

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 7

EXP.22.0274.PRO.SE

ACTA DE LA MESA DE CONTRATACIÓN PARA PROCEDER AL RESULTADO DE OFERTA PRESENTADA POR C&C PUBLICIDAD SA Y PROPUESTA DE ADJUDICACION EN SU CASO.

Siendo las 12.00 h del día **20 de marzo de 2024**, en la sede de la Sociedad Regional Cantábrica 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 y 1 de febrero de 2024, para el expediente de contratación de referencia, formada por las siguientes personas:

PRESIDENTE: **Dña. Laura Gutiérrez Bustamante**, Directora Jurídica de Cantur, S.A., por delegación de D. Luis Martínez Abad, Consejero Delegado y Director General 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.

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

Por la secretaria de la mesa se informa que el Presidente no ha podido acudir a la mesa y ha delegado la presidencia en la Directora jurídica de Cantur, S.A.

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 C&C PUBLICIDAD, SA.y propuesta de adjudicación en su caso del contrato de referencia.

Los miembros de la mesa de contratación en fecha 12 de febrero de 2024 acordaron, por unanimidad requerir a la mercantil C&C PUBLICIDAD, SA., 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 12 de marzo de 2024 se requiere por correo electrónico a la mercantil C&C PUBLICIDAD, SA, 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 C&C PUBLICIDAD, SA, se presenta en el registro de Cantur, S.A., en fecha 15 de marzo de 2024 documentación dentro del plazo conferido al efecto.

A continuación, se remite la documentación presentada por C&C PUBLICIDAD, SA, al Director Comercial y de Marketing de Cantur, S.A, a efectos de emisión de informe al respecto de la aclaración solicitada.

En fecha 18 de marzo de 2024. 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 informativo al requerimiento solicitado sobre la propuesta. De estos documentos se desprende:

1. PROPUESTA DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA plan de medios exterior: Aportando información sobre emplazamientos, soportes, inserciones e impactos.



Requerimiento aclaración oferta EXP.22.0274.PRO.SE

Tal y como indicamos en nuestra oferta en la página 53 del plan de medios detallamos el cuadro completo de Soportes/InsercionesXdías/Impactos.

El número elegido para el dato exigido en la oferta económica se detalla el 1.166.336 ya que se corresponde con las Inserciones o número de veces que aparecen los anuncios. Ya que estos anuncios son diferentes por cada soporte, y cada semana.

En cualquier caso, como ya hemos mencionado, ofrecemos en la página 53, la estructura completa de soportes, impresiones e impactos. No detallando los datos finales que invalidarían la oferta técnica, pero evidenciando de dónde obtenemos los datos mencionados.

Aportamos ahora el conteo de dicho cuadro:

- 1- Obtenemos un total de **197 emplazamientos** empleados. Los soportes situados en dichos emplazamientos son considerados premium ya que están auditados y con cifras contrastables de audiencia. (Mupis, Pantallas en Callao, y Ave Madrid-Barcelona), lo cual no puede ser comparado en cifra a "soportes" de pantallas en circuitos privados, áreas comerciales de interior, etc...
- 2- Aportamos los períodos de contratación con lo que se evidencia el número de Soportes X Días (Es evidente que no es lo mismo contar con una Valla de exterior 1 día a 1 quincena). El conteo de dichos períodos nos ofrece un total de **4.354 Soportes en el total de días contratados**.
- 3- **Las inserciones, 1.166.336**, ya que se corresponde con las Inserciones o número de veces que aparecen los anuncios en los soportes mencionados durante todo el período
- 4- Finalmente ofrecemos los **Impactos de 30.098.049**, que corresponden a la audiencia alcanzada.

PLAN DE MEDIOS EXTERIOR CAMPAÑA TURÍSTICA DE CANTABRIA 22-23			
1	2	3	4
EMPLAZAMIENTOS	SOPORTES Resultado de los soportes por los días contratados	INSERCIONES Nº de veces que aparecen los anuncios.	IMPACTOS
197	4.354	1.166.336	30.098.049

Plan de medios

EXTERIOR

EXTERIOR	FORMATO	ÁMBITO NACIONAL	Nº DE EMPLAZAMIENTOS	DURACIÓN SPOT	Nº DE PERIODOS	TOTAL IMPACTOS
MCR URBANO	MUPI 1,2x1,25	MADRID	51	10"	4 SEMANAS	4.648.638
		BARCELONA	21	10"	4 SEMANAS	3.352.592
		BILBAO	14	10"	4 SEMANAS	2.693.019
		VALLADOLID	13	10"	4 SEMANAS	2.722.479
		SEVILLA	10	10"	4 SEMANAS	1.500.731
		MÁLAGA	14	10"	4 SEMANAS	1.819.037
		VALENCIA	12	10"	4 SEMANAS	2.360.481
TOTAL			115			19.476.667

EXTERIOR	FORMATO	ÁMBITO NACIONAL	Nº DE EMPLAZAMIENTOS	DURACIÓN SPOT	Nº DE PERIODOS	TOTAL IMPACTOS
PANTALLAS CALLAO	10,20x9,90 m.	PLAZA CALLAO	1	10"	1 SEMANAS	514.027
	12,90x9,90 m.	GRAN VÍA	1	10"	1 SEMANAS	514.027
TOTAL			2			514.027

Inserción libre como complemento una acción de doble impacto de re-targeting.

EXTERIOR	FORMATO	ÁMBITO NACIONAL	Nº DE EMPLAZAMIENTOS	DURACIÓN SPOT	Nº DE PERIODOS	TOTAL IMPACTOS
AVE MADRID - BARCELONA	MUPI 1,2x1,25	MADRID ATOCHA	80	10"	2 SEMANAS	5.480.055
		BARNA SANS	80	10"	2 SEMANAS	5.480.055
TOTAL			80			5.480.055

Tarjetas y posiciones actualizadas según modificaciones en el momento de la compra. Fuente: GEONEX

EMPLAZAMIENTOS	SOPORTES	IMPACTOS
197	4.354	30.098.049
	DÍAS TOTALES	TOTALES

En esta información se deduce que la empresa C&C PUBLICIDAD S.A. presenta una campaña para la empresa Cantur S.A., donde se utilizan 197 emplazamientos con diferentes formatos en diferentes, y un N° de días resultante de los días que serán contratados estos soportes, llegando a los 4.354.

En el propio documento presenta en el apartado 3 denominado, las inserciones 1.166.336 que según el licitador corresponden con las inserciones o número de veces que aparecen los anuncios en los soportes durante un periodo.

S E I N F O R M A

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 N° de pases 1.166.336 es el número de inserciones 4.354.

En cambio, de la información aclaratoria analizada, se desprende que 1.166.336 es el número de impresiones o número de veces que aparecen los anuncios en los soportes y no de

inserciones, debiendo indicar en la propuesta presentada que el número de inserciones es 4.354 lo que coincide con el número de soportes en las que se va a insertar la publicidad.

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 duda 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 4.354 en diferentes soportes, por lo que la oferta debía haber contenido 4.354 inserciones, en lugar de las 1.166.336 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, 1.166.336 inserciones en medios offline.

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

A continuación, por el Director económico financiero de Cantur, S.A., se procede a la puntuación del Sobre C de la mercantil que continua en el procedimiento siendo el resultado el siguiente:

1.- OFERTA ECONOMICA

El resultado es el siguiente:

MAXIMO 10 puntos	IMPORTE MAS BAJO	559.810
<u>LICITADOR</u>	<u>PUNTUACION DEL LICITADOR</u>	
-		
C&C PUBLIDAD SA	EXCLUIDO	
MIG ADVERTAISING ESPAÑA SA	EXCLUIDO	
NIVORIA SOLUTIONS SL	EXCLUIDO	

T20 ADMEDIA SERVICES SL		EXCLUIDO
ZOSMAMEDIA SL	559.810,00	10,00
ECUMEDIA XL SL		EXCLUIDO
LA HORMGA COMUNICACIÓN SL		EXCLUIDO
GESMEDIA CONSULTING SAU		EXCLUIDO

2.- PUBLICIDAD ON-LINE

El resultado es el siguiente:

<u>LICITADOR</u>	<u>PUNTUACION DEL LICITADOR</u>	
-	MAX	126.576.614
	<u>MODULOS</u>	<u>PUNTOS</u>
C&C PUBLIDAD SA	EXCLUIDO	
MIG ADVERTAISING ESPAÑA SA	EXCLUIDO	
NIVORIA SOLUTIONS SL	EXCLUIDO	
T20 ADMEDIA SERVICES SL	EXCLUIDO	
ZOSMAMEDIA SL	126.576.614	15,00
ECUMEDIA XL SL	EXCLUIDO	
LA HORMGA COMUNICACIÓN SL	EXCLUIDO	
GESMEDIA CONSULTING SAU	EXCLUIDO	

3.- CLICK TROUGH

<u>LICITADOR</u>	<u>PUNTUACION DEL LICITADOR</u>	
-	MAX	1,19
	<u>MODULOS</u>	<u>PUNTOS</u>

C&C PUBLIDAD SA	EXCLUIDO	
MIG ADVERTAISING ESPAÑA SA	EXCLUIDO	
NIVORIA SOLUTIONS SL	EXCLUIDO	
T20 ADMEDIA SERVICES SL	EXCLUIDO	
ZOSMAMEDIA SL	1,19	15,00
ECUMEDIA XL SL	EXCLUIDO	
LA HORMGA COMUNICACIÓN SL	EXCLUIDO	
GESMEDIA CONSULTING SAU	EXCLUIDO	

4.- PUBLIDAD OF-LINE

<u>LICITADOR</u>	<u>PUNTUACION DEL LICITADOR</u>	
-	MAX	2.125,00
	<u>INSERCIONES</u>	<u>PUNTOS</u>
C&C PUBLIDAD SA	EXCLUIDO	
MIG ADVERTAISING ESPAÑA SA	EXCLUIDO	
NIVORIA SOLUTIONS SL	EXCLUIDO	
T20 ADMEDIA SERVICES SL	EXCLUIDO	
ZOSMAMEDIA SL	2.125	11,00
ECUMEDIA XL SL	EXCLUIDO	
LA HORMGA COMUNICACIÓN SL	EXCLUIDO	
GESMEDIA CONSULTING SAU	EXCLUIDO	

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>PLAN DE MEDIOS</u>						
<u>PUNTUACION TOTAL</u>						
<u>LICITADOR</u>	<u>ECONOMICA</u>	<u>PUB ON LINE</u>	<u>CLICK TRROUGH</u>	<u>PUB OFF LINE</u>	<u>TECNICA</u>	<u>TOTAL</u>
C&C PUBLIDAD SA						EXCLUIDO
MIG ADVERTAISING ESPAÑA SA						EXCLUIDO
NIVORIA SOLUTIONS SL						EXCLUIDO
T20 ADMEDIA SERVICES SL						EXCLUIDO
ZOSMAMEDIA SL	10,00	15,00	15,00	11,00	32,00	83,00
ECUMEDIA XL SL						EXCLUIDO
LA HORMGA COMUNICACIÓN SL						EXCLUIDO
GESMEDIA CONSULTING SAU						EXCLUIDO

A tenor de lo expuesto, los miembros de la Mesa por unanimidad, una vez ponderados los criterios de valoración contenidos en el PCAP acuerdan identificar como la mejor y única 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 **ZOSMAMEDIA SL**, por importe de 559.810,00 € Iva no incluido, para un año de duración del contrato y de conformidad con la oferta presentada y con los pliegos que rigieron la licitación.

Posteriormente, tras su aprobación por el órgano de contratación, acuerdan proceder al requerimiento del primer y único clasificado la empresa **ZOSMAMEDIA SL**, para que aporte en el plazo de 10 días hábiles, la documentación indicada en el apartado II.5 del PCAP.



La mesa acuerda delegar en el departamento jurídico 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 12:20 h del día de la fecha, se formaliza la presente ACTA de la que, como secretaria, doy fe.

PRESIDENTA

SECRETARIA

Laura Gutiérrez Bustamante

Alejandra San Martín Mediavilla

VOCAL

VOCAL

VOCAL

María Basurto Bárcena

Santiago Gutiérrez Gomez

Raquel Santamaría Estrada