de inicio.
- Fechas de publicación: a determinar por el cliente.
- Publicación de reportajes en la página de inicio de Cantabria Negocios.
- Publicación de noticias en la página de inicio de Cantabria Negocios.
- Compartir en nuestras redes
- Tres cuentas profesionales de linkedin con entre 2.000 y 3.500 seguidores cada una.
- Cuenta de empresa de facebook con 2.151 seguidores.
- Cuenta de empresa de twitter con 2.897 seguidores.
- Cuenta de Youtube con 4.100 seguidores.
- Se compartirán los reportajes en las redes
- Se compartirán las noticias en las redes

De cara a la planificación de inserciones, las hemos distribuido de forma que nos permita tener presencia durante todo el año.

Productos **TURÍSTICO**

Targets


Momentos


Segmentos
Entusias Proactivos
Experiencia y vida

GEO
 **NCC M**



Cantur | **PRISMA**

Especificación sobre este punto en página 9 del PCAP, correspondiente a la licitación

Se excluirá del procedimiento a aquellos licitadores que incluyan en los sobres documentación correspondiente a fases posteriores, debido a que imposibilitan la valoración previa de cada una de las fases tal como determina el artículo 148 de la LCSP. Por ello, se advierte expresamente que todos los datos correspondientes a los criterios evaluables mediante fórmulas matemáticas únicamente deberán mostrarse en el sobre C y no deberán aparecer en ningún caso en el sobre B o en el sobre A.

En relación a lo indicado en el informe técnico, por la asesora jurídica de la mesa se informa al resto de miembros que en el artículo 139 de la LCSP se establece lo siguiente:

Artículo 139. Proposiciones de los interesados.

1. Las proposiciones de los interesados deberán ajustarse a los pliegos y documentación que rigen la licitación, y su presentación supone la aceptación incondicionada por el empresario del contenido de la totalidad de sus cláusulas o condiciones, sin salvedad o reserva alguna, así como la autorización a la mesa y al órgano de contratación para consultar los datos recogidos en el Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas del Sector Público o en las listas oficiales de operadores económicos de un Estado miembro de la Unión Europea.

2. Las proposiciones serán secretas y se arbitrarán los medios que garanticen tal carácter hasta el momento de apertura de las proposiciones, sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos 143, 175 y 179 en cuanto a la información que debe facilitarse a los participantes en una subasta electrónica, en un diálogo competitivo, o en un procedimiento de asociación para la innovación.

A tenor de lo anteriormente expuesto y de conformidad con lo establecido en la LCSP, se acuerda por los miembros de la mesa excluir a la mercantil MIG ADVERTISING ESPAÑA, S.A., por haber incluido en el sobre B criterios evaluables en una fase posterior del procedimiento.

A continuación, por los miembros de la mesa se comprueba que en la conclusión del informe técnico se recoge que “la oferta presentada por la HORMIGA COMUNICACIÓN, S.L., (27,5 puntos). Esta última no consigue la puntuación mínima de 30 puntos para pasar a la fase 2”.

En este sentido, por la asesora jurídica de la mesa se informa a los demás miembros que en el pliego de cláusulas administrativas particulares se establece en el apartado “I.O. Criterios de adjudicación” lo siguiente:

“Para pasar a la fase dos de valoración (criterios evaluables mediante fórmulas) los licitadores deberán obtener una puntuación mínima de 30 puntos en la primera fase, se excluirán del procedimiento los licitadores que no alcancen dicha puntuación.”

Teniendo en cuenta lo dispuesto en el artículo 139.1. de la LCSP transcrito más arriba y de conformidad con lo anteriormente expuesto, los miembros de la mesa acuerdan por unanimidad excluir del procedimiento a la mercantil LA HORMIGA COMUNICACIÓN, por no haber alcanzado en la fase de

valoración de criterios no evaluables mediante fórmulas, sobre B, la puntuación mínima establecida en los pliegos que es de 30 puntos.

A continuación, al tratarse de la apertura del sobre C) de acto público, por el presidente se invita a incorporarse al acto a los licitadores que hubieran comparecido al mismo, accediendo D. Javier López en representación de C&C Publicidad, S.A.

A continuación, el presidente ordena la apertura del sobre C), oferta económica y otros criterios de valoración automáticos, de las licitadoras que continúan en el procedimiento según el PCAP apartado I.O.

El resultado de la apertura del sobre C), de conformidad con lo establecido en el PCAP, es el siguiente:

El sobre C de la licitadora **NUEVAS ESTRATEGIAS ORIGINALES, S.L.**, presenta:

Oferta económica: 272.000€ Iva no incluido.

Oferta de otras acciones de divulgación de contenidos:

Prensa: 44.

Radio: 62

Medios digitales: 115.

Televisión: 24.

Emplazamiento de las inserciones:

Prensa (periódicos y revistas especializadas). Porcentajes de inserciones en página impar y en primer tercio de la publicación o contraportada: 100%.

Radio. Porcentaje de cuñas emitido en prime time: 100%.

Medios digitales. Porcentaje de impresiones en primer scroll o Above the Fold (ATF): 100%.

Televisión. Porcentaje de anuncios posicionados en primero y último lugar del bloque: 100%.

El sobre C de la licitadora **C&C PUBLICIDAD, S.A.** presenta:

Oferta económica: 224.000€ Iva no incluido.

Oferta de otras acciones de divulgación de contenidos:

Prensa: 21

Radio: 30

Medios digitales: 159.

Televisión: 24.

Emplazamiento de las inserciones:

Prensa (periódicos y revistas especializadas). Porcentajes de inserciones en página impar y en primer tercio de la publicación o contraportada: 100%.

Radio. Porcentaje de cuñas emitido en prime time: 100%.

Medios digitales. Porcentaje de impresiones en primer scroll o Above the Fold (ATF): 98%.

Televisión. Porcentaje de anuncios posicionados en primero y último lugar del bloque: 100%

A continuación, por el Director Económico de CANTUR, S.A. se procede a valorar el sobre C de las ofertas que continúan el procedimiento.

El sobre C de cada licitador contiene los criterios evaluables de forma automática por aplicación de fórmulas, con el siguiente desglose:

1.- OFERTA ECONOMICA

El resultado es el siguiente:

OFERTA ECONOMICA			
-		IMPORTE MAS BAJO	224.000
MAXIMO 10 puntos			
<u>LICITADOR</u>	<u>PUNTUACION DEL LICITADOR</u>		
-			
NEXO PUBLICIDAD SL	272.000,00	1,43	1,43
C&C PUBLICIDAD SA	224.000,00	10,00	10,00
MIG ADVERTAISING ESPAÑA SA	EXCLUIDO		
LA HORMGA COMUNICACIÓN SL	EXCLUIDO		

2.- DIVULGACION DE CONTENIDOS EN PRENSA

<u>LICITADOR</u>	<u>PUNTUACION DEL LICITADOR</u>	
-	MAX	44,00
-		
	<u>MODULOS</u>	<u>PUNTOS</u>
NEXO PUBLICIDAD SL	44	5,00
C&C PUBLICIDAD SA	21	1,97

3.- DIVULGACION DE CONTENIDOS EN RADIO

<u>LICITADOR</u>	<u>PUNTUACION DEL LICITADOR</u>	
-	MAX	62,00
-		
	<u>MODULOS</u>	<u>PUNTOS</u>

NEXO PUBLICIDAD SL	62	6,00
C&C PUBLICIDAD SA	30	2,31

4.- DIVULGACION DE CONTENIDOS EN MEDIOS DIGITALES

<u>LICITADOR</u>	<u>PUNTUACION DEL LICITADOR</u>	
-	MAX	159,00
-		
	<u>MODULOS</u>	<u>PUNTOS</u>
NEXO PUBLICIDAD SL	115	3,56
C&C PUBLICIDAD SA	159	5,00

5.- DIVULGACION DE CONTENIDOS EN TELEVISION

<u>LICITADOR</u>	<u>PUNTUACION DEL LICITADOR</u>	
-	MAX	24,00
-		
	<u>PORCENTAJE</u>	<u>PUNTOS</u>
NEXO PUBLICIDAD SL	24	5,00
C&C PUBLICIDAD SA	24	5,00

6.- INSERCCIONES EN PRENSA

<u>LICITADOR</u>	<u>PUNTUACION DEL LICITADOR</u>	
-	MAX	100,00
-		
	<u>PORCENTAJE</u>	<u>PUNTOS</u>
NEXO PUBLICIDAD SL	100	5,00

C&C PUBLICIDAD SA	100	5,00
-------------------	-----	------

7.- INSERCCIONES EN RADIO

<u>LICITADOR</u>	<u>PUNTUACION DEL LICITADOR</u>	
	MAX	100,00
	<u>PORCENTAJE</u>	<u>PUNTOS</u>
NEXO PUBLICIDAD SL	100	5,00
C&C PUBLICIDAD SA	100	5,00

8.- INSERCCIONES MEDIOS DIGITALES

<u>LICITADOR</u>	<u>PUNTUACION DEL LICITADOR</u>	
	MAX	100,00
	<u>PORCENTAJE</u>	<u>PUNTOS</u>
NEXO PUBLICIDAD SL	100	5,00
C&C PUBLICIDAD SA	98	4,80

9.- INSERCCIONES EN TELEVISION

<u>LICITADOR</u>	<u>PUNTUACION DEL LICITADOR</u>	
	MAX	100,00
	<u>PORCENTAJE</u>	<u>PUNTOS</u>
NEXO PUBLICIDAD SL	100	5,00
C&C PUBLICIDAD SA	100	5,00

5.- PUNTUACIONES TOTALES

Teniendo en cuenta las puntuaciones obtenidas en los criterios contenidos en el sobre C, y añadiendo la puntuación de los criterios evaluables mediante juicio de valor (SOBRE B), las puntuaciones totales son las siguientes:

<u>LICITADOR</u>	<u>PUNTUACION TOTAL</u>				
	<u>TECNICA</u>	<u>OF ECONOMICA</u>	<u>DIVULGACION</u>	<u>INSERCCIONES</u>	<u>TOTAL</u>
NEXO PUBLICIDAD SL	43,00	1,43	19,56	20,00	83,99
C&C PUBLICIDAD SA	41,50	10,00	14,28	19,80	85,58
MIG ADVERTAISING ESPAÑA SA	EXCLUIDO				
LA HORMGA COMUNICACIÓN SL	EXCLUIDO				

A tenor de lo expuesto, la Mesa por unanimidad, una vez ponderados los criterios de valoración contenidos en el PCAP acuerda identificar como la mejor oferta en base a la relación calidad/precio y elevar Propuesta de adjudicación al Órgano de contratación, a favor de la formulada por la empresa **C&C Publicidad, S.A.**, por importe de 224.000,00€ Iva no incluido, conforme a la oferta presentada y los pliegos que rigieron la licitación, para posteriormente, tras su aprobación por el órgano de contratación, proceder al requerimiento del primer y único clasificado la empresa **C&C Publicidad, S.A.**, para que aporte en el plazo de 10 días hábiles, la documentación indicada en el apartado II.5 del PCAP.

Asimismo, la mesa acuerda clasificar en segundo lugar a la mercantil NEXO PUBLICIDAD, S.L. (NUEVAS ESTRATEGIAS ORIGINALES, S.L.)

La mesa acuerda delegar en la Directora Jurídica de Cantur, S.A., la revisión de la documentación aportada por la empresa licitadora.

Al tratarse de un procedimiento abierto, la Mesa acuerda por unanimidad dar publicidad al presente Acta en el perfil del Contratante de la Sociedad y en la Plataforma de contratación del Sector Público.

Sin otros temas que tratar, se levanta la reunión siendo las 11:15 de la fecha, y se formaliza la presente acta de la que como secretaria doy fe.



PRESIDENTE

Fernando de la Pinta Fernández

VOCAL

Laura Gutiérrez Bustamante

VOCAL

Santiago Gutiérrez Gómez

SECRETARIA

Alejandra San Martín Mediavilla

VOCAL

Susana Orizaola Stransky