

Rectificación del pliego que se publicó en fecha 7 de febrero con este alcance:

Donde ponía: "La obtención de la máxima rentabilidad en términos de audiencia de los impactos contemplados en la propuesta publicitaria" Debe de poner: "La estrategia publicitaria más eficaz que tenga en cuenta los objetivos de la acción y su público objetivo."

La presentación de ofertas se amplía hasta el día 13 de febrero de 2019, con lo que el pliego queda consolidado en estos términos:

La Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de La Rioja, con el patrocinio del Ayuntamiento de Logroño y el Gobierno de La Rioja, a través de la ADER tiene prevista la realización la feria de oportunidades Logrostock XVII edición, los días 1, 2 y 3 de marzo de 2019.

Objeto:

El objeto de esta carta es la petición de presupuestos para el desarrollo de la campaña de comunicación en medios de la feria Logrostock XVII edición.

Público objetivo:

El público objetivo de la campaña es:

- primero los ciudadanos de poblaciones limítrofes a Logroño, sean de la Comunidad Autónoma de La Rioja o de otras Comunidades Autónomas.
- segundo, la población de Logroño con el fin de que participen en la campaña comercial.

Duración del contrato:

La campaña debe desarrollarse entre el 24 de febrero y el 3 de marzo.

Obligaciones del adjudicatario:

Este presupuesto destinado a difusión en medios de comunicación deberá incluir:

- a) Desarrollo de la campaña de comunicación del evento incluyendo diseño y realización de las inserciones (cuñas de radio, spots, banners, anuncios en prensa, etc...).
- b) Campaña de promoción del Certamen en medios de comunicación local, regional y de comunidades limítrofes, incluyendo el coste de las inserciones.

El 30% para Logroño y el 70% para fuera de la capital riojana: poblaciones limítrofes tanto de La Rioja, (contemplando medios tanto de la Rioja Alta como de Rioja Baja) como de otras Comunidades Autónomas.

Deberán contemplarse en la propuesta:

- prensa escrita de pago.
- al menos dos medios de prensa escrita gratuita.
- al menos tres emisoras de radio.

- al menos dos televisiones.
- publicaciones on line.

Fechas:

Una vez finalizada la campaña, la empresa adjudicataria procederá a entregar a la Cámara de Comercio los justificantes de las apariciones de la totalidad de las inserciones. Junto a los justificantes de estas inserciones enviará una valoración y evaluación final de la campaña.

La empresa deberá presentar:

- El número y tipo de inserciones propuestas en cada medio
- La audiencia de cada medio propuesto (OJD / EGM...)
- El presupuesto destinado a cada medio de comunicación y el porcentaje sobre el total del presupuesto que se le asigna a cada medio.
- Cuadro comparativo con el número de inserciones en cada medio de comunicación correspondientes a prensa, radio y otros medios en Logroño y un segundo cuadro comparativo especificando lo anterior para fuera de Logroño.
- El presupuesto deberá incluir los gastos de adaptaciones de los originales a los medios y soportes propuestos.
- El presupuesto global de la campaña, con el desglose de la distribución en porcentajes de lo correspondiente a Logroño y fuera de Logroño.
- El cronograma de la campaña así como un plan de trabajo sobre la forma de ejecución de la misma.

Documentación:

La empresa deberá justificar:

- El número y tipo de inserciones propuestas en cada medio.
- La audiencia de cada medio propuesto (OJD/EGM...).
- El presupuesto destinado a cada medio de comunicación y el porcentaje sobre el total del presupuesto que se le asigna a cada medio.
- El presupuesto global de la campaña, con desglose de la distribución en porcentajes de lo correspondiente a Logroño y fuera de Logroño.
- Cronograma de la campaña.

Condiciones de ejecución:

- Las propuestas se enviarán en formato físico y por correo electrónico.
- El presupuesto debe ir destinado a emplazamientos publicitarios, no a entrevistas o a espacios informativos.
- Cada empresa no podrá presentar más de una proposición.
- Un mismo medio o grupo de comunicación no podrá disponer de una inversión superior al 40% del total **del importe del valor de la campaña publicitaria.**

Presupuesto y precio del contrato:

- El valor estimado del contrato se fija en la cantidad total de 14.500 euros, sin IVA
- El precio del contrato será el que resulte de la adjudicación en función de la proposición seleccionada, sin que en ningún caso pueda ser superior al tipo de licitación que a tal efecto se fija.
- El precio del contrato comprende todos los gastos que la empresa deba realizar para el normal cumplimiento de las prestaciones contratadas, sin que puedan ser repercutidos como partida independiente.

Seguimiento y evaluación:

El seguimiento y control de la consecución de los objetivos y de la eficiencia y eficacia de la contratación efectuada, así como la evaluación final de la campaña se llevará a cabo por los departamentos de Comercio y de Comunicación de la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de La Rioja.

Criterios:

Para la decisión final se tendrán en cuenta algunos factores como:

- La diversidad territorial de la campaña de comunicación.
- La estrategia publicitaria más eficaz que tenga en cuenta los objetivos de la acción y su público objetivo.

Una vez finalizada la campaña, la empresa adjudicataria procederá a entregar a la Cámara de Comercio (departamento de Comercio y dirección de Comunicación) los justificantes de las apariciones de la totalidad de las inserciones. Junto a los justificantes de estas inserciones enviará una valoración final de la campaña.

La liquidación del presupuesto se realizará al término de la campaña, a la finalización de la prestación de los servicios.

La fecha tope de presentación de ofertas: 12 de febrero en la Cámara de Comercio e Industria de La Rioja (Gran Vía 7, 7ª planta).

El incumplimiento de alguna de las condiciones que contempla esta petición de presupuestos podrá conllevar la desestimación de la oferta presentada.

Logroño, a 11 de Febrero de 2019