

INFORME TÉCNICO EXPTE. CONTRATACIÓN (C101-06CV-0924-0080)

La Empresa Pública para el Turismo y el Deporte de Andalucía (en adelante EPGTDA) convoca esta licitación pública para la contratación de los servicios de organización, coordinación y ejecución de una acción de marketing dirigida a público final con la campaña "Sevilla... también" en Francia.

En el presente informe técnico se muestra el análisis de la única oferta recibida, así como el resumen de puntuación obtenido, siempre en relación a la documentación exigida para el sobre B según el Pliego de Cláusulas Particulares, a saber:

- Documentación sobre creatividad y originalidad de la propuesta: innovación del evento, adecuación del diseño al claim "Sevilla... también".
- Documentación sobre desarrollo y ejecución de la acción: planificación detallada de las actividades, gestión logística de recursos, capacidad de implementación técnica.
- Documentación sobre impacto visual y participación del público: atractivo visual del espacio, dinamización y participación del público.
- Documentación sobre sostenibilidad y responsabilidad social: medidas ambientales e iniciativas de responsabilidad social.

Los criterios de adjudicación por aplicación de un juicio técnico de valor, en base a la propuesta de organización, coordinación y ejecución de la acción de marketing arriba indicada, así como de la relación con EPGTDA, son un máximo de 50 puntos, distribuidos de la siguiente forma:

1. Creatividad y originalidad de la propuesta (20 puntos)
 - a. Innovación del evento, máximo 10 puntos
 - b. Adecuación del diseño al claim, máximo 10 puntos
2. Desarrollo y ejecución de la acción (20 puntos)
 - c. Planificación detallada de las actividades, máximo 10 puntos
 - d. Gestión logística de recursos, máximo 5 puntos
 - e. Capacidad de implementación técnica, máximo 5 puntos
3. Impacto visual y participación del público (6 puntos)
 - f. Atractivo visual del espacio, máximo 3 puntos
 - g. Dinamización y participación del público, máximo 3 puntos
4. Sostenibilidad y responsabilidad social (4 puntos)
 - h. Medidas ambientales, máximo 2 puntos
 - i. Iniciativas de responsabilidad social, máximo 2 puntos

La oferta analizada a continuación cuenta con la documentación mínima exigida.

Análisis de oferta recibida

1. Grupo Renta Todo, S.L.

Se trata de una oferta clara y concisa en su presentación, en la que se enumeran diferentes espacios posibles para la ejecución de la acción de marketing, justificando de manera adecuada la elección final en cada ciudad. Desglosada la información por apartados:



Creatividad y originalidad de la propuesta

a) Innovación del evento.

- "(...) destaca sobre tres pilares fundamentales.
 - Tecnología
 - Big Data
 - Atención personalizada"
- "Tecnología (...) Bajo esta premisa planteamos el uso de dos pantallas de led de gran formato y máxima calidad, que nos permiten hacer visible el espacio de una forma diferente a través del movimiento de las imágenes, generando una atracción para el público presente."
- "También contamos con equipo de sonido con gestión inalámbrica (...)".
- "También incluimos el uso de una aplicación juego donde los usuarios de la promoción puedan participar a través de un juego (...)".
- "(...) incluye el sistema DOOH de los dos centros comerciales que nos ofrecen soportes digitales donde poder lanzar nuestra publicidad de 10 segundos cada minuto, haciendo visible la promoción desde cualquiera de los accesos."
- Dos ordenadores táctiles para el uso de la aplicación.
- Big Data: los datos recogidos de los participantes en el juego permitirán el análisis posterior de los perfiles de usuarios asistentes a la acción, su impacto real y los puntos fuertes y débiles de la misma.
- Posteriormente se les enviará email de agradecimiento por su participación y una invitación a viajar a Sevilla y su provincia.
- Atención personalizada: "(...) contaremos con un equipo de dos dinamizadores (...)".
- "(...) realizarán acciones de activación en el centro comercial entregando códigos QR para que todo el mundo pueda ver la información de la promoción y conocer dónde estamos y qué pueden conseguir si nos visitan."

b) Adecuación del diseño al claim

- Traducción al francés.
- "Para darle un toque más andaluz y sevillano hemos integrado el lunar como elemento clásico de nuestra cultura y tradiciones."
- "(...) el uso del color rojo clavel y el amarillo para identificar lunares y valores que se mezclan con gráficas (...)".
- "(...) crear una línea de tiempo con los videos de campaña y piezas animadas con mensajes que destacan los valores de la oferta que se rematan con una invitación a actuar, a moverse y venir a conocer el destino."
- Uso de los seis perfiles indicados en el Pliego de Prescripciones Técnicas, "(...) uniéndolos a los cinco sentidos más la necesidad de moverse para visitarla."

Desarrollo y ejecución de la acción

c) Planificación detallada de las actividades

- Programa detallado de actividades para cada ciudad.
- Expone funcionamiento de la "aplicación táctil donde los usuarios podrán registrarse y participar a través de un juego de preguntas con imágenes en la activación de su participación en el sorteo de lotes de productos gastronómicos de la provincia de Sevilla."
- Enumera productos que formarán parte de las degustaciones gastronómicas.



- Presenta al artista, natural de Carmona (Sevilla), que ofrecerá las actuaciones musicales.
- Dinamización del stand, de forma estática con los contenidos programados en las pantallas LED, y de forma dinámica con los dos dinamizadores y los códigos QR.

d) Gestión logística de recursos

- "(...) equipo técnico que será el responsable de la producción, transporte, montaje, mantenimiento durante el evento y desmontaje." y estará activo durante todo el evento.
- Formado por 7 personas: coordinador, técnico carpintero, técnico electricista, técnico audiovisual, 2 dinamizadores, especialista cortador.
- Propuesta de calendario de transporte de material para ambas ciudades.
- Realizada la gestión de permisos para la contratación de las localizaciones.

e) Capacidad de implementación técnica

- Todos los equipos propuestos son de "(...) última generación y trabajan con la máxima eficiencia tanto energética como de calidad."
- Dos pantallas LED PL2.5 de 3.5x2mts, equipo de sonido Yamaha (altavoz Yamaha Dbr15, mesa de mezclas digital compacta y portátil DM3 Standard, micrófono Shure Beta 58A), dos tablets de última generación con soporte.

Impacto visual y participación del público

f) Atractivo visual del espacio

- Dos pantallas LED de 3.5x2mts como parte central del stand mostrando contenido audiovisual continuo de la provincia de Sevilla.
- Dos tablets con aplicación táctil en dos mostradores a cada lado del stand para atraer la curiosidad del visitante.
- Las degustaciones y las actuaciones musicales aportan vida y hacen destacar al entorno digital propuesto.
- Dos dinamizadores para captar visitantes y ofrecer información y trato personalizado.

g) Dinamización y participación del público

- "Atracción de los usuarios del centro comercial a través del impacto visual de los contenidos que proyectamos en las dos pantallas de led de gran formato (...)"
- "Captación de público a través del uso de la aplicación juego donde activan su participación en sorteos."
- "Nuestros dos dinamizadores invitarán a participar bien dentro del stand o bien a través de los códigos QR en la búsqueda de público en el entorno más próximo del espacio promocional (...)"
- Uniforme personalizado con imagen de la campaña para los dinamizadores.

Sostenibilidad y responsabilidad social

h) Medidas ambientales

- Equipos, materiales y mobiliario de alquiler para su reutilización.
- "Tiempo de prueba de los medios audiovisuales programado para evitar consumos innecesarios."
- Retirada selectiva de residuos.



- i) Iniciativas de responsabilidad social
- Accesibilidad física por espacio sin barreras y uso de tablets.
 - Accesibilidad auditiva por textos en francés en el contenido audiovisual.
 - Dinamizadores contratados de forma local.

Desglose de puntuación

1. Creatividad y originalidad de la propuesta (20 puntos)
 - a. Innovación del evento, máximo 10 puntos
6 puntos
 - b. Adecuación del diseño al claim, máximo 10 puntos
10 puntos
2. Desarrollo y ejecución de la acción (20 puntos)
 - c. Planificación detallada de las actividades, máximo 10 puntos
10 puntos
 - d. Gestión logística de recursos, máximo 5 puntos
5 puntos
 - e. Capacidad de implementación técnica, máximo 5 puntos
2 puntos
3. Impacto visual y participación del público (6 puntos)
 - f. Atractivo visual del espacio, máximo 3 puntos
3 puntos
 - g. Dinamización y participación del público, máximo 3 puntos
3 puntos
4. Sostenibilidad y responsabilidad social (4 puntos)
 - h. Medidas ambientales, máximo 2 punto
1 punto
 - i. Iniciativas de responsabilidad social, máximo 2 puntos
1 punto

Resumen de puntuación obtenido

Empresa licitadora	1		2			3		4		Total
	a	b	c	d	e	f	g	h	i	
Grupo Renta Todo, S.L.	6	10	10	5	2	3	3	1	1	41

Málaga, 18 de octubre de 2024

Técnico Administrativo Área de Turismo