



CONTRATO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA PLATAFORMA MARKETPLACE DE LOGROÑO.

Expediente COM/6/2024

ACTA DE APERTURA DEL SOBRE 2.

Lugar: Sede de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de La Rioja.

Avenida Gran Vía nº 7, piso 7º, 26002 Logroño (La Rioja).

Fecha: 30/10/2024.

Comienzo: 14:00 horas.

Terminación: 15:00 horas.

Asistentes:

(i) El órgano de contratación, compuesto por las siguientes personas:

Presidente: Don Florencio Nicolás Aransay.

Vocal: Don Manuel Troya Santamaría.

Vocal: Don Fernando Cortezón Fernández.

Vocal: Doña Pilar Gil González.

(ii) Asesores técnicos:

Doña Laura Gil Vélez de Mendizábal, Responsable del Departamento de Comercio de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de La Rioja.

(iii) Asesores jurídicos:

Don Adolfo Alonso de Leonardo-Conde, asesor jurídico externo contratado por la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de La Rioja.



Don Florencio Nicolás Aransay procede a la apertura del sobre 2 presentado por la única licitadora, "CROSS MARKET MARKETING & COMMUNICATION CONSULTING, S.L.U.", procediéndose a la lectura de la propuesta técnica por los miembros del órgano de contratación, que comentan su contenido en voz alta, deliberando sobre la puntuación que se le debe atribuir en función de los criterios de adjudicación previstos en la cláusula 13ª.B) del PCAP. El resultado de la valoración es el siguiente:

1.- Plan de medios (hasta 50 puntos).

Se atribuye a la propuesta una valoración de **45 puntos**, ya que el número y periodicidad de las inserciones publicitarias propuestas es muy elevado habida cuenta del periodo de tiempo en que necesariamente deben producirse; los medios escogidos para dichas inserciones son los que más audiencia tienen en Logroño y La Rioja; el formato y ubicación de las inserciones es variado (faldones, banners -cintillos, roba páginas, etc.-); y el horario en el que se van a producir las inserciones en la radio es, asimismo, el que más audiencia presenta. No obstante, se considera que la propuesta, en lo que atañe a las RRSS, no es completa, al circunscribirse únicamente a las plataformas IG y FB, lo que explica la minoración de la puntuación máxima en 5 puntos. En definitiva, el plan de medios propuesto, en su conjunto, tiene en términos generales una gran capacidad potencial para comunicar, promover y difundir la plataforma *Marketplace* del comercio de Logroño, lo que justifica la puntuación asignada.

2.- Diseño, maquetación y producción de los flyers (hasta 20 puntos).

Se atribuye a la propuesta una valoración de **14 puntos**, ya que se considera original y creativa la imagen diseñada, así como vistosa y de una calidad estética buena, siendo reseñable que el mensaje "¡de aquí!" es visible y llamativo y, por lo tanto, apto para cumplir el objetivo de la campaña licitada: comunicar, promover y difundir la plataforma *Marketplace* del comercio de Logroño. También se valora positivamente la propuesta en lo tocante a la distribución territorial de los flyers, tanto entre los comerciantes como entre los consumidores. No obstante, se considera susceptible de mejora el contenido publicitario de los flyers, razón por la que se minoró la puntuación asignada en 6 puntos con respecto a la máxima posible.

3.- Diseño, maquetación, producción y colocación de carteles publicitarios (hasta 20 puntos).

Se atribuye a la propuesta una valoración de **14 puntos**, ya que se considera original y creativa la imagen diseñada, así como vistosa y de una calidad estética buena, siendo reseñable que el mensaje "¡de aquí!" es visible y llamativo y, por lo tanto, apto para cumplir el objetivo de la campaña licitada: comunicar, promover y difundir la plataforma *Marketplace* del comercio de Logroño. Asimismo, es destacable la distribución territorial que se propone para la ciudad de Logroño, fruto de un análisis demográfico específico. No obstante, se considera que la variedad de los tipos de soportes propuestos es susceptible de mejora, echándose en falta, por ejemplo, soportes tan efectivos como los vinilos en autobuses urbanos, soportes (pantallas) digitales o lonas. Tampoco se propone la colocación de soportes publicitarios en ciudades distintas de Logroño. Por todo ello, se minoró la puntuación asignada en 6 puntos con respecto a la máxima posible.



Por lo tanto, la valoración total de la propuesta conforme a los criterios de adjudicación previstos en la cláusula 13ª.B) del PCAP es de **73 puntos**.

En consecuencia, el órgano de contratación **ACUERDA** por unanimidad:

1º.- Valorar con 73 puntos la propuesta técnica (sobre 2) del licitador "CROSS MARKET MARKETING & COMMUNICATION CONSULTING, S.L.U."

2º.- Proceder seguidamente a la celebración de la sesión de apertura del sobre 3 de su proposición.

3º.- Publicar esta acta en el perfil del contratante, y notificarla a los licitadores a través de la dirección de correo electrónico designada en su solicitud de admisión a la licitación.

Y no habiendo más asuntos que tratar, se levanta la sesión.



Don Florencio Nicolás Aransay.



Don Manuel Troya Santamaría.



Don Fernando Cortezón Fernández.



Doña Pilar Gil González.



Doña Laura Gil Vélez de Mendizábal.



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE POLÍTICA TERRITORIAL
Y MEMORIA DEMOCRÁTICA



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



Logroño **Cámara**
La Rioja

Don Adolfo Alonso de Leonardo-Conde.