

CONTRATO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN DE NAVIDAD 2021-2022

Ref. COM/02/2021

ACTA DE VALORACIÓN 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: 18/11/2021.

Comienzo: 13:00 horas.

Terminación: 14:30 horas.

Asistentes:

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

Presidente: Don Fernando Cortezón Fernández.

Vocal-Secretario: Don Florencio Nicolás Aransay.

Vocal: Doña Pilar Gil González.

Vocal: Don Manuel Troya Santamaría.

(ii) Asesores técnicos del órgano de contratación:

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

Los miembros del órgano de contratación proceden a analizar la propuesta técnica de los licitadores admitidos, y que se encuentra incluida en sus respectivos sobres 2, y tras las oportunas deliberaciones acuerdan por unanimidad otorgarles las siguientes puntuaciones de conformidad con los criterios de valoración enumerados en la cláusula 18ª.B) PCAP:

CRITERIO B.1.- Creación de la imagen general de la campaña de Navidad 2021-2022: hasta 20 puntos.

“CÓDIGO ZETA, S.L.U.”	10 puntos
“LCL COMUNICACIÓN, S.COOP.”	16 puntos
“TORRENTS CREATIVOS, S.L.”	20 puntos

“TORRENTS CREATIVOS, S.L.” merece la puntuación más alta (20 puntos) por cuanto que la imagen que propone es muy creativa, innovadora y original, lo que unido a su calidad estética y calidez, envuelve a quien lo observa en el espíritu de la Navidad. Además, compatibiliza a la perfección todo lo anterior con ensalzar el comercio de Logroño, que aparece resaltado en el centro de la imagen en perfecta coherencia con el todo y con el resto de los elementos que integran la campaña. El resultado de estas virtudes es que la imagen tiene la mayor capacidad potencial de entre las ofertadas para promover y hacer atractivo el comercio local durante la Navidad 2021-2022.

“LCL COMUNICACIÓN, S.COOP.” merece 16 puntos por cuanto que, ofertando una imagen que es atractiva y estéticamente de calidad, sin embargo no es original, ya que recuerda a la imagen empleada en campañas anteriores, así como a la imagen empleada por otras marcas para promocionar la Navidad (lo que puede generar en el consumidor cierta confusión). Asimismo, siendo la imagen atractiva, los colores empleados hace que resulte menos cálida que la merecedora de la máxima puntuación. Por lo demás, la imagen es plenamente coherente con el resto de elementos que integran la campaña propuesta.

“CÓDIGO ZETA, S.L.U.” merece la puntuación más baja (10 puntos), solo por el hecho de que la imagen empleada tiene una muy pequeña capacidad potencial para promover y hacer atractivo el comercio local durante la Navidad 2021-2022, ya que ni siquiera alude al comercio local de Logroño. Por lo demás, se considera que de las ofertadas, esta imagen es la de menor creatividad y originalidad, y aquella cuya calidad estética destaca menos.

CRITERIO B.2.- Programa de actividades: hasta 20 puntos.

“CÓDIGO ZETA, S.L.U.”	16 puntos
“LCL COMUNICACIÓN, S.COOP.”	15 puntos
“TORRENTS CREATIVOS, S.L.”	20 puntos

“TORRENTS CREATIVOS, S.L.” merece la puntuación más alta (20 puntos) por cuanto que ofrece un formato cuyo tamaño (el más grande de los propuestos), unido a la presencia en el centro de la portada del mensaje “todo lo que buscas está en el comercio de Logroño”, permite al consumidor tener bien visible en la mano la necesidad y conveniencia de apostar por el comercio local de Logroño y, por lo tanto, tiene la mayor capacidad potencial de entre las ofertadas para promover y hacer atractivo el comercio local durante la Navidad 2021-2022. La creatividad y originalidad del diseño, la calidad de los materiales propuestos, su claridad expositiva y la coherencia con el resto de elementos de la campaña, merecen también una muy buena valoración.

“CÓDIGO ZETA, S.L.U.” merece 16 puntos porque propone que las actividades principales o las que se consideren de interés, incluyan un código QR que permita al consumidor obtener información adicional y ampliada, e incluye asimismo un desplegable con el mapa de la ciudad de Logroño señalizando los puntos donde tendrán lugar los eventos más importantes de la campaña, considerándose estos elementos como muy capaces potencialmente para promover y hacer atractivo el comercio local durante la Navidad 2021-2022. La claridad expositiva y la

coherencia con el resto de elementos de la campaña, merecen también una muy buena valoración.

“LCL COMUNICACIÓN, S.COOP.” merece 15 puntos, dado que, incluyendo el programa una imagen que es atractiva y estéticamente de calidad, así como materiales de calidad, sin embargo no es original, como ya se ha dicho, y además la referencia al comercio local de Logroño no aparece reflejada en la portada del programa, sino en la parte de atrás, sin que esto se vea compensado con elementos adicionales que, como los ofertados por la anterior licitadora, coadyuven a concienciar al consumidor de la necesidad y conveniencia de hacer uso del comercio local de Logroño. La claridad expositiva y la coherencia con el resto de elementos de la campaña, merecen una muy buena valoración.

CRITERIO B.3.- Soportes para la imagen general de la campaña: hasta 20 puntos.

“CÓDIGO ZETA, S.L.U.”	15 puntos
“LCL COMUNICACIÓN, S.COOP.”	20 puntos
“TORRENTS CREATIVOS, S.L.”	10 puntos

“LCL COMUNICACIÓN, S.COOP.” merece la mejor puntuación (20 puntos), porque ha presentado en este punto la oferta más completa: mayor número de mupis, autobús urbano y scrollers digitales.

“CÓDIGO ZETA, S.L.U.” merece la segunda mejor puntuación (15 puntos) porque ha presentado en este punto la segunda oferta más completa: segundo mayor número de mupis y autobús urbano.

“TORRENTS CREATIVOS, S.L.” merece la puntuación más baja (10 puntos) por cuanto que únicamente ofrece los soportes mínimos exigidos por el PPT.

CRITERIO B.4.- Plan de medios: hasta 20 puntos.

“CÓDIGO ZETA, S.L.U.”	10 puntos
“LCL COMUNICACIÓN, S.COOP.”	16 puntos
“TORRENTS CREATIVOS, S.L.”	20 puntos

“TORRENTS CREATIVOS, S.L.” merece la puntuación más alta (20 puntos) por cuanto que su plan de medios es el más completo, ya que oferta: el mayor número de inserciones en prensa escrita gratuita; En la prensa digital incluye campaña de venta por IP en larioja.com con más inserciones 150.000 impresiones; el mayor número de cuñas y de mayor duración en emisoras de radio; y como mejora inserciones en las televisiones locales. A lo que debe sumarse que, en su conjunto, los formatos, duración, horarios, ubicaciones, periodicidad, tamaño, audiencia de los medios en que se propone hacer

las inserciones y diversidad de éstas, son los que potencialmente presentan una mayor capacidad para promover y hacer atractivo el comercio local durante la Navidad 2021-2022.

“LCL COMUNICACIÓN, S.COOP.” merece 16 puntos, ya que, sin incluir en su propuesta publicidad televisiva como mejora, sí presenta la segunda mejor oferta en cuanto a número de inserciones en prensa escrita de pago, número de inserciones en la prensa escrita gratuita, número de inserciones en la prensa digital y número de cuñas en emisoras de radio. A lo que debe sumarse que, en su conjunto, los formatos, duración, horarios, ubicaciones, periodicidad, tamaño, audiencia de los medios en que se propone hacer las inserciones y diversidad de éstas, son los que potencialmente presentan una segunda mayor capacidad para promover y hacer atractivo el comercio local durante la Navidad 2021-2022. Es de valorar que es la oferta que mejor detalla la promoción en redes sociales.

“CÓDIGO ZETA, S.L.U.” merece la puntuación más baja (10 puntos) porque, cumpliendo los mínimos exigidos por el PPT, es la que oferta el más bajo número de inserciones en prensa escrita de pago, número de inserciones en la prensa escrita gratuita, número de inserciones en la prensa digital y número de cuñas en emisoras de radio.

CRITERIO B.5.- Distintivo común con la imagen general de la campaña para colocarlo en los comercios de Logroño inscritos: hasta 10 puntos.

“CÓDIGO ZETA, S.L.U.”	5 puntos
“LCL COMUNICACIÓN, S.COOP.”	9 puntos
“TORRENTS CREATIVOS, S.L.”	10 puntos

“TORRENTS CREATIVOS, S.L.” merece la puntuación más alta (10 puntos) por cuanto que el distintivo propuesto es el más original y creativo, y tiene una alta calidad estética, situándose en primer lugar en cuanto a su vistosidad.

“LCL COMUNICACIÓN, S.COOP.” merece 9 puntos, ya que el distintivo propuesto es el segundo más original y creativo, tiene una alta calidad estética, y se considera el más vistoso en su configuración de doble distintivo circular.

“CÓDIGO ZETA, S.L.U.” merece la puntuación más baja (5 puntos) porque sus distintivos se consideran los menos originales, creativos y de más baja calidad estética de entre los ofertados. Por otro lado, aunque uno de los distintivos pueda ser el más vistoso de los propuestos, su tamaño es tan grande que en la mayor parte de los comercios de Logroño supondrá dejar tapado una parte de escaparate demasiado amplia.

En resumen, los licitadores han obtenido la siguiente puntuación total en relación con su propuesta técnica (sobre 2):

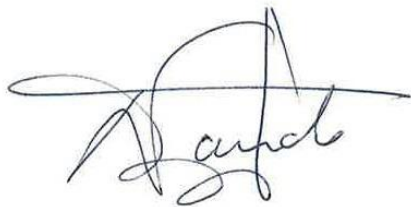
"CÓDIGO ZETA, S.L.U."	56 puntos
"LCL COMUNICACIÓN, S.COOP."	76 puntos
"TORRENTS CREATIVOS, S.L."	80 puntos

Como consecuencia de todo lo anterior, el órgano de contratación ACUERDA por unanimidad:

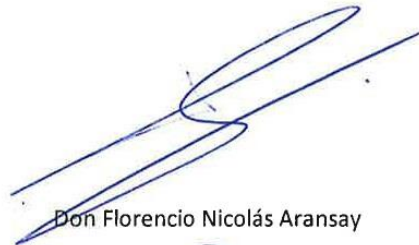
1º.- Valorar las propuestas técnicas de los distintos licitadores (sobres 2) en los términos indicados anteriormente.

2º.- Publicar este acta en el perfil del contratante.

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



Don Fernando Cortezón Fernández



Don Florencio Nicolás Aransay



Don Manuel Troya Santamaría



Doña Pilar Gil González



Doña Laura Gil Vélez de Mendizábal