

**DE VALORACION SOBRE LAS PROPUESTAS ACEPTADAS PARA EL CONTRATO DE SERVICIOS DE ELABORACIÓN, REDACCIÓN DEL PLAN DE MARKETING TURISTICO PARA LOS AÑOS 2023-24 PARA LA PROMOCION TURÍSTICA DE CANTABRIA**

**ALCANCE DEL INFORME**

El presente informe se limita a realizar la valoración técnica de las ofertas recibidas y admitidas en el presente expediente de contratación, analizando el contenido del Sobre B de cada propuesta

El expediente de referencia acordó, en sesión celebrada el día 21 de diciembre de 2.022, encargar a José Ramón Álvarez la redacción del informe de valoración de las ofertas contenidas en el Sobre B presentadas por los licitadores.

Las empresas objeto de esta valoración técnica son las siguientes:

<b>EMPRESAS ADMITIDAS:</b>
NUAGE TURSIMO & EVENTOS
CA & ASOCIADOS
LA MAGNETICA
AGORA CONSULTING

A la vista del encargo realizado, se procede, a continuación, a realizar el informe solicitado, para su tratamiento en el Comité Valorador, a los efectos oportunos.

**CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LOS APARTADOS DEL PROPIO INFORME TÉCNICO.**

De acuerdo con lo establecido en el PCAP y de los propios pliegos técnicos, son los siguientes

<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>PUNTUACIÓN</b>
<b>Fase 1: Criterios no evaluables mediante fórmulas SOBRE 1</b>		<b>49 puntos</b>
1.a	El enfoque global de las tareas a ejecutar para la redacción del Plan de Marketing, la Metodología propuesta por el Consultor en su oferta. Tanto en marketing digital como analógico.	7 puntos
1.b	Adecuación del Cronograma de Trabajos a los plazos y objetivos del Contrato. En caso de que se oferte reducción de plazos ésta deberá indicarse únicamente en el sobre C, debiendo aportar cronograma ajustado a la oferta de plazos reducidos.	5 puntos

1.c	Desarrollo adecuado a su contenido y detalle de los productos. Definición coherente de las estrategias a desarrollar dentro del plan de marketing.	10 puntos
1.d	La propuesta de los de ejes temáticos a desarrollar en el Plan de Marketing, así como los productos tractores y su peso específico dentro del Plan de Marketing, describiendo campañas y acciones a desarrollar en el periodo de duración del contrato.	10 puntos
1.e	Se valorará la importancia de los trabajos realizados así como el alcance de aquellos que estén con el objeto del contrato (hasta 6 puntos) y formación adicional a la requerida en el PPTP del equipo de trabajo, siempre que tenga relación con el objeto del contrato. Para valorar este apartado deberán aportarse, relación de trabajos con descripción de estos incluyendo fechas de ejecución, duración, e importe de cada uno de ellos. Asimismo, los curriculum vitae de los componentes del equipo que tendrán relación con el objeto del contrato. (hasta 6 puntos)	12 puntos
1.f	El conocimiento demostrado por el licitador de la problemática particular del sector turístico tras la pandemia, en concreto, del sector turístico de Cantabria y de los recursos turísticos propiedad del Gobierno de Cantabria. Estrategias que desarrollar para la superación de la crisis originado por acontecimientos excepcionales.	5 puntos

Los criterios establecidos tratan de valorar la adecuación de las ofertas de los proveedores al mínimo exigido en los pliegos técnicos respecto al alcance de los trabajos, equipo de trabajo, plazos de ejecución de los trabajos y duración del contrato.

Se recomienda que para pasar a la fase dos (criterios evaluables mediante fórmulas) de valoración se exija a los licitadores una puntuación mínima de 25 puntos.

## ANÁLISIS DE LAS OFERTAS

### NUAGE TURISMO & EVENTOS

Analizada la propuesta del licitador en todos sus criterios cumple con todos los requisitos descrito y establecidos en los PPTP, por consiguiente, se da paso a la evaluación de cada criterio para conocimiento de la mesa de contratación.

1.a	El enfoque global de las tareas a ejecutar para la redacción del Plan de Marketing, la Metodología propuesta por el Consultor en su oferta. Tanto en marketing digital como analógico.	7 puntos
-----	--	----------

La oferta presentada en la licitación desarrolla una metodología basada en los aspectos claves que condicionan e impulsan la visión técnica y metodológica del proyecto, las claves del modelo turístico desde las que se plantea el proyecto y la planificación de destino como potenciar una realidad múltiple. Dicha metodología no describe la forma de programar las líneas estratégicas que se quieren definir en un plan de marketing. Se definen de forma insuficiente los ámbitos en marketing digital como en analógico. Teniendo que hacer una interpretación no concluyente en el propio documento en el que se basa su propuesta metodológica en DAFO. Considerando muy poco adecuado.

Valorando este apartado en 2.5 puntos sobre 7 puntos

1.b	Adecuación del Cronograma de Trabajos a los plazos y objetivos del Contrato. En caso de que se oferte reducción de plazos ésta deberá indicarse únicamente en el sobre C, debiendo aportar cronograma ajustado a la oferta de plazos reducidos.	5 puntos
-----	---	----------

La oferta presenta un cronograma de trabajos basado como se describe en los propios PPTP basado en 5 fases, las mismas están desarrolladas de forma buena, desarrollando los capítulos de las fases de forma comprensible e interpretable. Las fases siguen una coherencia en todos sus apartados, si bien las definiciones y acciones carecen de una concretización en formas y justificación. Considerando adecuado.

Valorando este apartado en 3 puntos sobre 5 puntos

1.c	Desarrollo adecuado a su contenido y detalle de los productos. Definición coherente de las estrategias a desarrollar dentro del plan de marketing.	10 puntos
-----	--	-----------

El licitador presenta un desarrollo sobre los productos, haciendo propuesta concreta sobre los mismo con una escasa argumentación para su consecución. En la estrategia propuesta persigue un cliente más rentable y que contribuya a la sostenibilidad medioambiental y económica. En este apartado se define la necesidad de un cambio sobre estrategia del plan 2020/2021 el cual tras la pandemia ha cambiado radicalmente. Igualmente, el licitador propone propuestas de estrategias basadas en el plan estratégico de Turespaña para los años 2021/2024. Entendiendo discrepancias entre lo propuesto a lo proyectado.

La estrategia definida en la propuesta en el ámbito de promoción marca un ámbito de marketing digital basado en acciones ya desarrolladas, no proponiendo evolución. Asimismo, propone estrategia en marketing analógico basado en acciones de poco desarrollo, considerando poco desarrollable para el objeto del contrato.

Se presentan mercados a enfocar las acciones tanto en ámbito nacional como ámbito internacional. En el ámbito internacional se toma como propuesta la España verde, no definiendo una estrategia clara a seguir. En el ámbito nacional propone acciones sobre mercados con conexión ferroviaria como pilar de la estrategia, considerando muy poco adecuado.

Valorando este apartado en 4 puntos sobre 10 puntos

1.d	La propuesta de los de ejes temáticos a desarrollar en el Plan de Marketing, así como los productos tractores y su peso específico dentro del Plan de Marketing, describiendo campañas y acciones a desarrollar en el periodo de duración del contrato.	10 puntos
-----	---	-----------

Se definen ejes temáticos y a su vez hace una presentación de 5 productos tractor para el año 203-2024, en la misma línea se hace una batería de productos analizando plan de marketing 20/21 propuesta 2023-2024, estrategia concreta, actuaciones y tipo de promoción. Reseñando que se definen productos sobre instalaciones gestionadas por CANTUR S.A.

Los 5 productos tractor no presentan un desarrollo específico dentro del plan de marketing, proponiendo acciones para ellos, estos productos no tienen un desarrollo ni conclusión sobre el porqué de algunos de ellos, dando a entender un carácter continuista y aleatorio, considerando muy poco adecuado.

La descripción del resto de productos descritos queda adecuadamente descrita en los ámbitos del desarrollo estratégico, haciendo una igualdad en todos ellos y no proponiendo el peso de cada uno en el plan de marketing. Este capítulo se finaliza con "otras propuestas" sobre productos que el licitador propone, los cuales se entienden como estrategias. En todas ellas se describe un análisis tanto de situación como de actuación sobre si misma. Si bien con un nivel ejecutivo y evolutivo muy básico.

Valorando este apartado en 5 puntos sobre 10 puntos

1.e	Se valorará la importancia de los trabajos realizados así como el alcance de aquellos que estén con el objeto del contrato (hasta 6 puntos) y formación adicional a la requerida en el PPTP del equipo de trabajo, siempre que tenga relación con el objeto del contrato. Para valorar este apartado deberán aportarse, relación de trabajos con descripción de estos incluyendo fechas de ejecución, duración, e importe de cada uno de ellos. Asimismo, los curriculum vitae de los componentes del equipo que tendrán relación con el objeto del contrato. (hasta 6 puntos)	12 puntos
-----	--	-----------

La oferta en este apartado hace una definición dentro del apartado equipo técnico, haciendo una definición sobre cada miembro y la descripción de los trabajos, aportando fechas e importes en algunos casos no se hace descripción del alcance ni objeto del contrato. Todos ellos son de una importancia considerada suficiente. Considerando poco adecuado.

Valorando este apartado con 3.5 puntos sobre 6 puntos

La oferta presenta un equipo de trabajo de 3 componentes acorde a los solicitado en los PPTP, los perfiles se ajustan a lo requerido y presentan los documentos óptimos de certificación y curriculum vitae, se destaca que el proyecto será gestionado con una parte externa, para lo cual se presenta un acuerdo entre partes.

La relación de los componentes del equipo con el objeto del contrato se considera correcto puesto como reflejan los CV han gestionado trabajos similares, con alcance inferior a lo requerido. Cabe destacar que el peso del proyecto en el director del proyecto es del 40%. Considerando poco adecuado.

Valorando este apartado en 3 puntos sobre 6 puntos

1.f	El conocimiento demostrado por el licitador de la problemática particular del sector turístico tras la pandemia, en concreto, del sector turístico de Cantabria y de los recursos turísticos propiedad del Gobierno de Cantabria. Estrategias que desarrollar para la superación de la crisis originado por acontecimientos excepcionales.	5 puntos
-----	--	----------

El licitador a través de su propuesta hace referencia a una problemática originada por múltiples aspectos, presentando un análisis sobre demanda del destino Cantabria, en mercados internacionales.

La oferta presenta una relación de reflexiones sobre el turismo y la influencia del COVID en él, donde se exponen la problemática de las formas de viajar. Estas reflexiones se hacen a nivel nacional. La oferta no describe una problemática en sí o una definición del criterio evaluado.

En este ámbito la oferta propone el enfoque comercial sobre los comercializadores, proponiendo de forma concreta un escenario sobre la posibilidad de dirigirse a este tipo de estrategia sin hacer ningún análisis de la situación, no ofrece datos que puedan llevar a una interpretación de los escenarios propuestos. Considerando muy poco adecuado.

Valorando este apartado en 2 puntos sobre 5 puntos

#### CA & ASOCIADOS

Analizada la propuesta del licitador en todos sus criterios cumple con todos los requisitos descrito y establecidos en los PPTP, por consiguiente, se da paso a la evaluación de cada criterio para conocimiento de la mesa de contratación.

1.a	El enfoque global de las tareas a ejecutar para la redacción del Plan de Marketing, la Metodología propuesta por el Consultor en su oferta. Tanto en marketing digital como analógico.	7 puntos
-----	--	----------

La propuesta del licitador presenta una redacción de tareas y acciones para su ejecución coherentes con el objeto del contrato. Con una metodología basada en el Growth-driven design (identificar, diseñar, implicar y conectar) y un crecimiento continuista sobre las actuaciones ejecutadas. Dentro del mismo análisis propone una adecuación de acciones de éxito contrastado y mejora de acciones de bajo éxito.

Haciendo una descripción de propuestas sobre las que basa la metodología tanto en marketing digital como en marketing analógico muy adecuados para el objeto del contrato. La metodología propuesta en marketing digital propone una evolución dentro de las estrategias que se ejecutan actualmente y en consonancia al propio mercado. En el ámbito analógico se propone una conjunción analógica/ digital y digital/analógica para su complementación y mayor éxito. Considerando adecuado dicha propuesta.

Valorando este apartado con 5.5 puntos sobre 7 puntos

1.b	Adecuación del Cronograma de Trabajos a los plazos y objetivos del Contrato. En caso de que se oferte reducción de plazos ésta deberá indicarse únicamente en el sobre C, debiendo aportar cronograma ajustado a la oferta de plazos reducidos.	5 puntos
-----	---	----------

La oferta presenta un cronograma de trabajos basado como se describe en los propios PPTP basado en 5 fases, las mismas están desarrolladas de forma buena y desarrollando los capítulos de las fases de forma comprensible e interpretable. Las fases siguen una coherencia en todos sus apartados. Dentro de cada fase se hace una definición de tareas que desembocan en acciones a realizar, con una coherencia y definición claros. Considerando adecuado

Valorando este apartado en 4 puntos sobre 5 puntos

1.c	Desarrollo adecuado a su contenido y detalle de los productos. Definición coherente de las estrategias a desarrollar dentro del plan de marketing.	10 puntos
-----	--	-----------

La oferta presenta un análisis claro y coherente de cada uno de los productos, de estos se hace una definición clara, su peso dentro del turismo en Cantabria y su evolución a través de un análisis de las acciones. Se presentan varias estrategias en función de los productos su evolución y el peso que desarrolla dentro de la industria del turismo. Considerando muy adecuado para el objeto del contrato.

La oferta presenta diferentes hitos a conseguir y realiza diferentes análisis de escenarios que se podrían dar en un ecosistema tan cambiante como el actual. Considerando muy adecuado. Los análisis presentados tienen una base de información sólida y clara.

El licitador propone una estrategia de decisión basada en inteligencia sobre el dato, con una funcionalidad y procesos coherente y alcanzables.

Los mercados y targets presentados son coherentes y propone una evolución sobre los mismos. Considerando adecuado.

Valorando este apartado en 8 puntos sobre 10 puntos

1.d	La propuesta de los de ejes temáticos a desarrollar en el Plan de Marketing, así como los productos tractores y su peso específico dentro del Plan de Marketing, describiendo campañas y acciones a desarrollar en el periodo de duración del contrato.	10 puntos
-----	---	-----------

Los ejes temáticos presentados para su desarrollo vienen definidos por una argumentación previa y análisis del impacto, haciendo así una argumentación de la elección de dichos productos argumentada. De igual forma la oferta presenta una batería de propuestas sobre los productos denominados “grandes productos” vienen definidos y descritos por su nivel de importancia dentro de los diferentes planes de marketing anteriores, describiendo objetivos y campañas a desarrollar. En el ámbito de periodos de duración de las campañas, no se define adecuadamente, faltando una concretización del tiempo. Considerando adecuado.

La oferta presenta asimismo una estrategia para las instalaciones gestionadas por Cantur, definiendo targets, mercados y duración de las campañas. Buscando la idoneidad de las mismas

Valorando este apartado en 7.5 puntos sobre 10 puntos

1.e	Se valorará la importancia de los trabajos realizados, así como el alcance de aquellos que estén con el objeto del contrato (hasta 6 puntos) y formación adicional a la requerida en el PPTP del equipo de trabajo, siempre que tenga relación con el objeto del contrato. Para valorar este apartado deberán aportarse, relación de trabajos con descripción de estos incluyendo fechas de ejecución, duración, e importe de cada uno de ellos. Asimismo, los curriculum vitae de los componentes del equipo que tendrán relación con el objeto del contrato. (hasta 6 puntos)	12 puntos
-----	---	-----------

El licitador presenta una relación de 15 trabajos análogos al objeto del contrato, con una definición de ellos objeto, tareas. Explicando de forma resumida los logres de cada uno de los proyectos presentados, considerando adecuado.

Valorando con 5 puntos sobre 6 puntos

La formación presentada por todos los componentes del equipo humano cumple los requisitos solicitados en los PPTP, de igual forma presenta los curriculum vitae de 3 componentes, con una experiencia dilatada en el sector de la consultoría y sobre trabajos similares al objeto del contrato. Cabe destacar el detalle de la descripción de cada función en el proceso por parte de los integrantes, con un peso de mas del 60 % del proyecto en el director del proyecto. Considerando adecuado.

Valorando con 4.5 puntos sobre 6 puntos

1.f	El conocimiento demostrado por el licitador de la problemática particular del sector turístico tras la pandemia, en concreto, del sector turístico de Cantabria y de los recursos turísticos propiedad del Gobierno de Cantabria. Estrategias que desarrollar para la superación de la crisis originado por acontecimientos excepcionales.	5 puntos
-----	--	----------

El licitador presenta un apartado de la problemática que ha ido surgiendo en la industria del turismo de Cantabria, haciendo un apartado especial a las instalaciones gestionadas por el gobierno. El análisis que hace de los diferentes aspectos es coherente y clara dentro de la exposición.

Se presenta una memoria del problema de la desestacionalización como problema principal y su evolución dentro de la industria, considerando muy adecuado para el objeto del contrato. Asimismo, se presenta un adecuado capítulo para las instalaciones gestionadas por el gobierno de Cantabria, haciendo una exposición clara y argumentada.

En otro orden presenta una memoria sobre la problemática surgida a través de COVID, con una cronología de los acontecimientos y el análisis de las acciones acometidas, tanto en el sector turístico cántabro como en las instalaciones gestionadas por el gobierno de Cantabria, considerando muy adecuado.

Finalmente propone diferentes estrategias a realizar para minimizar los efectos de estas problemáticas, basadas en acciones B2B / B2C y acciones de alto impacto, considerando adecuado.

Valorando este apartado en 4 puntos sobre 5 puntos

## LA MAGNETICA

Analizada la propuesta del licitador en todos sus criterios cumple con todos los requisitos descrito y establecidos en los PPTP, por consiguiente, se da paso a la evaluación de cada criterio para conocimiento de la mesa de contratación.

1.a	El enfoque global de las tareas a ejecutar para la redacción del Plan de Marketing, la Metodología propuesta por el Consultor en su oferta. Tanto en marketing digital como analógico.	7 puntos
-----	--	----------

El enfoque presentado en la oferta se distorsiona en la oferta, no presenta apartados concretos para una posterior hoja de ruta.

La oferta presentada en este apartado describe en rasgos básicos la metodología a diseñar. Basa su redacción en objetivos estratégicos, posicionamiento deseado y un DAFO 2023-2024, formulando escenarios donde se pudieran dar situaciones adversas. Posteriormente presenta una metodología sobre los datos a utilizar para alcanzar resultados (OKR) Objectives and key results. Considerando una metodología adecuada para el objeto del contrato.

El licitador describe en su oferta una propuesta simple y básica del ámbito en el marketing digital a través de estrategias de contenidos, automatismos y bases de datos. Asimismo, la descripción del marketing analógico se centra en estrategias de comunicación. Considerando muy poco adecuado.

Valorando este apartado con 3,5 puntos sobre 7 puntos

1.b	Adecuación del Cronograma de Trabajos a los plazos y objetivos del Contrato. En caso de que se oferte reducción de plazos ésta deberá indicarse únicamente en el sobre C, debiendo aportar cronograma ajustado a la oferta de plazos reducidos.	5 puntos
-----	---	----------

La oferta presenta un cronograma de trabajos basado como se describe en los propios PPTP basado en 5 fases, estas se desarrollan de una forma básica, con poco desarrollo de los capítulos. Asimismo, las mismas están desarrolladas de forma básica y desarrollando los capítulos de las fases de forma comprensible e interpretable. Las fases siguen una coherencia en todos sus apartados. Dentro de cada fase se hace una definición de tareas que desembocan en acciones a realizar, con una coherencia y definición claros. Considerando poco adecuado.

Valorando este apartado en 3.5 puntos sobre 5 puntos

1.c	Desarrollo adecuado a su contenido y detalle de los productos. Definición coherente de las estrategias a desarrollar dentro del plan de marketing.	10 puntos
-----	--	-----------

La oferta presenta un apartado de “posibles ejes temáticos y productos tractores” en dicho cuadro no se diferencian los productos tractores de otros productos, considerando poco adecuado. De igual forma propone 9 productos con una descripción básica y pone dos ejemplos de como se desarrollarían no pudiendo evaluar el desarrollo ni las estrategias del resto de productos.

La oferta no presenta estrategias a desarrollar para la consecución de objetivos y carecen de argumentación la elección de los productos propuestos. Asimismo, no menciona ni considera los productos de las instalaciones gestionadas por el gobierno de Cantabria. Considerando como muy poco adecuado.

La oferta presenta una estrategia poco clara de mercados y targets, únicamente se presentan diferentes acciones sin análisis ni argumentación clara.

Valorando este apartado en 5 puntos sobre 10 puntos

1.d	La propuesta de los de ejes temáticos a desarrollar en el Plan de Marketing, así como los productos tractores y su peso específico dentro del Plan de Marketing, describiendo campañas y acciones a desarrollar en el periodo de duración del contrato.	10 puntos
-----	---	-----------

La propuesta no presenta unos ejes temáticos claros que presenten un desarrollo, mas bien se hace la interpretación de los productos propuestos por el licitador, sin hacer una propuesta clara de los productos tractor, considerando muy poco adecuado. De igual forma la oferta no presenta un peso específico dentro del plan de marketing. No pudiendo valorar.

Las campañas que se describen se centran en propuestas de acciones esporádicas, no teniendo un tiempo determinado. Considerando muy poco adecuado.

Valorando este apartado con 4 puntos sobre 10 puntos

1.e	Se valorará la importancia de los trabajos realizados, así como el alcance de aquellos que estén con el objeto del contrato (hasta 6 puntos) y formación adicional a la requerida en el PPTP del equipo de trabajo, siempre que tenga relación con el objeto del contrato. Para valorar este apartado deberán aportarse, relación de trabajos con descripción de estos incluyendo fechas de ejecución, duración, e importe de cada uno de ellos. Asimismo, los curriculum vitae de los componentes del equipo que tendrán	12 puntos
-----	---	-----------

	relación con el objeto del contrato. (hasta 6 puntos)	
--	---	--

El licitador presenta 13 proyectos ejecutados en el sector turístico, de ellos 7 en entes públicos, estos por su objeto y alcance se entienden como acciones de marketing, considerando poco adecuado para el objeto del contrato. De igual forma se presentan 6 proyectos ejecutados en el ámbito turístico sector privado, estos proyectos se entienden como acciones de marketing, considerando poco adecuado para el objeto del contrato.

Valorando con 3.5 puntos sobre 6 puntos

La formación presentada por todos los componentes del equipo humano cumple los requisitos solicitados en los PPTP, de igual forma presenta la descripción de los 8 componentes del proyecto, con una experiencia dilatada en el sector de la consultoría. Cabe destacar el detalle de la descripción de cada función en el proceso por parte de los integrantes, con un peso del 20 % del proyecto en el director del proyecto otro 20 % del proyecto en el consultor senior, 10% del proyecto técnico analista y 5% del proyecto para consultor senior adicional, asimismo presenta dos técnicos adicionales sin definir el porcentaje que conllevara el proyecto. Considerando poco adecuado

Valorando con 3 puntos sobre 6 puntos

1.f	El conocimiento demostrado por el licitador de la problemática particular del sector turístico tras la pandemia, en concreto, del sector turístico de Cantabria y de los recursos turísticos propiedad del Gobierno de Cantabria. Estrategias que desarrollar para la superación de la crisis originado por acontecimientos excepcionales.	5 puntos
-----	--	----------

El licitador en este capítulo no presenta un desarrollo sobre el propio apartado, a través del DAFO presentado hacen referencia a las tendencias post COVID sin un análisis de la problemática del sector turístico cántabro, asimismo no menciona los recursos turísticos gestionados por el gobierno de Cantabria. Considerando muy poco adecuado. La oferta no trata este apartado en ningún orden como se describe en el criterio, teniendo únicamente aspectos generales del turismo nacional.

En otro orden no se presentan estrategias coherentes para hacer frente a la problemática del sector turístico cántabro, considerando muy poco adecuado.

Valorando este apartado en 1 punto de 5 puntos

## AGORA CONSULTING

Analizada la propuesta del licitador en todos sus criterios se detecta que no presenta curriculum vitae, únicamente presenta perfiles que desarrollaran la propuesta. Por consiguiente y siendo un criterio de valoración no se puede valorar la propuesta por estar incompleta.

Se informa a la mesa de contratación para los efectos oportunos.



AGORA  
Consulting

Seguimiento y apoyo a la gestión del Servicio de Campañas

Los trabajos serán desarrollados por el equipo asociado al proyecto, no obstante, todos los trabajadores recibirán el apoyo de otros departamentos de Agora siempre que sea necesario, especialmente los departamentos de administración, marketing y comunicación.

- **Director/a de proyecto:** Será la persona encargada de supervisar el cumplimiento de plazos y la definición de estrategias y líneas de trabajo entre el equipo asociado a la adjudicación del presente servicio.
- **Consultor/a senior:** Será la persona encargada de apoyar y supervisar las líneas estratégicas y análisis de auditorías del plan de marketing, junto a la persona técnica, será parte activa principal en la consecución del servicio.
- **Técnico/a de marketing:** Será la persona encargada de definir las diferentes estrategias del plan de marketing junto a las recomendaciones de la persona consultora, que junto a esta, será parte activa principal en la consecución del servicio.

### 5. Equipo técnico participante en el contrato

El licitador propondrá un equipo de trabajo formado por un director del equipo de trabajo y tantos consultores como se estimen necesarios para que el proyecto se cumpla en objetivos, alcance y fechas programadas. Siendo al menos tres perfiles, 1 director de proyecto, 1 consultor senior, 1 técnico.

El equipo de trabajo propuesto cumplirá con los siguientes requisitos:

- Tener posesión de un Grado superior y al menos un Master oficial MBA, asimismo la cualificación necesaria a la naturaleza de los trabajos. Todos los títulos acreditativos deberán ser copias compulsadas.

En la oferta técnica se detallarán las funciones y el grado de dedicación al desarrollo del proyecto de cada uno de los miembros del equipo propuesto.

Si durante la ejecución del contrato, la empresa adjudicataria propusiera el cambio de alguno de los medios personales propuestos en la oferta, se requerirán las siguientes condiciones:

- Justificación escrita, detallada y suficiente, explicando el motivo que suscita el cambio.
- Presentación de posibles candidatos con un perfil de cualificación técnica similar o superior al de la persona que se pretende sustituir.

CANTUR podrá exigir al adjudicatario la sustitución de cualquiera de los miembros del equipo de trabajo, incluido al responsable del mismo, cuando ello se considere conveniente para la mejor realización de los trabajos.

Página 5

Einstein, nº 4 | Tel.: 942 31 89 50 | 39011 Santander (Cantabria) | www.cantur.com | www.turismodecantabria.com

## CUADRO DE PUNTUACIONES

APARTADO	1A	1B	1C	1D	1E	1F	TOTAL
	El enfoque global de las tareas a ejecutar para la redacción del Plan de Marketing, la Metodología propuesta por el Consultor en su oferta. Tanto en marketing digital como analógico.	Adecuación del Cronograma de Trabajos a los plazos y objetivos del Contrato. En caso de que se ofiera reducción de plazos ésta deberá indicarse únicamente en el ítem C, detallando aportar cronograma ajustado a la oferta de plazos reducidos.	Desarrollo adecuado a su contenido y detalle de los productos. Definición coherente de las estrategias a desarrollar dentro del plan de marketing.	La propuesta de los ejes temáticos a desarrollar en el Plan de Marketing, así como los productos traedores y su peso específico dentro del Plan de Marketing, describiendo campañas y acciones a desarrollar en el periodo de duración del contrato.	Se valorará la importancia de los trabajos realizados así como el alcance de aquellos que estén con el objeto del contrato (hasta 6 puntos) y formación adicional a la requerida en el PPTP del equipo de trabajo, siempre que tenga relación con el objeto del contrato. Para valorar este apartado deberán aportarse, relación de trabajos con descripción de estos incluyendo fechas de ejecución, duración, e importe de cada uno de ellos. Asimismo, los currículum vitae de los componentes del equipo que tendrán relación con el objeto del contrato. (hasta 6 puntos)	El conocimiento demostrado por el licitador de la problemática particular del sector turístico tras la pandemia, en concreto, del sector turístico de Cantabria y de los recursos turísticos propiedad del Gobierno de Cantabria. Estrategias que desarrollar para la superación de la crisis originada por acontecimientos excepcionales.	
NUAGE TURISMO & EVENTOS	2,5	3	4	5	6,5	2	23
CA & ASOCIADOS	5,5	4	8	7,5	9,5	4	38,5
LA MAGNETICA	3,5	3,5	5	4	6,5	1	23,5
AGORA CONSULTING	NO VALORADA						NO VALORADA

## CONCLUSIONES

Por todo ello, respecto a la ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA TECNICA PRESENTADA POR LOS LICITADORES VALORADOS A LOS OBJETIVOS DEL CONTRATO.

Se informa a la mesa de contratación que el licitador

NUAGE TURISMO & EVENTOS: puntuación de 23 puntos sobre 49 puntos

CA & ASOCIADOS: puntuación de 38.5 puntos sobre 49 puntos

LA MAGNETICA: puntuación de 23.5 puntos sobre 49 puntos

AGORA CONSULTING: no se valora al carecer de información solicitada en los PPTP

A la vista de los resultados y siguiendo la documentación del expediente, donde se recomienda a los licitadores una puntuación mínima de 25 puntos. Se informa a la mesa de contratación que la empresa NUAGE TURISMO & EVENTOS y LA MAGNETICA no logra esta puntuación mínima, para los efectos oportunos que la mesa de contratación considere. Asimismo, la empresa AGORA CONSULTING no se valora por carecer de información solicitadas en los PPTP, informando a la mesa para los efectos oportunos que se considere.

Santander a 3 enero de 2023

Fdo. Jose Ramon Alvarez Gutierrez  
Director comercial y marketing