

INFORME DE NECESIDAD PARA EL CONTRATO DE SERVICIOS DE ELABORACIÓN, REDACCIÓN DEL PLAN DE MARKETING TURISTICO PARA LOS AÑOS 2023-2024 PARA LA PROMOCION TURÍSTICA DE CANTABRIA

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. Como en años anteriores, elabora un plan de marketing bienal, el cual marca la hoja de ruta a seguir en actuaciones tanto de promoción, como de marketing para el destino turístico de Cantabria. Esta hoja de ruta es fundamental para la promoción del turismo en Cantabria. La labor se realiza a través de CANTUR S.A. y más concretamente por su departamento de promoción/comercialización / marketing.

Este documento organiza y marca las actuaciones a realizar en el periodo de ejecución de estas, asimismo elabora las líneas a marcar en el plan de medios de cada año.

Toda vez que CANTUR S.A. no dispone de los medios humanos y materiales precisos para acometer con éxito los trabajos descritos, de promoción turística de Cantabria mediante la realización del plan de marketing, 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 redacción del Plan de Marketing Turístico para la Campaña de Promoción de Cantabria 2023-2024, que permita la identificación y definición del plan de contenidos y la priorización de productos turísticos a promocionar por la Sociedad Regional de Promoción Turística, S.A durante el año 2023-2024, incluyéndose en esta campaña los recursos turísticos propiedad del Gobierno de Cantabria.

Asimismo, forma parte del objeto del contrato la revisión del Briefing para el plan de medios 2022-2023, en los términos previstos en el presente documento.

3. Propuesta de documentos de solvencia de la empresa contratista

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:

- a) Relación de los principales servicios realizados, de igual o similar naturaleza en el curso de los últimos tres (3) años, en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos. 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. Los licitadores habrán de acreditar al menos 2 certificados relacionados con el objeto del contrato cuyo importe sea igual o superior al valor estimado del contrato.

- b) Indicación del personal técnico, integrado o no en la empresa, participantes en el contrato. El equipo mínimo para la ejecución del contrato deberá estar compuesto por un mínimo de tres perfiles, de conformidad con lo indicado en el PPTP.

4. Valor estimado 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 valor del contrato debe ser de 35.000 € IVA EXCLUIDO.

La determinación del precio se ha estimado atendiendo a los precios de mercado vigentes para la ejecución de servicios similares a los del objeto del contrato, como son las horas de trabajo necesarias para llevar a cabo el servicio a realizar, tal y como establece el artículo 101.7 de la LCSP.

RESUMEN PRECIO DEL CONTRATO	%	EUROS
COSTES DIRECTOS SALARIALES 540 h	50 €	27.000
OTROS COSTES DERIVADOS DE LA EJECUCION	10,63%	2.870
GASTOS GENERALES	13,00%	3.510
BENEFICIO EMPRESARIAL	6,00%	1.620
VALOR ESTIMADO		35.000 €

Asimismo, se han estimado los porcentajes de gastos generales y beneficio industrial mínimo que fija el Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas vigente a la fecha del contrato.

5. 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 prestación cuya división haría menos eficaz el objetivo que se pretende.

6. Procedimiento de contratación

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.

7. Propuesta de criterios de adjudicación

Las ofertas se evaluarán según la puntuación resultante de la aplicación de los siguientes criterios:

DESCRIPCIÓN		PUNTUACIÓN
Fase 1: Criterios no evaluables mediante fórmulas SOBRE 1		49 puntos
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 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

	Fase 2: Criterios evaluables mediante fórmulas SOBRE 2	51 puntos
2.a	Precio ofertado, entendiéndose que quedarán excluidas de licitación las ofertas que resulten superiores a 35.000 € IVA no incluido; corresponderán 31 puntos a la baja máxima ofertada, y 0 (cero) puntos a aquellas ofertas que sean iguales a 35.000€ IVA no incluido, intercalándose linealmente el resto de las ofertas entre ambos valores, según la siguiente fórmula: $31 * (35.000 - \text{Oferta}) / (35.000€ - \text{Oferta mín.}) = \text{puntuación obtenida}$	31 puntos
2.b	Reducción del plazo de entrega de las diferentes fases del proyecto. Valorando Fase I: 2 puntos por cada semana de reducción Fase II: 2 puntos por cada semana de reducción Fase III: 4 puntos por cada semana de reducción Fase IV: 2 puntos por cada semana de reducción Fase V: 4 puntos por cada semana de reducción Dichas fases están referidas en los PPTP.	Hasta 20 puntos
	TOTAL	100 puntos

La valoración de las proposiciones técnicas se realizará por un técnico de CANTUR, S.A., e conformidad con los criterios establecidos en este apartado (criterios no evaluables mediante fórmulas). Se recomienda para pasar a la fase dos (criterios evaluables mediante fórmulas) se exija a los licitadores una puntuación mínima de 25 puntos.

Duración del contrato

El plazo de ejecución de los trabajos de redacción del Plan de Marketing se establece en veinte semanas 20 semanas a partir de la firma del contrato, debiendo entregarse el documento definitivo a la finalización de dicho plazo.

En todo caso, dentro los 5 días naturales de la firma del contrato, deberá presentarse una planificación detallada del programa y alcance de los trabajos a través de diagrama Gantt. Sin perjuicio de lo anterior, la planificación definitiva del proyecto se establecerá durante la fase de lanzamiento del proyecto siempre bajo la coordinación con el responsable del Contrato nombrado por CANTUR y la aprobación definitiva de la Dirección de la empresa.

La revisión del Plan de Marketing se llevará a cabo en diciembre de 2023, el plazo de realización y aprobación de la misma es de 15 días hábiles, debiendo entregarse el documento en todo caso antes del 31 de enero de 2024

La duración total del contrato abarcará el período comprendido desde su formalización hasta el 31 de enero de 2024.

En Santander, a 26 de septiembre de 2022.

El Director Comercial y Marketing de Cantur s.a.

Fdo. Jose Ramón Alvarez

El Consejero Delegado

Fdo. Fernando de la Pinta