

Servizo de Turismo

CONCELLERÍA
DE
Festas e Turismo

CONCELLO
DE VIGO



**ASUNTO: INFORME DE VALORACIÓN DE OFERTAS (SOBRE B),
EXPEDIENTE DE “PROMOCIÓN TURÍSTICA DE VIGO E RÍAS BAIXAS 2017-
2019”. EXPTE. 6628-104.**

A Xunta de Goberno Local, na sesión extraordinaria e urxente do **24 de marzo de 2017**, adoptou o seguinte acordo:

8.-EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN DO SERVIZO DE “PROMOCIÓN TURÍSTICA DE VIGO E RÍAS BAIXAS 2017-2019”. EXPTE. 6628/104.

Examinadas as actuacións do expediente, visto o informe xurídico do 22/03/17 e o informe de fiscalización de data 24/03/17, dáse conta do informe-proposta do 24/03/17, asinado pola técnico de Turismo, a concelleira-delegada da Área de Festas e Turismo e o concelleiro de Orzamentos e Facenda, que di o seguinte:

En data 20 de novembro de 2015 a Deputación Provincial de Pontevedra e o Concello de Vigo asinaron, no exercicio das súas competencias, un protocolo de colaboración en orde a afondar na colaboración administrativa entre ambas institucións e, especialmente, para a cooperación na planificación e execución dos proxectos e actuacións que no propio convenio se sinalan; actuacións e proxectos entre os que se inclúen, no que ao presente expediente importa en relación a promoción turística.

No marco deste protocolo, ambas entidades elaboraron conxuntamente un proxecto de convenio de colaboración para potenciar a posta en valor dos recursos turísticos con medidas de apoio ás actividades de divulgación da oferta turística e de mellora da promoción dos valores turísticos de Vigo e as Rías Baixas e a provincia de Pontevedra.

A promoción turística a través de soportes publicitarios propios das aerolíneas tense amosado como moi eficiente, segundo a experiencia municipal de xestión dos últimos anos. A poboación que viaxa con fins turísticos usa maioritariamente en todo o mundo o avión, polo que a publicidade de destino inserida nas aeronaves, nas revistas de a bordo ou flyers e os anuncios ou caracterización dos destinos nas páxinas web das distintas compañías garanten a presenza do destino Vigo entre a poboación diana da promoción turística mundial. Os espazos publicitarios nos propios equipamentos aéreos teñen unha operatividade intensiva, xa que dificilmente un avión deixa de usarse e dificilmente a pasaxe deixa de recibir múltiples impactos da publicidade que o rodea durante as horas de viaxe.



Esta promoción turística obtivo excelentes resultados na presenza nacional e internacional do destino Vigo e no incremento da afluencia de visitantes, sen menoscabo da positiva mellora da conectividade de Peinador que conlevou. Por tanto, no marco do convenio asinado en data 28 de setembro de 2016 entre a Deputación Provincial de Pontevedra e o Concello de Vigo, considérase conveniente para os intereses municipais manter e reforzar as accións de promoción turística coas compañías aéreas, que ven realizando o Concello de Vigo.

En data 13 de marzo de 2017 a Concelleira-Delegada da Área de Festas e Turismo resolveu que se iniciase o expediente conducente á contratación de servizos de promoción turística da cidade de Vigo mediante un contrato maior, por orzamento de setecentos trinta e seis mil euros (736.000,00€) incluído IVE, correspondendo dous centos setenta mil euros (270.000,00€) ao ano 2017 con cargo á aplicación presupostaria 432.0227.9909 "Convenio Deputación Promoción Turística Soporte" e bolsa de vinculación.

Constitúe o obxecto deste contrato a prestación da promoción turística de Vigo e das Rías Baixas en mercados turísticos vencellados coa área mediterránea peninsular e insular, co obxectivo de atraer turistas procedentes destes mercados, a través de:

- O establecemento de conectividade aérea directa desde Valencia, Palma de Mallorca e Ibiza coa cidade de Vigo.
- O desenvolvemento de accións de promoción turística.

As accións a desenvolver procurarán a atracción de turistas de diferentes perfís e segmentos centrándose principalmente no turismo de escapada (citybreaker), negocios, familiar, xuvenil, gastronómico e de eventos e reunións (MICE).

O contrato adxudicarase polo procedemento aberto con múltiples criterios de valoración.

Á vista do exposto, nos pregos técnicos, dos pregos administrativos do servizo de contratación, e previo informe da asesoría xurídica, e coa conformidade do Concelleira-Delegada da Área de Festas e Turismo, faise á Xunta de Goberno Local a seguinte

PROPOSTA

1. Aprobar a contratación a través do procedemento aberto para o contrato de "Promoción turística de Vigo e Rías Baixas 2017-2019", expediente Nº 6628-104.
2. Aprobar o prego de prescricións técnicas de data 22 de marzo de 2017 e o prego de cláusulas administrativas de 22 de marzo de 2017.
3. Autoriza-lo gasto, por importe setecentos trinta e seis mil euros (736.000,00€) incluído IVE, correspondendo dous centos setenta mil euros (270.000,00€) ao ano 2017, con cargo á aplicación presupostaria 432.0227.9909 "Convenio Deputación Promoción Turística Soporte" e bolsa de vinculación
4. Abrir o procedemento de licitación na forma legalmente establecida.

Acordo

A Xunta de Goberno local aproba a proposta contida no precedente informe.



- PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES

No prazo establecido polo Servizo de Contratación para a presentación de ofertas, que remata o día 19 de abril de 2017, para a contratación mediante o procedemento aberto preséntanse a seguinte proposta:

1.- AIR NOSTRUM LAM. S.A

- APERTURA DO “SOBRE A” E DO “SOBRE B”

A mesa de contratación do Concello de Vigo, reunida o día 20 de abril de 2017, procede á apertura da documentación administrativa das empresas, “Sobre A” na que se constata a suficiente acreditación para contratar.

Na mesma mesa de contratación, se procede á apertura do “Sobre B”, que se remite ao Servizo de Turismo para emisión de informe técnico.

- VALORACIÓN DA OFERTA PRESENTADA POLA COMPAÑÍA AIR NOSTRUM LAM, S.A.

A oferta achegada pola compañía Air Nostrum LAM, S.A. cumpre cos requisitos mínimos establecidos no prego de prescricións técnicas, establecidos na cláusula 4.

O contido da oferta se axusta ao disposto na cláusula 3 do prego de prescricións técnicas. Así mesmo, a oferta contén un cronograma de execución da cordo co establecido na cláusula 5 do prego de prescricións técnicas.

O contido do sobre B non incorpora documentos acreditativos dos criterios que poidan valorarse mediante cifra ou porcentaxe obtidos a través da aplicación de fórmulas.

- ACCIÓNS DE PROMOCIÓN DA CLAUSULA 3 E ANÁLISE DE VALORACIÓN

Air Nostrum LAM presenta unha memoria descritiva das accións de promoción turística que inclúe os seguintes elementos:

- VINILADO DA FUSELAXE:

O licitador deberá ofertar para toda a vixencia do contrato un mínimo dun avión vinilado. Dito vinilado deberá corresponderse cunha imaxe de promoción turística de Vigo e as Rías Baixas.

O licitador deberá entregar unha proposta gráfica da área do vinilado, con indicación das proporcións expresadas en centímetros e indicar o número de avións a vinilar. Estes



avións non teñen por que estar adscritos en exclusiva ás rutas conectadas con Vigo.

A imaxe de promoción turística de Vigo e Rías Baixas se facilitará dende o departamento de Turismo do Concello, nunha proporción visual que permita facilmente a súa identificación.

- Air Nostrum LAM describe con detalle o vinilado da fuselaxe e oferta un avión ao longo da vixencia do contrato, aporta o modelo de avión, CRJ-100, o reactor mais grande da flota, e concreta a superficie dedicada ao vinilado 100 centímetros por 120 centímetros no morro e 150 centímetros no centro da fuselaxe, en cada un dos lados da aeronave.

Presentan proposta gráfica orixinal con mención ao Camiño de Santiago pola Costa con logos do Concello de Vigo e Rías Baixas, si ben ofrecen a posibilidade de calquera alternativa que se propoña.

- ACTUACIÓNS DE COMUNICACIÓN:

Air Nostrum LAM oferta para o desenvolvemento das accións de promoción turística unha proposta de actuacións de comunicación para promover o destino Vigo e Rías Baixas, nos destinos vinculados ao obxecto do contrato que deberá atender como mínimo os seguintes ámbitos de promoción:

1.- Accións a Bordo:

Deberán ofertarse ao menos 2 accións de entre os 3 parágrafos propostos. O custe destas accións correrán a cargo da empresa adxudicataria.

- A oferta de Air Nostrum LAM escolle as accións en soportes publicitarios, revistas e oferta a mellora de voces en voos. De modo que realizará todas as accións a bordo recollidas no prego técnico.

a.- Voces de promoción en voos.

Os licitadores deberán presentar proposta da mensaxe de promoción en voos que levará a cabo nun mínimo de 5 avións por un período non inferior ao 50% do tempo das operacións das rutas establecidas neste prego, podendo este ser ampliado en cuxo caso se terá en conta na súa valoración.

- Air Nostrum LAM oferta as voces de promoción en voos como mellora en todos os avións da flota durante o mes de marzo nos anos 2018 e 2019, mellorando o período mínimo de exposición e achegan proposta da mensaxe.

b.- Revistas de a bordo ou distribución de folletos.

Inclusión del destino Vigo ou Rías Baixas, nun mínimo de 1 portada e 2 reportaxes na primeira anualidade do contrato e 2 portadas e 2 reportaxes na segunda e na terceira anualidade do contrato, sendo alo menos unha delas no período estival. Esta acción deberá desenvolverse nas revistas propias de a bordo.



En caso de non ter revista, esta acción poderá substituíse pola elaboración e **entrega de folletos** promocionais da cidade de Vigo e as Rías Baixas, para distribuír dentro dos avións, por conta do adxudicatario, cunha tirada mínima de 20.000 folletos promocionais para cada unha das anualidades, a distribuír nas datas que se considere mais adecuadas o Concello de Vigo para a promoción turística.

En ambos caso o material (fotografías, textos) será facilitado polo Concello de Vigo, si ben a montaxe, edición, impresión e outros custes derivados da actividade correrán a cargo do adxudicatario, que as realizará previa aprobación do Concello de Vigo.

Os licitadores deberán presentar na súa oferta proposta detallada.

-Air Nostrum LAM presenta proposta temática detallada sobre as portadas e as reportaxes cumprindo co mínimo esixido.

c.- Utilización como soportes publicitarios dentro do avión.

O licitador deberá de ofertar como mínimo 2 soportes entre os 3 que definen neste apartado. Air Nostrum LAM escolle os cabeceiros dos asentos e os elementos de maiordomía.

c.1.- Utilización dos compartimentos de equipaxe nun mínimo de 5 avións por un período non inferior a un mes na segunda e na terceira anualidade do contrato, podendo este ser ampliado en cuxo caso se terá en conta na súa valoración.

-Air Nostrum LAM non recolle este soporte publicitario na súa oferta.

c.2.-Utilización dos cabeceiros dos asentos nun mínimo de 5 avións por un período non inferior a un mes na segunda e na terceira anualidade do contrato, podendo este ser ampliado en cuxo caso se terá en conta na súa valoración.

- Air Nostrum LAM oferta os cabeceiros dos asentos en todos os avións que operan a red completa de voos regulares, supoñendo este punto unha mellora no cumprimento da acción. Ademais concreta o período de exposición no mes de marzo 2018 e 2019, reforzando así a proposta promocional de Semana Santa. Aportan proposta gráfica.

c.3.-Utilización de elementos de maiordomía (servilletas, toallíñas, posavazos, manteis) nun mínimo de 5 avións por un período non inferior a un mes na segunda e na terceira anualidade do contrato, podendo este ser ampliado en cuxo caso se terá en conta na súa valoración.

- Air Nostrum LAM oferta os elementos de maiordomía en todos os avións que operan a red completa de voos regulares, supoñendo este punto unha mellora no cumprimento da acción, e concreta o mesmo período de exposición, marzo 2018 e 2019. Aportan propostas gráficas en campañas similares.

2.- Accións online:

Deberán ofertarse alo menos 3 accións de entre as 4 seguintes. A compañía Air Nostrum



LAM se compromete a realizar 3 das accións e oferta ademais a mellora o envío de News letters on-line, polo que vai realizar todas as accións recollidas no prego técnico.

- a) Envío de alo menos **5 newsletters online** sobre o destino Vigo e as Rías Baixas, en cada unha das anualidades do contrato, a unha base de datos dun mínimo de 20.000 contactos.
- Air Nostrum LAM oferta 5 envíos na vixencia do contrato cunha base de datos de 25.000 contactos.
- b) Publicidade do destino Vigo e as Rías Baixas mediante a inclusión de alo menos **1 banner** destacado o Microsite ou anuncios específicos nas “homepage” da compañía durante toda a duración do contrato.
- Air Nostrum LAM oferta un banner en la totalidad de los meses de duración del contrato en la parte superior derecha, tanto en inglés como en castellano.
Así mesmo oferta a mellora dun banner rotatorio cun hipervínculo durante todo o contrato.
- c) **Ligazóns web** coa páxina de turismodevigo.org e turismoriasbaixas.com. Durante toda a duración do contrato, que poderán ser substitutas por campañas específicas indicadas polo Concello de Vigo.
- Air Nostrum LAM oferta ligazóns a web de Vigo e Rías Baixas durante a totalidade dos meses do contrato.
- d) Utilización das **redes sociais** para dar a coñecer o destino Vigo e Rías Baixas, mediante un mínimo de 4 publicacións ou impactos na primeira anualidade do contrato e 12 na segunda e na terceira anualidade do contrato.
- Air Nostrum LAM oferta 28 impactos de redes sociais, que divide nas distintas anualidades como esixe o prego técnico e conta con Twitter e Instagram.

3.- Accións offline:

O licitador deberá de ofertar como mínimo 4 accións de entre as 5 propostas.

Air Nostrum LAM prevé a realización das 5 accións propostas propoñendo, de novo, mellora das accións offline.

- a) Realización de **3 roldas de prensa**, unha por cada anualidade, de presentación dos destinos Vigo e Rías Baixas, vinculados ao obxecto do contrato para a consecución da promoción turística, así como as accións organizativas derivadas das mesmas; nota de prensa dirixida especificamente a cada un dos destinos obxecto do contrato, accións promocionais, etc.
- Air Nostrum LAM oferta unha rolda de prensa por cada anualidade, facendo un total de 3, e irán acompañadas de nota de prensa específicas.
- b) Organización dun mínimo de **1 viaxe de familiarización** (Presstrip ou Famtrip) dirixida a dar a coñecer o destino Vigo e Rías Baixas entre alo menos 4 medios de comunicación.
A viaxe deberá realizarse na primeira anualidade do contrato e os gastos de



Copia auténtica do orixinal - Concello de Vigo	Data impresión: 28/04/2017 08:21	Páxina 6 de 9
Expediente 6628/104	Código de verificación: 22E54-C23D4-8E2C8-2AE58	
Pode validar e/ou obter copia electrónica do documento utilizando o código QR da esquerda ou o código de verificación na dirección da sede electrónica http://www.vigo.org/csv		

desprazamento, manutención e aloxamento correrán a cargo do adxudicatario. A proposta deberá incluír unha lista dos medios de comunicación eventualmente convidados a participar na mesma.

- Air Nostrum LAM concreta o seu compromiso nunha viaxe de familiarización entre a lo menos catro medios de comunicación da Comunidad Valenciana, e suxire a temática da proposta.

- c) Realización dun mínimo **dunha acción de street marketing** na primeira e segunda anualidade do contrato co obxecto de dar a coñecer o destino Vigo e Rías Baixas mediante o uso das redes sociais.

A proposta debe indicar o tipo de acción e datas propostas para a realización das mesmas así como o número de billetes a sortear e a metodoloxía e empregar (Xogo de pistas, convocatoria en redes sociais, etc)

- Air Nostrum LAM comprométese a realizar 2 accións, unha na primeira anualidade e outra na segunda, sorteando dous premios de dous billetes de ida e volta para o gañador e acompañante, en total 8 traxectos. Ademais adxunta propostas de xogo de pistas.

- d) Realización dun mínimo dun **sorteo en medios** de Comunicación da Comunidade Valenciana e Balear na primeira e na segunda anualidade do contrato co obxecto de dar a coñecer o destino Vigo e Rías Baixas.

A proposta deberá indicar o tipo de acción e datas propostas para a realización das mesmas así como o número de billetes a sortear e a metodoloxía a empregar (sorteos en antena, uso de cupóns, etc) . Os contidos das accións deberán por en valor o destino Vigo e Rías Baixas.

- Air Nostrum LAM oferta dous sorteos en medios de comunicación da Comunidade Valenciana e Balear. Unha primeira anualidade e outro na segunda. Propón catro concursos con cinco premios cada un, facendo un total de 80 traxectos.

- e) Establecemento dunha **bolsa de billetes**, mínimo de 25 return tickets á disposición do Concello de Vigo, para o apoio e xestión da promoción turística de Vigo ao longo do período de duración do contrato.

- Air Nostrum LAM oferta 50 billetes de ida e volta o que fai un total de 100 traxectos, superando os mínimos esixidos no PPT.

VALORACIÓN FINAL.

- FORMA DE PUNTUACIÓN

Da cordo co establecido no Prego de Cláusulas Administrativas o “Sobre B” incluírá o Plan



de organización das accións de promoción co contido e requisitos descritos nas cláusulas 3, 4, e 5 do prego de prescricións técnicas.

A memoria xustificativa recolle na cláusula 5.1. os criterios avaliábles mediante xuízo de valor, que terán unha puntuación máxima de 30 puntos. O licitador deberá desenvolver unha memoria na cal describa o seu proxecto de promoción turística, na cal deberá recoller as súas propostas sobre as accións recollidas no **apartado 3 do prego de prescricións técnicas**, subapartados 3.1) e 3.2). Dita memoria deberá ser desenvolvida co suficiente grado de detalle tanto técnico como gráfico, co obxecto de poder ser valorada a calidade técnica das accións de promoción presentadas, así como a súa adecuación ao obxectivo final da campaña. A avaliación desta memoria atenderá á calidade e orixinalidade das propostas realizadas, a planificación e organización das accións a realizar e as propostas realizadas sobre os mínimos esixidos, e o sistema de seguimento e avaliación das accións de promoción conforme os seguintes apartados:

- Calidade, orixinalidade e impacto das accións de promoción propostas: serán valoradas ata un máximo de 14 puntos. (A puntuación dividirase proporcionalmente entre as accións)

- A compañía Air Nostrum LAM presenta un Plan de organización das accións de promoción que cumpre cos mínimos establecidos nos PPT e PCAP, aporta elementos diferenciadores de calidade e orixinalidade ao longo da toda a súa oferta, mellora os mínimos esixidos, conseguindo un incremento dos impactos das accións de promoción e pon en valor o seu coñecemento do mercado insular, xa que esta compañía leva voando ao mercado insular dende hai vinte anos, e coñece das demandas reais de pasaxeiros potenciais, permitindo así segmentar as accións de promoción co fin de atender a diferentes produtos turísticos.

Valoración da Calidade: 3 puntos.

Valoración da Orixinalidade: 3,5 puntos

Valoración do impacto das accións de promoción: 4,5 puntos

- Planificación e organización das accións a realizar, cronograma de execución das mesmas e incremento das accións sobre os mínimos esixidos na cláusula 3 do PPT: serán valoradas ata un máximo de 14 puntos. (A puntuación dividirase proporcionalmente entre as accións)

- Air Nostrum LAM reflexa en toda a oferta, unha planificación e organización metódica das accións, que incluso concreta nalgúns puntos, e que xira entorno a unha promoción específica, co fin de obter un maior impacto da promoción obxectivo deste contrato.

A mellora das accións queda reflectida ao longo de toda a oferta. Por un lado se amplían as accións mínimas esixidas, e por outro lado, se melloran aspectos das accións, tanto na calidade como na temporalidade de exposición, como reflexa a análise da oferta.



Copia auténtica do orixinal - Concello de Vigo	Data impresión: 28/04/2017 08:21	Páxina 8 de 9
Expediente 6628/104	Código de verificación: 22E54-C23D4-8E2C8-2AE58	
Pode validar e/ou obter copia electrónica do documento utilizando o código QR da esquerda ou o código de verificación na dirección da sede electrónica http://www.vigo.org/csv		

Ademais presenta un cronograma de execución claro e detallado que articula e visualiza con claridade o plan e organización das accións presentadas.

Valoración da Planificación e organización das accións: 4,2 puntos

Valoración do cronograma: 3,8 puntos

Valoración do incremento das accións: 4 puntos

- Sistema de seguimento e coordinación propostos: serán valoradas ata un máximo de 2 puntos. (A puntuación dividírase proporcionalmente entre as accións)

- Air Nortrum LAM propón un sistema de seguimento e coordinación das accións promocionais e servizos ofertados baseado na supervisión e comunicación continua ao Concello de Vigo. Considera clave a acreditación documental a través de cartas acreditativas do cumprimento dos servizos, certificación mensual dos servizos prestados, envío trimestral de dosieres informativos, reunións presenciais, comisión de seguimento, responsable da interlocución e a coordinación entre os seus equipos.

Valoración do seguimento: 1 punto

Valoración da coordinación: 0,7 puntos

- PUNTUACIÓN TOTAL

A compañía **Air Nostrum LAM, S.A.** obtén, tras o análise do Servizo de Turismo da oferta presentada, a puntuación de **24,7 puntos**, que corresponden coa valoración establecida aos criterios avaliábles mediante xuízo de valor, correspondentes ao “sobre B”

Vigo, 21 de abril de 2017

A técnica de Turismo

Asdo.: Fátima Dueñas

Conforme

A Concelleira Delegada da Área de Festas e Turismo

Asdo.: Ana Laura Iglesias González

