



**PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS Y
ADMINISTRATIVAS QUE RIGEN
LA CONTRATACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE
COMUNICACIÓN PARA LA DINAMIZACIÓN DEL
COMERCIO DE LOGROÑO 2018**

Referencia:	COM/06/2017	Procedimiento:	NEGOCIADO NO ARMONIZADO (TRAMITACIÓN DE URGENCIA)
Fecha:	18/12/17		

BRIEF DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO DE LOGROÑO 2018

1. PRESENTACIÓN

El Ayuntamiento de Logroño junto a la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de La Rioja, realizan anualmente una serie de campañas para dinamizar el comercio de Logroño. Se han realizado campañas con motivo de Navidad, el Día del Padre o de la Madre, el Black Friday, La Vuelta al Cole, etc.

Hasta ahora, el número y el motivo de las campañas han variado por diferentes criterios no obstante debe establecerse un método de medición único y objetivo con el que contabilizar el éxito de cada campaña como complemento a la misma. Además los datos extraídos generalmente deben ser cualitativos y no cuantitativos, por lo que debe buscarse como complemento un método concreto para comparar el éxito de las campañas.

El comercio minorista durante los últimos años ha sufrido una serie de cambios que supone un cambio en el servicio como en los productos ofertados. Los comercios de Logroño se enfrentan a unas dificultades competitivas:

- El auge del comercio online como un hábito de compra.
- La creación de nuevos outlets.
- La importación de productos a precios inferiores a los que tradicionalmente se han ofrecido.
- El establecimiento de los centros comerciales como referencia para algunos grupos de población.

El Ayuntamiento de Logroño ha emprendido la tarea de mejorar la dinamización del comercio de la ciudad para conseguir, no solo potenciar las ventas del comercio en momentos determinados del año sino mejorar el funcionamiento del comercio durante todo el año.

Los objetivos específicos de la estrategia de comunicación son:

1. Sensibilizar sobre la compra en el comercio de Logroño. Concienciar a los compradores sobre los beneficios que aporta a la sociedad comprar en los comercios de la ciudad.
2. Aumentar el atractivo del comercio de la ciudad hacia el comprador. Este es un objetivo fundamental porque establecerá las bases para sostener en el tiempo los comercios de la ciudad.
3. Resaltar las ventajas del comercio de Logroño ante a otros canales de venta como los centros comerciales, las tiendas online, etc.
4. Impulsar los índices de participación de los comercios en las diferentes campañas.
5. Concienciar a los comerciantes sobre la importancia de su propia implicación para mejorar el funcionamiento del comercio, buscando su mayor participación en cualquier acción que se realice.
6. Incorporar a los comerciantes como agentes activos de las campañas de dinamización.
7. Fomentar la vida económica de la ciudad y de los barrios a través de acciones y/o campañas que fomenten la compra de proximidad.
8. Presentar la actividad de compras como un atractivo turístico de la ciudad, que atraiga a clientes potenciales de poblaciones cercanas y regiones limítrofes.

Además de las acciones organizadas por el Ayuntamiento de Logroño junto a la Cámara de Comercio, la dinamización del comercio también se realiza en colaboración con:

- Asociaciones zonales que trabajan en diferentes barrios de Logroño.
- Asociaciones gremiales.
- Cátedra de Comercio de la Universidad de La Rioja.

Por otra parte, algunas acciones de dinamización cuenta con un presupuesto propio, como son:

- Logrostock.
- La iluminación de Navidad.

2. PÚBLICOS OBJETIVOS

El público objetivo al que van dirigida la estrategia de comunicación para la dinamización del comercio de Logroño se divide en:

- Un público primario el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en Logroño. Según el Departamento de Estadística y Banco de Datos del Ayuntamiento de Logroño, se contabilizan 151.111 personas, de las cuales 71.610 son hombres y 79.501 son mujeres.
- Los habitantes de otras poblaciones de La Rioja y de regiones colindantes a Logroño, que también son clientes potenciales de los comercios de Logroño.
- Los propios comerciantes de la ciudad, tanto del centro como de las diferentes zonas de la ciudad.

3. EMISOR DE LA COMUNICACIÓN

Los emisores de la comunicación para la dinamización del comercio de Logroño son:

- Ayuntamiento de Logroño.
- Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de La Rioja a través de Logroño Punto Comercio.

4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

A través de la estrategia de comunicación se pretende, además de dar más visibilidad a las acciones que se realicen durante el año 2018, potenciar los resultados obtenidos a través de las mismas.

4.1. Duración y calendario de la estrategia de comunicación

La duración de la estrategia de comunicación contempla un año: del 1 de febrero de 2018 al 31 de enero de 2019.

Deberá proponerse también, un cronograma anual de acciones y/o campañas dividido según las fechas y el público objetivo al que se dirige.

4.2. Contenido de la estrategia de comunicación:

La estrategia de comunicación para la dinamización del comercio en 2018 deberá contener los siguientes contenidos:

- Diagnóstico de la situación actual

- Elaboración de un diagnóstico de la situación actual de los comercios de Logroño a través de los informes y estudios disponibles (se podrán solicitar en la dirección de correo electrónico consultas@logronopuntocomercio.com):
 - Estudio sobre la capacidad de atracción comercial de Logroño (2016)
 - Estudio sobre las aptitudes de venta del comercio de Logroño (disponible a partir del 21/22 de diciembre).
- Análisis de las diferentes asociaciones comerciales zonales y gremiales de Logroño, zonas de actuación y análisis de sus objetivos y actividad con el objetivo de coordinar posteriormente las actuaciones. Valoración de las acciones de las asociaciones para una mejor organización y evitar duplicidades en las actividades.
- Elaboración de conclusiones y propuestas de mejora.

- Estrategia de comunicación

- Estructura general de la estrategia de comunicación y líneas de actuación.
- Estrategia de comunicación general.
- Tono y estilo para la comunicación para mantener la homogeneidad en todas las acciones.
- Acciones de dinamización, proponiendo diferentes tipos de campañas: temporales y continuas; dirigidas a los compradores y a los comerciantes, su presupuesto y calendario.
- Impacto de las acciones de dinamización a nivel global y de forma concreta en los diferentes barrios de la ciudad.

- Estructura de información del portal de comercio de Logroño (Logroño Punto Comercio), sugerencias.
- Propuesta de calendario anual de acciones y presupuesto.
- Reparto del presupuesto anual disponible para acciones de dinamización para cada acción. Para 2018 la previsión es de 225.000€ IVA incluido.
- Plan de reconocimiento a la labor del comercio minorista.
- Fomento de las asociaciones zonales y gremiales y coherencia entre sus acciones y las efectuadas por el Ayuntamiento de Logroño.
- Coherencia de imagen y comunicación
 - Diseñar una creatividad común que una la marca “Hola soy Logroño” con “Vamos de Compras”, en la que además deberán aparecer también las marcas del Ayuntamiento de Logroño, Logroño Punto Comercio y Cámara de Comercio. La imagen debe mantener coherencia entre la comunicación de ambas marcas y permitir además, una fácil adaptación a los diferentes diseños de las posibles campañas que se lleven a cabo. Esta composición se utilizará posteriormente como marco en todas las campañas que se lleven a cabo para dinamizar el comercio de Logroño.
 - La construcción estará preparada para diversos formatos y tamaños y obligatoriamente para una una medida 50x70 cm en formato vertical y horizontal.
- Análisis de los resultados de las acciones.
 - Prpuesta de nuevos métodos de análisis de resultados para cada acción desarrollada.
 - Los estudios de resultados deberán utilizar datos recogidos de participantes y no participantes en las campañas de forma anónima cuando proceda y con respuestas objetivas que permiten un análisis posterior.
 - Los análisis deben ser cuantitativos en su mayor parte.
- Redacción de briefs para las acciones.

- Crear una estructura para los briefs de cada campaña realizada durante 2018 de conformidad con la normativa de contratación de la Cámara de Comercio.
- Establecer un baremo para las campañas que potencie la transparencia de los concursos
- Consultoría.
 - Consultoría trimestral para realizar el seguimiento de la estrategia de comunicación.

5. OFERTA ECONÓMICA

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **13.500€ (IVA incluido)**.

6. PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

Las propuestas deberán ser remitidas en soporte físico en la sede de la Cámara de Comercio de La Rioja antes del **28 de diciembre a las 10 horas. Una vez realizada la apertura de las propuestas se remitirán por correo electrónico.**

6.1 Contenido de las propuestas

Las propuestas deben incluir:

- Propuesta reducida de la estrategia de comunicación.
- Propuesta de Calendario de acciones de dinamización para 2018 y presupuesto.
- Proposición de los datos que se valorarán para medir los resultados de las acciones.
- Propuesta económica.

7. VALORACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Se establecen los siguientes criterios para la elección de la propuesta ganadora:

7.1. Propuestas económicas

Hasta 2 puntos sobre 10 puntos totales. Se aplicará la siguiente fórmula:

$$4 \times \frac{\text{Precio de licitación de la oferta que se valora}}{\text{Precio de licitación con la oferta más baja}}$$

7.2 Propuestas Técnicas

- La originalidad, innovación (nuevas tecnologías) y planteamiento atractivo para los comerciantes: hasta 4 puntos.
- Viabilidad de la propuesta del estudio económico del reparto del presupuesto anual para acciones: hasta 2 puntos
- metodología en el seguimiento y evaluación de las acciones a desarrollar: hasta 2 puntos.

No se valorará la oferta económica de la propuesta que en este apartado no alcance los 5 puntos

No obstante la Cámara podrá declarar desierto esta contratación.

7.3. Entrega del plan completo de comunicación y materiales:

La empresa seleccionada deberá entregar el desarrollo del plan completo de comunicación y la documentación solicitada . También se entregará el material en PDF y en archivos compatibles con programas necesarios para su edición, como Microsoft Word, Adobe Illustrator o Photoshop.

Deberá facilitarse antes del 31 de enero de 2018.

8. CONTACTO TÉCNICO

Las empresas pueden dirigirse a Logroño Punto Comercio para consultar dudas y trasladar sus sugerencias:

Teléfono de contacto

[941 23 45 92](tel:941234592)

Email de contacto

consultas@logronopuntocomercio.com