

CONTRATO DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD PARA LA REALIZACIÓN DE ACCIONES PROMOCIONALES Y DE MARKETING DIRIGIDAS A MERCADOS NACIONALES, EN SOPORTES Y MEDIOS DE COMPAÑÍAS AÉREAS. LOTE 2 Y LOTE 5

Reunidos en Santander, a 24 de enero de 2023

DE UNA PARTE: **D. FRANCISCO JAVIER LÓPEZ MARCANO**, Presidente del Consejo de Administración de la “SOCIEDAD REGIONAL CÁNTABRA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, S.A.” (en adelante CANTUR, S.A.), con domicilio en la calle Albert Einstein, nº4, 39011, de Santander y CIF A-39008073, en uso de las facultades otorgadas por Acuerdo del Consejo de Administración de la Sociedad el 16 de febrero de 2021, elevado a público mediante Escritura de 3 de marzo de 2021, protocolizada ante el Notario del Ilustre Colegio de Cantabria Don Iñigo Girón Sierra, con el número 521 y que consta inscrita en el Registro Mercantil de Santander al Tomo 1063, Folio 55, Hoja S-5060, Inscripción 77ª, que afirma encontrarse vigente en la actualidad.

DE OTRA PARTE: **D. MARCO SANSAVINI**, mayor de edad y con domicilio a efecto de notificaciones en el Prat de Llobregat (Barcelona), Parque de Negocios Mas Balu II, Plaça de l'Estany, número 5, actuando en representación de la empresa VUELING AURLINES, S.A., con C.I.F. A-63422141, según escritura de poder otorgada ante el Notario del Ilustres Colegio de Catalunya Dña. Berta García Prieto, el día 14 de septiembre de 2020, con el número 1736 de su protocolo, e inscrita en el Registro Mercantil de Barcelona al Tomo 46442, Folio 90, Hoja: 279224. El Sr. Sansavini, en este acto asegura la plena vigencia de su cargo y facultades necesarias para el otorgamiento del presente contrato.

Ambas partes se reconocen mutuamente plena capacidad para obligarse en los términos del presente Contrato,

EXPONEN

UNO.- “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, y el apoyo a la presencia del sector en eventos promocionales. Es objetivo del Gobierno de Cantabria situar 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.

Todo ello, trae causa en la Ley 5/1999, de 24 de marzo, de Ordenación del Turismo de Cantabria, que 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.

Así, una gran parte de la promoción de Cantabria como destino turístico se lleva a cabo a través de acciones publicitarias y de marketing, cuya elección se realiza atendiendo a criterios de coste-eficiencia, siguiendo las pautas que marca el desarrollo de productos y la evolución de los mercados.

En la actualidad, tenido en cuenta que estamos inmersos en una sociedad de la información donde el acceso a las nuevas tecnologías se ha generalizado y la información se encuentra al alcance de todos a golpe de click, la promoción de los destinos turísticos es fundamental para conseguir una imagen de marca como destino preferente que atraiga visitantes y dinamice la economía regional. Para ello, es necesaria una estrategia de publicidad y marketing enfocada a aquellos soportes y medios más efectivos para conseguir el objetivo.

Los medios publicitarios ofrecen a los destinos turísticos multitud de posibilidades, que se traducen en una variada oferta tanto de soportes como de formatos publicitarios y resulta de vital importancia, para optimizar recursos, seleccionar aquellos que resulten más adecuados conforme al target y los objetivos de comunicación.

En el sentido indicado, las líneas básicas de actuación en materia publicitaria se vienen plasmando por CANTUR S.A., en los planes de marketing que viene elaborando año tras año como una herramienta clave de coordinación, colaboración sectorial y transparencia. CANTUR, S.A. ha acometido recientemente la redacción del Briefing para el Plan de medios 2022-2023. Este documento ha identificado el conjunto de las acciones, en materia de promoción del Sector Turístico, que el Gobierno de Cantabria debe realizar en este año para conseguir los objetivos establecidos en materia de promoción turística. En definitiva, se trata de un instrumento de trabajo que marca las pautas que debemos seguir para destinar los recursos económicos dirigidos a publicidad y marketing de manera eficiente.

Lo cierto es que un Plan de Marketing, tal y como está concebido, permite definir mercados objetivos a priori y señalar características relevantes de los mismos, establecer los canales adecuados para dicha promoción y profundizar en la estrategia de uso y actuación en el ámbito de las nuevas tecnologías, incluyendo redes sociales, publicidad programática, e-mail marketing, aplicaciones móviles y generación de contenidos, aplicando las mejores prácticas en gestión y análisis de datos y en el logro de buenos retornos de la inversión (ROI), así como de altas tasas de conversión.

Concretamente, en el Briefing para el Plan de Medios de CANTUR 2022-2023 se establece como uno de los objetivos para este periodo el fortalecimiento de las acciones digitales en mercados nacionales/ internacionales con conexión aérea, señalando además como tendencias del mercado que adquieren más importancia los mercados más cercanos y las conexiones aéreas de corto radio, por lo que establece, como prioridades de mecanismos de promoción que crecen con fuerza acciones con partners del canal o del transporte que conducen a la audiencia a una conversión rápida, con publicidad del destino Cantabria y la compra de una reserva de viaje o de alojamiento.

Todo ello trae causa en que, en la última década, las compañías aéreas han desarrollado potentes canales de comunicación para llevar a cabo campañas de marketing y promoción de destinos turísticos en mercados relevantes con conexiones aéreas, con las que se impacta directamente en los potenciales visitantes para atraerlos hacia determinados destinos turísticos. Para ello, cuentan con plataformas de comunicación, tanto online como offline, a través de las cuales alcanzan a millones de usuarios.

Teniendo en cuenta lo que se acaba de señalar en el apartado anterior y de conformidad con las directrices marcadas por el Briefing para el Plan de medios 2022-2023 y los objetivos de impacto establecidos en el “Estudio económico de análisis coste-beneficio, impacto económico y de actuaciones de marketing y publicidad en compañías aéreas para la promoción de Cantabria como destino turístico”, resulta necesario, para que CANTUR cumpla con su fin social de promocionar Cantabria, contratar la realización de acciones promocionales y de marketing dirigidas a mercados nacionales, en soportes y medios de las compañías aéreas que operen o puedan operar en Cantabria con los mercados objetivo de la campaña, para atraer turistas a la Comunidad Autónoma y dinamizar, por tanto, la economía de la región.

Toda vez que CANTUR S.A. no dispone de los medios humanos y materiales precisos para acometer con éxito los trabajos descritos, para la realización de la campaña de marketing en soportes y medios de las compañías aéreas, se hace necesario contar con equipos profesionales del sector que aporten la experiencia precisa en este tipo de trabajos, una calidad técnica contrastada y soportes publicitarios suficientes para llegar al mercado potencial requerido.”

DOS.- CANTUR S.A tramitó el correspondiente expediente de contratación por procedimiento abierto, tramitación ordinaria, de acuerdo con la legislación vigente sobre la materia. Como consecuencia del citado procedimiento resultó adjudicatario del mismo, en virtud de acuerdo del Órgano de Contratación de fecha 22 de diciembre de 2022, la mercantil VUELING AIRLINES, S.A., para los lotes 2 y 5, habiendo procedido a comunicarla individualmente a todos los licitadores y habiendo transcurrido el plazo para la interposición de recurso especial en materia de contratación sin que conste que el mismo haya sido interpuesto, procede la suscripción del presente contrato.

Ambas partes, reconociéndose capacidad legal suficiente para este acto, y en la representación que cada una ostenta, acuerdan otorgar el presente Contrato de servicios que se regirá por las siguientes:

CLÁUSULAS:

PRIMERA. NATURALEZA DEL CONTRATO.

El presente Contrato de Servicios tiene carácter privado y se regirá por las Cláusulas contenidas en el mismo y demás documentación que lo conforma, por las prescripciones contenidas en los Pliegos de Cláusulas Administrativas Particulares y de Prescripciones Técnicas Particulares por las que se ha regido el procedimiento de adjudicación y, en general, por las normas de derecho privado que le resulten de aplicación.

SEGUNDA. OBJETO DEL CONTRATO.

Constituye el objeto del presente contrato la realización de acciones promocionales y de marketing dirigidas a mercados nacionales, en soportes y medios de las compañías aéreas que operen o puedan operar en Cantabria con los mercados objetivo de la campaña, para atraer turistas a la Comunidad Autónoma y dinamizar, por tanto, la economía de la región, en los términos establecidos en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y en el Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares.

TERCERA. PLAZO DEL CONTRATO.

El presente contrato entra en vigor en la fecha de su firma y tiene una duración de dos años, pudiendo prorrogarse por periodos anuales hasta un máximo de dos anualidades.

CUARTA. PRECIO DEL CONTRATO.

El precio del presente Contrato se establece en máximo de SETECIENTOS SETENTA MIL EUROS (770.000€) IVA EXCLUIDO, 580.000€ para el lote 2, a razón de 290.000€ anuales y 190.000€ para el lote 5, a razón de 95.000€ anuales, cantidad en la que están incluidos todos los gastos derivados de la realización completa y satisfactoria del objeto del presente contrato y toda clase de impuestos, autorizaciones y licencias.

El pago del precio se realizará en función de las acciones efectivamente ejecutadas. Únicamente se procederá al abono de aquellas acciones promocionales y de marketing que estén debidamente ejecutadas y justificadas por parte del contratista.

Para ello, el adjudicatario deberá presentar, con carácter trimestral, memoria justificativa de todas y cada una de las acciones llevadas a cabo en ejecución del objeto del contrato, con desglose de la cuantía económica que corresponde a cada acción ejecutada y el informe de seguimiento, acompañados de cuantos documentos justifiquen la realización efectiva de cada una de las acciones, de conformidad con lo dispuesto en el PPTP, la memoria deberá presentarse debidamente firmada y sellada. Todo ello, para su aprobación y recepción por CANTUR S.A.

Una vez aprobada la referida memoria y su documentación, el licitador podrá emitir la factura correspondiente, extendida conforme a la legislación vigente y dentro de los plazos establecidos por la misma. La factura será abonada en la cuenta designada dentro de los plazos normales de pago de la Sociedad. Por tanto, el adjudicatario realizará cuatro facturas cada año para cada lote, con carácter trimestral, por importes que no tendrán por qué ser coincidentes, dependiendo de las actividades justificadas en cada trimestre.

Cada factura deberá contener la referencia EXP.22.0360.PRO.SE y el lote a que corresponde.

QUINTA. - OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA.

Son obligaciones del Contratista, además de las previstas en los pliegos que rigieron la contratación, en la oferta realizada por la empresa adjudicataria y en la legislación vigente, específicamente las siguientes:

- Obligación de presentar un Plan de Trabajo. Si. Dentro de los 5 días naturales posteriores a la firma del contrato deberá presentar el adjudicatario una planificación detallada del programa y alcance de los trabajos en la que se incluya un cronograma de actuaciones.

- El adjudicatario quedará obligado al cumplimiento de las disposiciones vigentes en materia de legislación fiscal, laboral, Seguridad Social y Seguridad y Salud en el trabajo. En particular, el adjudicatario tendrá la obligación de cumplir con las condiciones salariales de los trabajadores conforme al Convenio Colectivo sectorial de aplicación.

- El incumplimiento de estas obligaciones por parte del contratista no implicará responsabilidad alguna para el órgano contratante.

El servicio objeto del presente contrato no generará ningún tipo de dependencia laboral con CANTUR, S.A. debiendo estar la empresa adjudicataria al día en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y de la Seguridad Social, y debiendo entregar copia a CANTUR, S.A., si esta lo requiere, de los documentos acreditativos del cumplimiento de los anteriores conceptos.

- El adjudicatario queda obligado al cumplimiento del plazo de ejecución del contrato y de los plazos parciales, en su caso, fijados por el órgano de contratación para su ejecución sucesiva. La constitución en mora del contratista no precisará intimación previa por parte de CANTUR S.A.

- El contratista deberá nombrar, al tiempo de formalizar el contrato, un responsable de la ejecución del mismo que actúe como interlocutor con CANTUR, S.A. o con la persona o personas que ésta designe.

- Será obligación del contratista indemnizar todos los daños y perjuicios que se causen a terceros como consecuencia de las operaciones que requiera la ejecución del contrato, salvo cuando tales perjuicios hayan sido ocasionados como consecuencia inmediata y directa de una orden de la contratante.

- SEGUROS: La adjudicataria deberá tener los seguros obligatorios que resulten de aplicación en atención al objeto del contrato.

- El contratista no podrá utilizar para sí, ni proporcionar a terceros, dato alguno del trabajo contratado, ni publicarlo total o parcialmente sin autorización expresa del órgano de contratación. En todo caso, el contratista será responsable de los daños y perjuicios que se deriven del incumplimiento de esta obligación.

- Son de cuenta del contratista satisfacer los siguientes gastos:

- a) Los que requieran para la obtención de autorizaciones, licencias, permisos, documentos o cualquier informe que deba recabarse de organismos oficiales o particulares.
- b) Los impuestos, derechos, tasas, compensaciones y demás gravámenes, seguros o gastos que resulten de aplicación según las disposiciones vigentes, en la forma y cuantía que éstas señalen, y en general cualquier otro gasto necesario para la realización del contrato, a excepción de los expresamente contemplados en el PPTP.

- Los contratos que tengan por objeto el desarrollo y la puesta a disposición de productos protegidos por derechos de propiedad intelectual o industrial llevarán aparejada la cesión de éstos a la Administración contratante.

- En todo caso, y aun cuando se excluya la cesión de los derechos de propiedad intelectual, el órgano de contratación podrá siempre autorizar el uso del correspondiente producto a los entes, organismos y entidades pertenecientes al sector público a que se refiere el artículo 3.1 de la LCSP.

- A la extinción de los contratos, no podrá producirse en ningún caso la consolidación de las personas que hayan realizado los trabajos objeto del contrato como personal del ente, organismo o entidad del sector público contratante.

- Cualquier otra recogida en el Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares.

SEXTA. RESOLUCIÓN DEL CONTRATO.

El presente contrato se extinguirá anticipadamente, por las causas establecidas en los pliegos que rigen la contratación.

SÉPTIMA. - GARANTÍAS.

Para responder del cumplimiento de este contrato, ha sido constituida garantía definitiva por un importe de TREINTA Y OCHO MIL QUINIENTOS EUROS (38.500,00€) correspondiente al 5% del importe de adjudicación, a favor de SOCIEDAD REGIONAL CÁNTABRA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, S.A, mediante transferencia bancaria a la cuenta bancaria designada al efecto por CANTUR, S.A.

OCTAVA.- DOCUMENTOS CONTRACTUALES.

Junto con el presente contrato se consideran documentos contractuales a todos los efectos, los Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares y de Cláusulas Administrativas Particulares. Asimismo, forma parte de la documentación contractual la oferta presentada por el adjudicatario, considerándose todos ellos documentos contractuales a todos los efectos. Ambas partes, con la firma del presente contrato dan su conformidad a todos ellos.

NOVENA.- JURISDICCIÓN COMPETENTE

Las cuestiones litigiosas que puedan surgir en relación con la presente contratación se resolverán ante los órganos jurisdiccionales con sede en Santander, por lo que se entiende que los contratistas renuncian a su propio fuero si fuera distinto del anterior.

Las partes, en la representación que ostentan, una vez leído el presente documento, y en prueba de conformidad con su íntegro contenido, lo suscriben y firman, por duplicado ejemplar, y a un sólo efecto, en el lugar y fecha al principio indicados.

POR CANTUR, S.A.

POR VUELING AIRLINES, S.A.

**FDO: FRANCISCO JAVIER LÓPEZ
MARCANO**

**Presidente del Consejo de
Administración**

D. MARCO SANSAVINI

Consejero