

RECOPIULATORIO DE RESPUESTAS A PREGUNTAS DE LICITADORES CONSISTENTES EN ACLARACIONES A LO ESTABLECIDO EN LOS PLIEGOS O RESTO DE DOCUMENTACIÓN	
Nº expte	eAJ0175-2023
Licitación	Servicio de planificación, diseño y realización de proyectos, consultoría, campañas y acciones de publicidad, comunicación y marketing B2C y B2B para el destino turístico Islas Canarias, cofinanciado por el FEDER y o Mecanismo de Resiliencia y Recuperación

De conformidad con la cláusula núm. 15.4 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, se podrá solicitar información adicional, realizar consultas o peticionar aclaraciones en el marco del procedimiento citado *ut supra* hasta tres (3) días antes del cierre del plazo de licitación.

Dicha solicitud se efectuará a través del espacio habilitado al efecto en la Plataforma de Contratación del Sector Público, a través del Portal de Licitación empleado por Promotur Turismo Canarias, S.A., o, de forma alternativa, a través de la siguiente dirección de correo electrónico: contratacion@turismodecanarias.com

Las respuestas a las solicitudes de aclaración del contenido del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y el Pliego de Prescripciones Técnicas tienen carácter vinculante.

01. PREGUNTAS FORMULADAS POR BUZÓN DE CONTRATACIÓN (contratacion@turismodecanarias.com)

Fecha: 20/09/2023

Pregunta nº 1: Dentro del punto "12. Criterios de adjudicación", en la pg 41 se explica cómo se realiza la valoración del criterio "G) Porcentaje de descuento respecto a los conceptos primitivos de la Tabla de Precios".

Con la información proporcionada, entendemos lo siguiente:

- En el anexo XV debemos incluir un descuento por cada concepto solicitado.
- Los descuentos presentados pueden ser distintos para cada concepto (es decir, por ejemplo, para naming podemos ofertar un x% de descuento y para guion cuña de radio un y% de descuento).

¿Nos pueden confirmar que eso es correcto?

Por otro lado, no acabamos de comprender cómo se aplica la fórmula reflejada en el pliego. ¿Se aplica a cada concepto independientemente? ¿Se aplica a una media de todos los descuentos ofertados? Es decir, no entendemos bien qué cifras representan los conceptos "mo", "po" y "O" de la fórmula.

¿Podrían aclarárnoslo, por favor?

Respuesta a Pregunta nº 1: En efecto, y tal y como indica la cláusula núm. 12.2.3 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, en el Modelo-Anexo XV relativo a la “Proposición de los criterios evaluables automáticamente” se consigna el porcentaje de descuento a ofertar y el resultado de dicho porcentaje en precio unitario, pudiendo ser distintos los porcentajes ofertados para cada concepto original.

En cuanto a la fórmula a efectos de valorar este criterio, lamentablemente se ha advertido que en los pliegos hay un **error de transcripción**, toda vez que en los mismos se ha obviado que para la valoración de este criterio la fórmula se aplica sobre la propuesta de descuento **media** más alta. Así se recoge en la **Resolución de rectificación de los pliegos, publicada el día de 28 de septiembre de 2023** tanto en nuestro Portal de Licitación (<https://licitacion.turismodeislascanarias.com/licitacion/>) como en la Plataforma de Contratación del Sector Público, **ampliándose**, en consecuencia, **el plazo de presentación de oferta en 5 días naturales adicionales (hasta el día 23 de septiembre de 2023, a las 23:59 horas, insular canaria)**

Pregunta nº 2: Dentro del punto "12. Criterios de adjudicación", en la pg 42 se explica cómo se realiza la valoración del criterio “H) Plan de formación continua al equipo principal”.

Sin embargo, no entendemos bien cómo podemos conseguir la máxima puntuación (10 puntos).

Se explica que " Se valorará con 0,5 puntos por cada formación de cada una de las personas asignadas al proyecto que cumpla los citados requisitos (máximo 1 certificado por persona/año), hasta un máximo de 10 puntos."

Con esta frase interpretamos que debemos proponer un total de 20 formaciones para los 4 años de contrato, y que cada persona no podrá realizar más de 1 formación por año.

Sin embargo, en el primer párrafo del apartado dicen: " El licitador deberá presentar un plan de formación con las acciones o cursos formativos como mínimo de 40 horas anuales por persona".

Esto nos hace pensar que todas las personas del equipo deberán realizar 1 formación/año de al menos 40h; por lo que el número total de formaciones en los 4 años sería 44 formaciones (11 personas del equipo X 4 años de contrato).

¿Podrían aclararnos esto también?

Respuesta a Pregunta nº 2: A efectos aclaratorios, debe tenerse en cuenta que las 40 horas mínimas anuales por persona hacen referencia y sirven de descripción para el tipo de curso o acciones formativas que pueden presentar dentro del plan, en ningún caso al plan de formación en sí mismo.

Por tanto, para obtener la puntuación máxima, bastará con que el licitador presente un plan de formación a 4 años para el equipo principal que incluya 20 formaciones de al menos 40 horas anuales cada una. Tendrá que tener en cuenta que no se permitirá incluir más de 1 formación al año por persona, por lo que el máximo de formaciones a presentar para una persona en el plan son 4 y deberán estar debidamente distribuidas en el tiempo.

Fecha: 21/09/2023

Pregunta nº3: ¿Cómo se distribuye el presupuesto?

Respuesta a Pregunta nº3: Conforme a la cláusula núm. 5 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, el presupuesto establecido para esta licitación es de máximos, esto es, en función de las necesidades que se demanden, siendo su desglose el especificado en el apartado 2º de dicha cláusula. El precio a abonar por el servicio realizado se ajustará a lo ofertado por el licitador, en las condiciones señaladas en la cláusula núm. 7 del Pliego de Prescripciones Técnicas

Pregunta nº 4: ¿Dentro del presupuesto se incluye toda la producción, incluidas las AAFP, impresión, etc.?

Respuesta a Pregunta nº4: En efecto, dentro del presupuesto máximo de licitación se incluye la producción de las piezas creativas. A modo de ejemplo, si es un folleto y hay que imprimirlo, tendrá que realizar el arte final del folleto, siendo su precio a repercutir conforme a los límites establecidos en la tabla de precios y su oferta, y remitir el presupuesto de impresión con alguna imprenta (esta parte se abonaría conforme con la comisión por contratación de terceros a que refiere la cláusula núm. 7.5 del Pliego de Prescripciones Técnicas).

Pregunta nº 5: ¿Dentro del presupuesto se incluye la compra de medios? ¿Qué partida del presupuesto se destinaría a ello?

Respuesta a Pregunta nº 5: El presupuesto no incluye *a priori* compra de medios, salvo casos muy excepcionales como así se indica en la cláusula núm. 3.6 del Pliego de Prescripciones Técnicas en relación con la prestación relativa a la producción e implementación de acciones de comunicación y marketing, contenidos y medios. A título de ejemplo, la contratación de un

Página 3 de 10

influencer puntual para una campaña. Promotur Turismo Canarias S.A ya cuenta con una empresa contratista de agencia de medios, cuyo contrato se adjudicó el año pasado.

Pregunta nº6: ¿Cuántas campañas se realizan al año y cuál es su tipología?

Respuesta a Pregunta nº6: Al año se realizan más de 30 campañas o acciones promocionales, algunas más pequeñas y otras más grandes, es algo constante, no hay “periodos valle”. En el periodo comprendido entre abril de 2022 a abril de 2023 se activaron 34 campañas con apoyo de medios pagados.

Se adjunta una lista a modo de ejemplo de lo que puede ser un año de activaciones para público final (turistas). Algunas tienen el formato de *dayketing* y otras son acciones que duran todo el año. Algunas solo se activan en redes sociales, otras se activan en TV (sobre todo residentes canarios), otras contienen acciones BTL (península – UK), todo ello en función de lo que la creatividad permita y las necesidades del brief. No todas llevan apoyo de medios pagados, pues que Promotur Turismo Canarias S.A trabaja muchísimo el contenido orgánico.

1. Acciones de comunicación con apoyo de medios pagados

- Acción de comunicación sol y playa *verano* península (1 idioma)
- Acción de comunicación sol y playa *invierno* internacional (14 idiomas)
- Acción de comunicación naturaleza *invierno* internacional (14 idiomas)
- Acción de comunicación patrimonio cultural internacional *todo el año* (14 idiomas)
- Acción de comunicación producto tradicional canario (14 idiomas)
- Acción de comunicación turista silver *invierno* internacional (9 idiomas)
- Acción de comunicación senderismo *todo el año* internacional (11 idiomas)
- Acción de comunicación para turismo de viento y olas *invierno* internacional (11 idiomas)
- Acción de comunicación sensibilización sostenibilidad todo el año (11 idiomas)
- Acción de comunicación teletrabajadores internacional (11 idiomas)
- Acción de comunicación LGTB invierno internacional (5 idiomas)
- Acción de comunicación gastronomía internacional (11 idiomas)
- Acción de comunicación sensibilización seguridad acuática todo el año (11 idiomas)
- Acción de comunicación turismo deportivo internacional (4 idiomas)
- Acción de comunicación para residentes canarios en Semana Santa (1 idioma)
- Acción de comunicación para residentes canarios en verano (1 idioma)
- Acción de comunicación la hora del planeta (14 idiomas)
- Acción de comunicación Día del Orgullo (5 idiomas)
- Acción de comunicación Día de la Tierra internacional (11 idiomas)
- Acción de comunicación para incentivar viajes a La Palma residentes canarios (1 idioma)
- Acción de comunicación para incentivar viajes a La Palma peninsulares (1 idioma)
- Acción de comunicación en Navidad en Redes Sociales (11 idiomas)
- Campañas permanentes 365 días al año en motor de búsqueda, display y RRSS y otros (más de 100 piezas, diferentes motivaciones de viaje, 15 idiomas)

2. Acciones de comunicación orgánicas

- Elaboración de contenidos diarios para redes sociales (11 idiomas)

- Elaboración de contenidos periódicamente para la web holaislascanarias (textos, fotografías, vídeos) (15 idiomas)

Pregunta nº7: ¿A qué se refieren exactamente con “proyectos singulares”?

Respuesta a Pregunta nº7: Los proyectos singulares son proyectos que, por su propia naturaleza, no pueden desarrollarse y ejecutarse de la misma manera que una campaña al uso ni constan del mismo tipo de entregables ni dedicación. Esto puede ser, por ejemplo, el rediseño de la web holaislascanarias.com para sus 20 mercados o la elaboración de un plan de comunicación en redes sociales para la isla de La Palma.

Fecha: 28/09/2023

Pregunta nº8: Sobre los planes de formación. Nuestra agencia cuenta con un departamento especializado en la elaboración y desarrollo de planes de formación. ¿Sería posible que algún plan de formación propuesto para el equipo de LLYC lo elaborase este área interna o sería necesario que lo desarrollara una entidad externa?

Respuesta a Pregunta nº8: La cláusula núm. 12.2.4 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, en referencia al criterio “H) Plan de formación continua al equipo principal”, no establece ninguna indicación en cuanto a la entidad que proporcionaría la formación exigida al equipo principal que se adscribiría a este contrato, por lo que nada impediría que en principio ésta fuera realizada desde el seno de la propia empresa adjudicataria o a través de entidades externas especializadas.

Pregunta nº 9: Sobre la acción del portal holaislascanarias.com:

1. En el briefing se establece septiembre como mes de inicio de la acción. Entendemos que es septiembre del 2024. ¿Nos lo pueden confirmar?
2. También se indica que se deben generar transacciones por valor de 600.000 euros ¿estas ventas deben conseguirse en los 4 meses de campaña (septiembre-diciembre)?
3. ¿Actualmente se cuenta con una base de datos propia (o de terceros) que se pueda explotar para esta acción? En caso afirmativo, ¿cuál es el tamaño de su base de datos y qué modelo del dato (esquema ERD) utilizan?

Respuesta a Pregunta nº9: Con relación a la consulta 1, en principio se trataría de septiembre de 2023, al tratarse tan solo de un ejercicio práctico consideramos que no es relevante que ya haya transcurrido.

Respecto a la consulta 2, es correcto: las ventas deben conseguirse en los cuatro (4) meses de campaña indicados.

Por último, respecto a la consulta 3, actualmente no disponemos de ninguna base de datos de clientes cuyo tratamiento aceptado permita utilizarla para una acción como esta.

Pregunta nº 10: Sobre la oferta económica. En el anexo XV, en el criterio “Porcentaje de descuento respecto a los conceptos primitivos de la Tabla de Precios” pensamos que hay una errata de formato en el concepto “IDENTIDAD GRÁFICA” ya que en el modelo habilitan espacio para poner un descuento y una oferta monetaria a ese concepto, pero en la Tabla de Precios la identidad gráfica se presenta como un subtítulo (igual que “MERCHANTISING” o “VÍDEOS”), y no hay precio de referencia. ¿Lo pueden confirmar, por favor?

Respuesta a Pregunta nº 10: Una vez hechas las comprobaciones oportunas, se desprende que en el Modelo-Anexo XV “Proposición relativa a los criterios de valoración automática o mediante fórmulas”, y concretamente, en el concepto relativo a la “identidad gráfica”, que engloba únicamente el “logotipo, incluido manual de aplicación”, aunque aparece recogido como independientes, se trata en efecto del subtítulo “Identidad gráfica” y el concepto “logotipo, incluido manual de aplicación, debiendo consignar el porcentaje a ofertar en este concepto.

Pregunta nº 11: Otras consultas. Vemos en el Programa de Promoción 2023 que están trabajando actualmente a nivel de CRM con Marketing Cloud y Service de Salesforce. En caso de ser adjudicatarios, ¿tendríamos que ejecutar esta parte? En caso afirmativo, ¿qué actividades tendríamos que desarrollar?

Respuesta a Pregunta nº 11: Las tareas que pueden llegar a ejecutar son todas aquellas recogidas en el objeto de contratación, por tanto, en el caso del CRM, una de las tareas podría ser diseñar planes de comunicación y boletines de comunicación para su envío a determinadas audiencias. El diseño del boletín puede requerir conocimientos de maquetación en HTML para su ejecución. En principio, la gestión del propio CRM como herramienta no es objeto de este contrato

02. PREGUNTAS FORMULADAS POR PLACSP (Plataforma de Contratación del Sector Público)

Fecha: 21/09/2023

Pregunta nº 12: Buenos días. Nos genera duda la cláusula 4.5.2 A.2 Respeto a las solvencia económica o financiera; ¿ El seguro por riesgos profesionales debe tener una R.C de 6.000.000€ o se puede presentar un seguro que cubra una facturación de 6.000.000€ con una RC de 1,2 mill?? Gracias. Saludos

Respuesta a Pregunta nº 12: Con relación a la acreditación de la solvencia económica y financiera para concurrir a esta licitación mediante el justificante de la existencia de un seguro de indemnización por riesgos profesionales, el apartado A).2 de la cláusula núm. 4.5.2 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares señala como requisito que el importe del seguro no ha de exceder (no superior) al valor de 6.000.000,00 €, correspondiente a la anualidad media del contrato.

Fecha: 26/09/2023

Pregunta nº 13: Respecto a la cláusula 8.1.2. del PPT relativa a Criterio B) de adjudicación, ¿es posible incorporar enlaces de *url*, completas y sin modificar, que dirijan a plataformas de alojamiento de vídeos como si se permite expresamente en los criterios C) y D)? En el PPT no se es explícito en sentido favorable, pero tampoco se prohíbe esta posibilidad. Gracias.

Respuesta a Pregunta nº 13: En principio, ni el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares ni el Pliego de Prescripciones Técnicas contemplan esta posibilidad, siendo que, en coherencia con la interpretación del art. 139.3 de la LCSP, la oferta para este criterio “B) Propuesta de plan de acción para el año 2024” no puede contener aspectos que no se han requerido o habilitado, como resultan así los enlaces de *url* que se indican para los criterios “C) Propuesta de acción de comunicación para el lanzamiento de la comercialización de experiencias turísticas en el portal holaislascanarias.com” y “D) Propuesta de acción de comunicación para el segmento familias - sol y playa destinada al mercado británico” pero no para el referido criterio B), dada la propia naturaleza de ejercicios prácticos de los criterios C) y D).

Pregunta nº 14: En el Anexo IV, punto II., se indica una tabla a cumplimentar en la que en una de las columnas se debe indicar el porcentaje de dedicación. Esta columna tiene sentido para el equipo principal pero para el equipo de ejecución de proyectos singulares y consultoría (5.2 PPT) no se pide en los pliegos una dedicación concreta sino un coste/hora y dependerá de la demanda del servicio. ¿Pueden aclarar si para el equipo del 5.2 PPT hay que dejar esa columna vacía? Gracias.

Respuesta a Pregunta nº 14: En efecto, el Modelo-Anexo IV del Pliego de Cláusulas Administrativas relativo al “Escrito de adscripción de medios” incorpora como columna a la tabla de los medios personales o humanos el “porcentaje de dedicación”, que refiere únicamente al exigido en la cláusula núm. 5.1 del Pliego de Prescripciones Técnicas con respecto a los perfiles del equipo técnico principal en dicha cláusula establecidos, y no se contemplan porcentaje de dedicación alguno expresamente para los perfiles del equipo de ejecución de proyectos singulares y consultoría.

Pregunta nº 15: Buenos días, tenemos una duda respecto al siguiente párrafo: A).1 Volumen anual de negocios o volumen anual de negocios en el ámbito al que se refiere el contrato, que, conforme al artículo 38.1 de la Ley 4/2021, de 2 de agosto, no excederá de una vez el valor

anual medio del contrato, siendo así un importe igual o superior a seis millones euros (6.000.000,00 €), referido al año de mayor volumen de negocio de los tres (3) últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del empresario. Según este párrafo entendemos que la facturación de los licitadores no puede ser superior a 6 Millones de €.

Respuesta a Pregunta nº 15: Con relación a la acreditación de la solvencia económica o financiera para concurrir a esta licitación mediante el volumen anual de negocios o volumen anual de negocios en el ámbito al que se refiere el contrato, el apartado A).1 de la cláusula núm. 4.5.2 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares señala como requisito, en efecto, que el importe no ha de exceder (no superar) una vez el valor anual medio del contrato, que corresponde al valor de 6.000.000,00 €.

Fecha: 27/09/2023

Pregunta nº 16: Buenos días, me gustaría saber si el ámbito del contrato incluye mercados internacionales y en caso afirmativos cuáles. Gracias

Respuesta a Pregunta nº 16: En efecto, incluye mercados internacionales. La estrategia de mercados del destino Islas Canarias se encuentra en la página 26 del Programa de Promoción al Cliente Final 2023, que, en caso de estar interesado en concurrir a la licitación y a efectos de redactar su oferta, deberá solicitarlo, previa suscripción de acuerdo de confidencialidad, como se describe en la *Nota informativa sobre acceso restringido a "Programa de Promoción de 2023"*, publicada en la Plataforma de Contratación del Sector Público el día 12 de septiembre y conforme a las cláusulas núm. 12.1.1, 12.1.3, 12.1.3 y 12.1.4 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

Pregunta nº 17: Buenas tardes, ¿por qué vía ha de presentarse la documentación? ¿pueden facilitarnos el enlace? no vemos la opción a través de la plataforma del contratación del estado. Gracias

Respuesta a Pregunta nº 17: Conforme a la cláusula núm. 15.2.1 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, la proposición a esta licitación deberá ser presentada obligatoriamente de forma telemática a través del Portal de Licitación que emplea Promotur Turismo Canarias S.A, mediante el siguiente enlace: <https://licitacion.turismodeislascanarias.com>. A este respecto, deberá tener en cuenta que para utilizar esta plataforma, deberá dar cumplimiento a los requisitos previos de acceso que se describen en dicha cláusula: 1) darse de alta en esta plataforma; 2) contar con un certificado de firma electrónico; 3) configuración e incorporación del portal de licitación electrónica a la lista de excepciones de la aplicación Java. Asimismo, el Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares contiene las instrucciones más detalladas para la utilización del referido Portal de Licitación.

Fecha: 02/10/2023

Pregunta nº 18: Hola, tenemos una duda respecto a cómo acreditar la solvencia técnica profesional, en los pliegos se indica que se acreditará justificando Los servicios realizados alcanzando un importe anual acumulado igual o superior al 70% de la anualidad media del contrato, entendemos que ¿sería por 2.940.000€ anual? ¿sería con un solo cliente o con la suma de varios? Gracias.

Respuesta a Pregunta nº 18: Con relación a la acreditación de la solvencia técnica y profesional para concurrir a esta licitación mediante la realización de servicios o trabajos iguales o de similar naturaleza al que corresponde el objeto del contrato, el apartado A) de la cláusula núm. 4.5.3 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares señala como requisitos los siguientes: 1) Los servicios acreditados deben ser de igual o similar naturaleza al que constituye el objeto del contrato, para lo que se ha de acudir al CPV establecido en la cláusula 1 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares; 2) Se deben acreditar los tres (3) últimos años y por medio de certificados expedidos o visados por el órgano competente, si el destinatario sea una entidad del sector público o, si el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por éste o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañada de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación; y en cuyo caso serán comunicados directamente al órgano de contratación por la autoridad competente; 3) Los servicios realizados deberán alcanzar un importe anual acumulado, en el año de mayor ejecución, igual o superior al 70% de la anualidad media del contrato, y que corresponde a cuatro millones doscientos mil euros (4.200.000,00 €).

Asimismo, tenga en cuenta que si la entidad a la que representa es de nueva creación, deberá tener en cuenta las particularidades indicadas en la citada cláusula núm. 4.5.3 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

03. PREGUNTAS FORMULADAS POR TELÉFONO

Pregunta nº19: ¿La solicitud del documento “Programa de Promoción 2023” supone la obligatoriedad de presentar oferta a la licitación?

Respuesta a Pregunta nº 19: No, la solicitud *per se* del documento “Programa de Promoción 2023” no supone que el licitador deba obligatoriamente presentar oferta en este procedimiento. El “Programa de Promoción 2023” es uno de los documentos que forma parte de la documentación aclaratoria anexa al Pliego de Prescripciones Técnicas que, debido a su contenido, tiene carácter confidencial, por lo que no resulta accesible de forma libre a través del perfil del contratante, alojado en la Plataforma de Contratación del Sector Público (PLACSP), ni a través del Portal de Licitación electrónica empleado por Promotur Turismo Canarias S.A, medio éste último por el que los licitadores deberán presentar sus ofertas. Por esta razón, se exige que los licitadores interesados en participar en la licitación peticionen este

documento para redactar su oferta, suscribiendo previamente el acuerdo de confidencialidad que se disponga por los servicios técnicos del órgano de contratación.