



INFORME TÉCNICO DE VALORACIÓN DE CRITERIOS CUALITATIVOS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE SECRETARÍA TÉCNICA, ORGANIZACIÓN Y CAPTACIÓN, PATROCINIO CONGRESO DE MACROEVENTOS URBANOS SOSTENIBLES Y SEGUROS SF 365 LAB EN EL MARCO DEL PROYECTO PSTD PAMPLONA SF365 DENTRO DEL PRTR FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA-NEXTGENERATION-EU. CONT_SERVICIOS/2023/10

Con el objeto de realizar la valoración de los criterios sujetos a juicio de valor establecidos en la documentación que rige la licitación, de las ofertas presentadas al procedimiento arriba indicado, las miembros de la Comisión Técnica de Valoración, emiten el presente informe de valoración.

OFERTAS PRESENTADAS

Con fecha 17/05/2023 se procedió a la apertura de los sobres B, que contienen la documentación relativa a la oferta técnica, de las empresas que han presentado oferta al presente expediente de licitación, indicadas a continuación:

Nombre del licitador	CIF
EVENTOS NAVARRA, S.L.	B31815251
MATUKIO, S.L.	B76118991
UTE CM&NACAP	-

VALORACIÓN DE LAS PROPUESTAS

De acuerdo con el apartado L de las Condiciones Particulares del Contrato (en adelante, CPC), los criterios de adjudicación objeto de valoración en el presente informe son los establecidos a continuación:

a) Planificación y Metodología (20 puntos)

EVENTOS NAVARRA, S.L.: 11 puntos

La metodología propuesta por EVENTOS NAVARRA S.L. es insuficiente, no ofreciendo información concisa de cuál va a ser la hoja de ruta que se va a seguir para cumplir con el correcto desarrollo de las actividades de gestión, organización, asesoramiento y secretaría técnica. Indica las tareas que se desarrollarán y el material que se entregará a los asistentes, pero no propone una estrategia ni un orden que facilite comprender cómo se va a desarrollar la asistencia técnica y cuál será su planificación para el correcto desarrollo del congreso. El

cronograma empleado para el cumplimiento de los plazos de ejecución es muy básico y poco visual.

En cambio, las acciones propuestas encaminan al logro de los objetivos del congreso y el porcentaje de presupuesto asignado a cada una de las partidas de gasto resulta idóneo para el correcto desarrollo del congreso.

MATUKIO, S.L.: 14 puntos

La metodología de trabajo propuesta por la empresa MATUKIO, S.L. es clara, propone la hoja de ruta del congreso con todas las actividades que se realizarán (las cuales resultan idóneas a la hora de planificar un evento), la asignación de recursos a cada una de las actividades que se llevarán a cabo para la realización del congreso es correcta y se contemplan las actividades críticas que hay que tener en cuenta.

UTE CM&NACAP: 18 puntos

La UTE propone una línea metodológica clara y realista con la consecución detallada de cada una de las actuaciones y la asignación de recursos que se llevará a cabo para la correcta planificación del congreso y la identificación de elementos críticos. El cumplimiento de plazos también es claro y cumple con los hitos de entrega.

Los porcentajes provisionales que se destinarán a cada fase del evento son acordes a la importancia que cada actividad tiene dentro del congreso.

b) Plan de Comunicación (12 puntos)

EVENTOS NAVARRA, S.L.: 6 puntos

Pese a que las actuaciones que se llevarán a cabo dentro del Plan de Comunicación presentado por la empresa EVENTOS NAVARRA, S.L. están encaminadas a cumplir con los objetivos que se pretenden cubrir con él, no se establece una estrategia que guíe el plan de comunicación, es decir, la definición de los objetivos claros y aplicables al mismo, diseño del plan de acciones más idóneas para cumplir los objetivos, fidelización...

La propuesta incluye la creación de un gabinete de prensa que se valora muy positivamente, la presentación de un press clipping con todas las menciones al congreso que hayan aparecido en los medios de comunicación, pero no se menciona la realización del seguimiento de la repercusión que haya tenido el congreso una vez finalizado. Incluye el desarrollo de eposters como estrategia de comunicación.

Como valores añadidos, se propone la creación de una página web, redes sociales y app propia del congreso.

MATUKIO, S.L.: 5 puntos

La empresa MATUKIO, S.L. ha propuesto un plan de comunicación muy claro y que permite alcanzar los objetivos que se proponen. Se explican de forma detallada las acciones que se realizarán para desarrollar el plan de comunicación, crear mayor repercusión y

reconocimiento del congreso, atraer un mayor número de asistentes al congreso y posicionamiento de marca. En contrapartida, no se detalla la ejecución de un gabinete de prensa (notas de prensa, noticias...), tampoco se propone un seguimiento de la repercusión que ha tenido el congreso una vez finalizado.

Como valores añadidos, se propone la creación de una página web y redes sociales propias del congreso.

UTE CM&NACAP: 12 puntos

La UTE CM&NACAP, ha propuesto un plan de comunicación con una buena estructura de contenidos para desarrollar la consecución de las actuaciones que se proponen, la cuales aparecen perfectamente detalladas, y qué estrategia se va a seguir para su ejecución. La empresa ha aportado un plan de comunicación por fases donde se contempla qué acción se realizará en cada fase, incluyendo promoción de actuaciones del PSTD, redacción de notas de prensa, gabinete de prensa y medios. Además, se aporta un retrotiming con los plazos de ejecución de cada una de las acciones.

c) Plan de Patrocinio (8 puntos)

EVENTOS NAVARRA, S.L.: 6 puntos

La empresa EVENTOS NAVARRA, S.L., propone un plan de patrocinios dividido en dos fases.

La primera fase incluye la propuesta de dos acciones para captar patrocinadores: un estudio de perfil de las empresas que se pretende atraer y el diseño de un dossier de colaboración. La propuesta no entra en detalles de los medios que se utilizarán para captar a los patrocinadores. Pese a que la información se recoge de manera clara, no se hace referencia a las acciones específicas que se utilizarán para captar a los diferentes patrocinadores. El cronograma de captación de patrocinadores es muy limitado en el tiempo.

En la segunda fase se proponen diez actividades del programa complementario muy interesante y realizable.

MATUKIO, S.L.: 7 puntos

La empresa MATUKIO, S.L. propone una hoja de ruta a seguir para la captación de posibles patrocinadores basada en el establecimiento de empresas objetivos. Se identifican detalladamente las formas de patrocinio que se ofrecerán a los patrocinadores.

Pese a que la información se recoge de manera clara, no se hace referencia a las acciones específicas que se utilizarán para captar a los diferentes patrocinadores.

Por otra parte, la empresa ofrece tres actividades del programa complementario, una de las cuales no se considera idónea ya que consiste en la organización de un gran desfile por las calles del centro pamplona con representaciones de los Macro eventos que se celebran a nivel internacional (carnaval de Rio de Janeiro o el Oktoberfest son algunas de las propuestas),

debido a que el centro de Pamplona no está acondicionado para albergar un desfile de esas magnitudes, al ser las calles estrechas y poco accesibles.

UTE CM&NACAP: 8 puntos

La UTE CM&NACAP ha hecho una propuesta muy detallada y bien enfocada de cómo se pretende llevar a cabo el programa de patrocinio. Aportan un estudio detallado y una valoración de las compañías más idóneas para este tipo de evento y la consecución de las acciones de marketing en RRSS para captar al perfil objetivo de patrocinador, proponiendo un programa de activos dependiendo de la categoría del patrocinador, con las ventajas que se tendrá.

En lo que se refiere a las actividades complementarias se proponen tres actividades, las cuales según su justificación serían atractivas tanto para los patrocinadores como para los asistentes.

d) Medidas propuestas para reducir el Impacto Medioambiental del Evento (7 puntos)

EVENTOS NAVARRA, S.L.: 7 puntos

Eventos Navarra, S.L. propone la realización de un plan de sostenibilidad del evento, pero no se detalla en la explicación cómo se estructurará el plan de sostenibilidad o cuáles serán las acciones específicas que se llevarán a cabo dentro de él para reducir el Impacto Medioambiental, describe de manera superficial el desarrollo de este plan, por lo que no queda clara su propuesta.

Por otra parte, se propone la utilización de la calculadora de huella de carbono de la que dispone el Ayuntamiento de Pamplona, para calcular la huella del congreso y para su compensación, se propone la puesta en práctica de un proyecto de sumidero de carbono por reforestación.

Se propone la realización de una encuesta como herramienta para calcular la huella de carbono de los asistentes mediante una encuesta sobre la logística de su viaje y estancia en Pamplona durante el congreso.

MATUKIO, S.L.: 3 puntos

La empresa MATUKIO, S.L. pretende certificar el evento mediante el cálculo de su huella de carbono validando el Congreso con el Certificado Huella de Carbono CO2 de AENOR, utilizando la herramienta de medición de la huella de carbono del Ayuntamiento de Pamplona.

Por otra parte, se establecen una serie de propuestas que se llevarán a cabo en el congreso algunas de ella: la utilización de vehículos eléctricos para el transporte de ponentes o la instalación de placas solares en la cubierta del edificio, cuya ejecución no se considera factible por el corto plazo de ejecución y los costes que irían asociados.

UTE CM&NACAP: 7 puntos

La UTE CM&NACAP propone un programa detallado de medidas de reducción del impacto ambiental, agrupadas en las 6 categorías que más afectarán al congreso: movilidad, energía, compras/servicios, infraestructuras, residuos y comunicación. Las medidas que se proponen se consideran factibles de ejecutar y contribuyen a que el evento sirva de ejemplo en sostenibilidad para futuros eventos.

Por otra parte, se han propuesto medidas de compensación viables y claras para conocer el grado de ahorro energético que se ha producido en el desarrollo del evento mediante estudios realizados por compañías especialistas, cuestionarios a los asistentes al congreso sobre desplazamientos o planteamiento al Ayuntamiento de a qué acciones a realizar para compensación de la huella de carbono generada por la realización del congreso.

e) Acciones Innovadoras (3 puntos)EVENTOS NAVARRA, S.L.: 3 puntos

La empresa EVENTOS NAVARRA, S.L. ha proporcionado once acciones. De todas ellas, destacan al menos 3 propuestas innovadoras: la acreditación plantable, los e-posters o la medición de la huella de carbono de los asistentes.

MATUKIO, S.L.: 1 punto

La empresa MATUKIO, S.L. ha propuesto tres acciones, dos de las cuáles se consideran poco innovadoras. Además, se ha estimado que son difícilmente realizables en la práctica ya que conllevaría una implicación política y técnica municipal que excede del trabajo de la empresa. Es el caso del Certificado de los Sanfermines como Gran Evento Sostenible, y que los Sanfermines se certifiquen como GRAN EVENTO para prevenir el acoso en todos los ámbitos de la fiesta.

UTE CM&NACAP: 3 puntos

La empresa UTE CM&NACAP ha propuesto tres acciones innovadoras, las cuales resultan muy interesantes tanto para la ejecución del congreso como para llamar la atención de los asistentes, las propuestas son innovadoras y siguen la temática de sostenibilidad y Sanfermines que se pretende transmitir.

- Holograma humano vestido de pamplonica para la presentación del congreso.
- Acceso de control biométrico al evento.
- Visualización de vídeo con gafas 3D mostrando el impacto residual de los Sanfermines durante las fiestas.



RESUMEN PUNTUACIÓN

CRITERIO DE VALORACIÓN	PUNTUACIÓN MÁXIMA	EVENTOS NAVARRA, S.L.	MATUKIO, S.L.	UTE CM&NACAP
a) Planificación y Metodología	20	11	14	18
b) Plan de Comunicación	12	6	5	12
c) Plan de Patrocinio	8	6	7	8
d) Medidas propuestas para reducir el Impacto Medioambiental del Evento	7	7	3	7
e) Acciones Innovadoras	3	3	1	3
TOTAL	50	33	30	48

Silvia Azpilicueta

Directora del Área de Comercio y Turismo

María Bezunartea

Jefa del servicio de turismo