

EXPEDIENTE DE CONTRATACION, PROCEDIMIENTO ABIERTO, TRAMITACIÓN ORDINARIA, DEL 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.

ACTA Nº 5

EXP.22.0274.PRO.SE

ACTA DE LA MESA DE CONTRATACIÓN PARA INFORMAR A LOS MIEMBROS DE LA MESA DEL RESULTADO DEL INFORME SOBRE LA ADECUACION DE LA OFERTA PRESENTADA SOBRE C) DEL LICITADOR T20 ADMEDIA SERVICES SL Y PROPUESTA DE ADJUDICACION, EN SU CASO.

Siendo las 10.00 h del día **1 de diciembre de 2022**, en la sede de la Sociedad Regional Cántabra 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 12 de abril 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. María Basurto Bárcena, Técnico de Promoción on line de CANTUR, S.A.

Dña. Raquel Santamaría Estrada, Técnico de Promoción on line 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).

La reunión tiene por objeto informar a los miembros de la mesa del resultado del informe emitido por el Director de Marketing de Cantur, S.A., en relación a la adecuación de la oferta presentada en el sobre C por la mercantil T20 ADMEDIA SERVICES SL y propuesta de adjudicación en su caso del contrato de referencia.

Los miembros de la mesa de contratación en fecha 3 de noviembre de 2022 acordaron, por unanimidad requerir a la mercantil T20 ADMEDIA SERVICES, S.L., aclaración para que justifique su oferta en cuanto a las inserciones offline en exterior en el plazo de 5 días hábiles a contar a partir del requerimiento.

En fecha 16 de noviembre de 2023 se requiere por correo electrónico a la mercantil T20 ADMEDIA SERVICES SL, para que en el plazo de cinco días hábiles presente aclaración de justificación de su oferta en cuanto a las inserciones offline en exterior.

Por la mercantil T20 ADMEDIA SERVICES, S.L., se presenta por correo electrónico documentación dentro del plazo conferido al efecto.

A continuación, se remite la documentación presentada por T20 ADMEDIA SERVICES, S.L, al Director Comercial y de Marketing de Cantur, S.A, a efectos de emisión de informe al respecto de la aclaración solicitada.

en fecha 21 de noviembre de 2022. por el Director Comercial y de Marketing, de Cantur, S.A., se emite informe en el que se recoge lo siguiente:

OBJETO

La mesa de contratación del expediente de referencia (EXP 22.074.PRO.SE) solicita a este departamento un informe sobre la justificación de la oferta económica y otros criterios de valoración objetiva, contenidos en el sobre C. Concretamente, el número de las acciones offline ofertadas y su adecuación a los criterios descritos en los pliegos que rigen el contrato.

En el Pliego de Cláusulas de Administrativas Particulares, apartado O. CRITEIROS DE ADJUDICACIÓN, Criterios evaluables mediante fórmulas, apartado 2.b, se establece lo siguiente:

- Medios off line inserciones en exterior (hasta 11 puntos)
 $11 * (I - I_{\min}) / (I_{\max} - I_{\min}) = \text{puntuación obtenida}$
 $I = \text{Número de inserciones ofertado por el licitador}$
 $I_{\min} = 600 \text{ inserciones}$
 $I_{\max} = \text{Mayor número de inserciones ofertado por un licitador}$
Puntuación mínima en este apartado es 0 puntos y se obtendrá por una oferta de 600 inserciones.
Se excluirán del procedimiento a los licitadores que ofrezcan menos de 600 inserciones.

En la documentación presentada por el licitador para aclarar su oferta, presenta un documento denominado propuesta T20 y respuesta alegación Cantur- mesa de contratación. De estos documentos se desprende:

1. PROPUESTA ECONOMICA DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA: Aportando información sobre la orden de compra de la empresa exterior plus.

exteriorplus PROPUESTA ECONÓMICA DE CAMPAÑA PUBLICITARIA

Agencia: L26
Contacto: Javier Pariz
Arriante: L26-Cantur 1
Campaña:

Fecha de la propuesta: 20/05/2022
Nº de propuesta: 2022-1226
Comercial: Teresa Antón-Magro

Nº Centros Comerciales: 85
Nº Pantallas: 1.255
Frecuencia campaña total: 40 pases / hora

Fecha de inicio: 06/06/2022
Fecha fin: 13/06/2022
Nº días total: 7

Duración spot: 10 segundos
Género target: Audio
Edad target: De 15 a + 54 años

RESUMEN CAMPAÑA

Compañía presupuestada: 4.216.800
TOTAL CAMPAÑA: 4.216.800

DETALLE CAMPAÑA POR CENTRO COMERCIAL

| CENTRO COMERCIAL | Provincia | Ciudad | Tafelberg (pantallas de inserción) | Ubicación e identificación | Localización e identificación | Cana | Nº pantallas | Nº líneas verticales | Nº pantallas horizontales | Nº pantallas diagonales | Nº pantallas totales | Pases totales |
|--------------------|-----------|--------|------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|------|--------------|----------------------|---------------------------|-------------------------|----------------------|---------------|
| ABC SERRANO | Madrid | Madrid | 71.213 | Monederos | Media Malla | no | 20 | 10 | 10 | 0 | 40 | 67.200 |
| ALCAZAL PLAZA | Madrid | Madrid | 36.456 | Monederos | Media Malla | no | 5 | 5 | 0 | 0 | 10 | 16.800 |
| ALCAZAL PLAZA | Madrid | Madrid | 70.307 | Monederos | Media Malla | no | 17 | 17 | 0 | 0 | 34 | 56.160 |
| ARTURO SORIA PLAZA | Madrid | Madrid | 45.122 | Monederos | Media Malla | no | 5 | 5 | 0 | 0 | 10 | 16.800 |
| EL CENTRO | Madrid | Madrid | 25.638 | Monederos | Media Malla | no | 5 | 5 | 0 | 0 | 10 | 16.800 |
| EL CENTRO | Madrid | Madrid | 47.182 | Monederos | Media Malla | no | 10 | 10 | 0 | 0 | 20 | 33.600 |

En esta información se deduce que la empresa T20 Admedia Services S.L. presenta una campaña para la empresa Cantur S.A., donde se utilizan un Nº de centros comerciales para sus acciones de exterior de 85 centros, coincidiendo como propone en la propuesta técnica del propio expediente y un Nº de pantallas donde insertará la publicidad de 1.255 con una breve descripción del formato de estas. Así fue descrito en la propuesta técnica. Seguidamente la documentación presenta una frecuencia de 40 pases/hora con una duración total de 7 días, teniendo en cuenta 12 horas/día, esto nos da un Nº de pases 4.216.800 para las ubicaciones, las inserciones y las frecuencias descritas.

SE INFORMA

A tenor de la información recibida y analizada, se afirma que existe una incongruencia entre la oferta presentada y la información aclaratoria remitida, al afirmar que el Nº de pases 4.126.800 es el número de inserciones. En cambio, de la información aclaratoria analizada, se desprende que 4.126.800 es el número de impresiones y no de inserciones, debiendo indicar en la propuesta presentada que el número de inserciones es 1.255, lo que coincide con el número de pantallas en las que se va a insertar la publicidad.

Lo que se acaba de indicar va en línea con lo que se exige en el PCAP como inserciones mínimas a ofertar, esto es, 600, así como en la oferta técnica presentada por el licitador, en la cual se dedica un 20 % del presupuesto para acciones offline.

Distribución PRESUPUESTARIA por canal / conectividad.

En la página 7 del PPT había de un mínimo del 50% para ONLINE Estos porcentajes deberán ajustarse a lo establecido en el PPT.

RECOMENDADO

- ONLINE 60%
- OFFLINE 20%

A mayor abundamiento, se considera conveniente aclarar la diferencia conceptual entre inserciones e impresiones:

Así, en marketing nos referimos a impresiones como la frecuencia con la que se muestra un anuncio. Se cuenta una impresión cada vez que un anuncio aparece en una página o un soporte. En cambio, nos referimos a inserciones cuando mostramos un anuncio en un soporte determinado, es decir, aquellos espacios en los que pueden insertarse los anuncios, con independencia del número de veces que ese anuncio se muestre.

En el PCAP que rige el contrato, criterio de adjudicación 2.b. transcrito más arriba, se indica, sin lugar a dudas que se valoran el número de inserciones offline y no el número de impresiones.

En el caso que nos ocupa, la oferta presentada indica que va a realizar 4.126.800 pases en 1.255 pantallas en centros comerciales, por lo que la oferta debía haber contenido 1.255 inserciones, en lugar de las 4.126.800 impresiones referidas.

Por todo ello, se concluye que la oferta no se corresponde con lo establecido en los pliegos que rigen el contrato. Por consiguiente, con los datos consignados en el escrito aclaratorio, se informa de la imposibilidad de ejecutar, en las condiciones ofertadas, 4.126.800 inserciones en medios offline, teniendo en cuenta además el presupuesto del 20% designado para dicha acción.

A la vista de la aclaración presentada por la mercantil **T20 ADMEDIA SERVICES, S.L.** y el informe del Director Comercial y de Marketing de Cantur, S.A., los miembros de la mesa acuerdan por unanimidad, excluir a la mercantil **T20 ADMEDIA SERVICES, S.L.** al haber presentado una oferta con número de impresiones y establecerse en el pliego de cláusulas administrativas particulares que la oferta se formulara la oferta en relación con el número de inserciones.

A continuación, por la secretaria de la mesa se informa que la mercantil **EQU MEDIA XL, S.L.** no ha presentado justificación de la oferta en presunción de anormalidad de conformidad con lo establecido en el artículo 149 de la Ley de Contratos del Sector Público y conforme al requerimiento efectuado en fecha 16 de noviembre de 2022. A tenor de lo expuesto, los miembros de la mesa acuerdan por unanimidad excluir a la mercantil **EQU MEDIA XL, S.L.**, por no haber justificado la oferta presentada conforme al requerimiento efectuado y de conformidad con lo establecido en el artículo 149 de la Ley de Contratos del Sector Público.

Seguidamente, por las vocales técnicos de promoción on line de Cantur, S.A., se manifiesta que dado el tiempo transcurrido desde el inicio de la licitación resulta de difícil cumplimiento el objeto del contrato en los términos establecidos en la licitación.

Por la vocal asesora jurídica de la mesa se indica que lo que habría que plantear es la posibilidad de desistir del contrato.

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 10:40 h del día de la fecha, se formaliza la presente ACTA de la que, como secretaria, doy fe.

PRESIDENTE

SECRETARIA

Luis Fernando de la Pinta

Alejandra San Martín Mediavilla

VOCAL

VOCAL

Laura Gutiérrez Bustamante

Raquel Santamaría Estrada

VOCAL

VOCAL

Santiago Gutiérrez Gómez

María Basurto Bárcena