INFORME NECESIDAD SOBRE LA CONTRATACION DE SERVICIOS DE AGENCIA DE COMUNICACIÓN PARA LA EJECUCION, ADAPTACION, MODIFICACION Y CREACION DE CREATIVIDADES PARA EL PERIODO 2018-2019

1. Necesidad del Contrato.

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. 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.

CANTUR S.A. acometió la redacción del Plan de Marketing del Sector Turístico 2018-2019, en éste se señala que se hace preciso definir el detalle de las acciones a acometer dentro de un Plan de Medios para la promoción de los productos turísticos ya identificados, en los mercados destino definidos por este instrumento, para las Campañas de Promoción Turística de Cantabria del año 2018 y 2019, las citadas acciones se llevan a cabo con unas creatividades realizadas al efecto para lograr los objetivos del Plan de Marketing y que han de ser a su vez constantemente adaptadas a las diferentes necesidades de cada momento y a los formatos de difusión.

Toda vez que CANTUR S.A. no dispone de los medios humanos y materiales precisos para acometer con éxito los trabajos descritos, se hace necesario contar con un equipo profesional del sector que aporte la experiencia precisa en este tipo de trabajos, así como una calidad técnica contrastada.

2. Objeto del Contrato.

Constituye el objeto del presente contrato la prestación de servicios de agencia de creatividad y comunicación, dentro de los cuales se especifica la creación, modificación, adaptación, diseño y elaboración de diferentes piezas o soportes publicitarios tanto en su

CANTUR, S.A. (Sociedad Unipersonal) Reg. Mercantil Cantabria, Tomo 534, Folio 48, Sección 8, Hoja S-5060 • N.I.F. A-39008073

contenido como en su continente para la Promoción Turística de Cantabria para los año 2018 y 2019, tal como está definido en el Plan de Marketing del Sector Turístico de Cantabria 2018-19. Estas Campañas de Promoción Turística se centrarán en los productos turísticos y en los mercados objetivos que se definen en el propio Plan de Marketing del Sector Turístico de Cantabria 2018-19 y su posterior revisión, especialmente los relativos a la promoción de las instalaciones turísticas que son propiedad del Gobierno de Cantabria y otros eventos especiales. La modalidad de promoción turística será tanto de tipo on-line, como de promoción off-line.

3. Precio del contrato

Atendiendo a los precios de mercado vigentes para la ejecución de servicios similares a los del objeto del contrato, se estima que el precio del contrato debe ser de **25.000 € IVA NO incluido.**

4. Justificación de la no división en lotes

En el contrato que se pretende, no cabe la división en lotes, dado que se trata de una única prestación cuya división haría menos eficaz el objetivo que se pretende.

5. Procedimiento de adjudicación

La adjudicación se realizará por el procedimiento abierto, con pluralidad de criterios, sobre la base del principio de mejor relación calidad-precio, por ser este uno de los procedimientos ordinarios determinados por la ley que más se ajusta a los principios de la contratación del sector público, entre los cuales se encuentran el de libertad de acceso a las licitaciones, publicidad, transparencia y no discriminación (artículo 1 LCSP).

6. Propuesta de criterios de solvencia

1. Solvencia económica y financiera: se propone la acreditación por el siguiente medio: Volumen anual de negocios en el ámbito al que se refiere el contrato, referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles en función de las fechas de constitución

o de inicio de actividades del empresario y de presentación de las ofertas por importe igual o superior al valor estimado del contrato.

2. Solvencia técnica o profesional: se propone la acreditación por los siguientes medios:

Una relación de los principales servicios o trabajos realizados de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato en el curso de, como máximo los tres últimos años, en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos; cuando sea necesario para garantizar un nivel adecuado de competencia los poderes adjudicadores podrán indicar que se tendrán en cuenta las pruebas de los servicios pertinentes efectuados más de tres años antes. Cuando le sea requerido por los servicios dependientes del órgano de contratación los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación; en su caso, estos certificados serán comunicados directamente al órgano de contratación por la autoridad competente. El importe anual acumulado de los servicios o trabajos realizados en el año de mayor ejecución deberá ser igual o superior al 70 por ciento de la anualidad media del contrato.

7. Propuesta de criterios de adjudicación

La materia objeto de contrato (elaboración de las creatividades para la campaña de medios) hace difícil establecer criterios de adjudicación mensurables mediante fórmulas matemáticas, ello unido a que el interés principal de la Sociedad contratante, es la realización de la mejor promoción turística de Cantabria sobre la base de una imagen original y atractiva de nuestra región, hace que el precio no sea un criterio al que se le pueda dar un valor preponderante.

8. DESCRIPCIÓN		PUNTUACIÓN
Fase 1: Criterios no evaluables mediante fórmulas SOBRE 1		**65 puntos**
1.a	Contenido: se valorará el hilo conductor de la story telling que se presente y que deberán adecuarse al plan de marketing 2018-19 (15 puntos) y la originalidad de la propuesta (hasta 10 puntos).	25 puntos
1.b	Equipo de trabajo: se valorará el curriculum vitae de las personas que conforman el equipo, dando mayor puntuación a los licitadores que presente personal con formación en las últimas tecnologías (hasta 15 puntos).	15 puntos
1.c	Herramienta de gestión: se valorará el tipo de herramienta de gestión, la adecuación al formato y la utilidad de la misma.	10 puntos
1.d	Número de formatos y piezas presentadas: se valorará aquello que	10 puntos

CANTUR, S.A. (Sociedad Unipersonal) Reg. Mercantil Cantabria, Tomo 534, Folio 48, Sección 8, Hoja S-5060 • N.I.F. A-39008073

	se presente adicionalmente a los mínimos requeridos.	
1.f	Diseño de la presentación: se valorará el soporte en el que se realice la oferta (hasta 2,5 puntos), originalidad y creatividad (hasta 2,5 puntos).	5 puntos
Fase 2: Criterios evaluables mediante fórmulas SOBRE 2		**35puntos**
2.a	Precio ofertado, entendiéndose que quedarán excluidas de licitación las ofertas que resulten superiores a 25.000€ IVA no incluido; corresponderán 15 puntos a la baja máxima ofertada, y 0 (cero) puntos a aquellas ofertas que sean iguales a 25.000€ IVA no incluido, intercalándose linealmente el resto de ofertas entre ambos valores, según la siguiente fórmula: 15 * (25.000 - Oferta)/(25.000€ - Oferta mín.) = puntuación obtenida	15 puntos
2.b	Número de horas/persona dedicadas al proyecto por encima del mínimo establecido en el PPTP (200 horas). El licitador deberá ofertar tramos de 10 horas adicionales, por cada 10 horas de más ofertadas se otorgarán 4 puntos, hasta un máximo de 250 horas. Se otorgarán cero puntos en este apartado al licitador que oferte 200 horas y 20 puntos al licitador que oferte 250 horas o más.	20 puntos
	TOTAL	**100 puntos**

La valoración mediante fórmulas matemáticas, se va a realizar con fórmulas lineales, puesto que se considera que estas mantienen una proporcionalidad directa entre el precio ofertado y los puntos asignados, permitiendo atribuir mayor puntuación a la mejor oferta y el reparto de todos los puntos establecidos para estos criterios.

Los criterios de valoración no evalúales mediante fórmulas serán evaluados por una comisión de expertos compuesta por 3 miembros.

Se recomienda que para pasar a la fase dos (criterios evaluables mediante fórmulas) de valoración se exija a los licitadores una puntación mínima de 32,5 puntos.

9. Duración del contrato

Estos servicios tendrán una duración de 12 meses, a partir de la fecha de formalización del contrato.

En Santander a 28 de septiembre de 2018

Director comercial y Marketing

José Ramón Alvarez Gutiérrez

Consejera Delegada de Cantur s.a.

Luisa Eva Bartolome Arciniega