



**PROCEDIMIENTO ABIERTO CON DIVERSOS CRITERIOS DE ADJUDICACION PARA EL OTORGAMIENTO DE CONCESIONES ADMINISTRATIVAS PARA LA EXPLOTACION DE VEINTICUATRO PUESTOS EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DE ABASTOS CORUÑESES, FAVORECIENDO LA INSERCION SOCIAL.**

**EXPEDIENTE CON-5/2016**

**INFORME DE VALORACION DE LAS OFERTAS.**

Este comité de expertos procederá a valorar las ofertas con arreglos a los criterios que constan en el pliego de cláusulas administrativas particulares. Son los siguientes:

A) Mejor propuesta técnica. Plan de Empresa: Hasta un máximo de 50 puntos.

Se valorará en este apartado la memoria del proyecto de negocio, plan de marketing y, relación de productos a vender de carácter especial y original, o servicios a prestar. Con el siguiente desglose:

- Plan comercial, presentación y usos de productos, y estrategias comerciales (hasta 15 puntos)
- Actividad, productos a vender, servicio a prestar y originalidad (hasta 10 puntos):

En los productos ofrecidos al público se valorará aquellos aspectos relacionados con:

1. Origen de los productos
2. Certificación de producción ecológica
3. Certificación de comercio justo
4. Productos locales
5. Recuperación de productos tradicionales gallegos.

- Sostenibilidad social (hasta 5 puntos). Se valorará la tipología de empresa tales como cooperativas, sociedades labores, asociaciones o similares

- Innovación (hasta 5 puntos). Se valorará la modernización en la gestión, presencia en las redes sociales, poner en marcha nuevas ideas empresariales y una especialización en el surtido o productos a vender.

- Análisis de puntos fuertes y débiles del proyecto en relación con la competencia (hasta 5 puntos).

- Plan económico y financiero (hasta 5 puntos): financiación, inversiones previstas (sin hacer mención al canon de licitación) y cuenta de resultados de ventas del primer año.

- Plan de recursos humanos (hasta 5 puntos). Se valorará la creación de empleo en función del número de personas desempleadas que prestarán servicio en la actividad



a desarrollar en el Puesto, 2 puntos por cada puesto de trabajo a jornada completa y 1 punto a jornada parcial hasta el máximo de 5 puntos.

## VALORACION DE LAS OFERTAS

### PUESTO AM 15 – MERCADO EUSEBIO DA GUARDA

Propuesta núm uno de Ana Purificación Iglesias Cañedo.

Se excluye por superar el máximo de hojas de acuerdo con la cláusula 19.2 del pliego.

Propuesta núm dos de Cristina Díaz López.

Los aspectos relativos a la sostenibilidad social no se valoran al no aportar información alguna al respecto.

Se otorgan al plan comercial 8 puntos por la tipología de productos a ofertar y su presentación para la venta. Se valoran positivamente las sinergias con el mercado y su entorno.

Con 9 puntos se valora el apartado actividad y productos al tratarse de productos de origen gallego, con certificación de producción ecológica, locales e incluso recuperación de productos tradicionales gallegos.

En el apartado innovación se otorgan 3 puntos al plantear una importante presencia en las redes sociales, tarjetas de fidelización y software de gestión.

En el apartado puntos fuertes y débiles se otorgan 3 puntos por exponer un análisis detallado de la competencia y del mercado potencial.

Se otorgan 4 puntos al apartado plan económico y financiero por cuanto su situación no sugiere riesgo alguno en el desarrollo de la actividad, planteando una cuenta de resultados creíble.

Se otorgan 2 puntos al plan de recursos humanos por el compromiso de su autocontratación a jornada completa.

TOTAL: 29 PUNTOS

Propuesta núm cinco de Sara María Santiago Pena.

Se otorgan 7 puntos al plan comercial por presentar una variedad de productos y una estrategia comercial en la difusión del negocio.

4 puntos en el apartado actividad, productos y servicios por la variedad de productos ofertados.

El apartado sostenibilidad social no se valora al no aportar información al respecto.



El apartado innovación se valora con 2 puntos por su presencia en redes sociales y la creación de una web propia.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 2 puntos, al examinar su oferta frente a la competencia y su localización.

1 punto en el apartado plan económico financiero por su escaso desarrollo.

En el apartado plan de recursos humanos, 4 puntos al comprometerse a contratar a dos personas a jornada completa.

TOTAL: 20 PUNTOS

Propuesta núm seis de María Matilde Rial Montero.

Se otorgan 13 puntos al plan comercial, presentación de productos y estrategias comerciales de productos al valorar satisfactoriamente la descripción minuciosa de cada producto y el estudio adecuado de mercado y la clientela del negocio, así como sus estrategias de venta llegando incluso a indicar perfiles diferenciados para cada momento del día.

8 puntos en el apartado actividad, productos y servicios a prestar al presentar una oferta de productos originales, antiguos, de calidad, servicio de personal shopper y también la posibilidad de personalizar los productos.

El apartado sostenibilidad social no se valora al no aportar información al respecto.

El apartado innovación se puntúa con 4 puntos valorando su presencia en redes sociales, la puesta en marcha de una idea empresarial novedosa y la especialización en los productos a vender.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 5 puntos, por exponer detalladamente las fortalezas y debilidades del proyecto, especialmente su análisis relativo a la competencia.

5 puntos en el apartado plan económico financiero al presentar una estimación de pérdidas y ganancias detallada que otorga un beneficio estimado que hace prever un adecuado desarrollo del negocio.

En el apartado plan de recursos humanos, 2 puntos al generar autoempleo y reflejar la capitalización de su paro en la fuente de financiación.

TOTAL: 37 PUNTOS

Propuesta núm siete de Diego Martín Serén.

Se otorgan 7 puntos al plan comercial por presentar una variedad de productos y una estrategia comercial en la difusión del negocio definida.

5 puntos en el apartado actividad, productos y servicios por la variedad de productos ofertados y su presentación, además de la diversidad de servicios complementarios a prestar.



El apartado sostenibilidad social no se valora al no aportar información al respecto.

El apartado innovación se valora con 3 puntos por su presencia en redes sociales y la creación de una web propia, así como una plataforma on line de alquiler y venta.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 3 puntos, al realizar un adecuado examen de la competencia y su localización.

2 puntos en el apartado plan económico financiero por su escaso desarrollo y poco detalle en su exposición.

En el apartado plan de recursos humanos, 1 punto al comprometerse a contratar a una persona a media jornada.

TOTAL: 21 PUNTOS

Propuesta núm ocho de Juan Antonio Pintos López.

Se otorgan 5 puntos al plan comercial por presentar una variedad de productos y una estrategia comercial en la difusión del negocio que excede del ámbito físico del local.

4 puntos en el apartado actividad, productos y servicios por la variedad de productos ofertados.

El apartado sostenibilidad social no se valora al no aportar información al respecto.

El apartado innovación se valora con 2 puntos por su presencia en redes sociales y la creación de una web propia.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 2 puntos, al examinar su oferta frente a la competencia y su localización.

2 puntos en el apartado plan económico financiero por su escaso desarrollo y concreción.

En el apartado plan de recursos humanos, 2 puntos al comprometerse a contratar a dos personas a jornada parcial.

TOTAL: 17 PUNTOS

Propuesta núm nueve de Elena Pajarrón López-Sors.

Se otorgan 5 puntos al plan comercial por presentar una idea de negocio mixta de venta y asesoramiento personal.

3 puntos en el apartado actividad, productos y servicios por la poca claridad en su definición.

El apartado sostenibilidad social no se valora al no aportar información al respecto.



El apartado innovación se valora con 3 puntos por su presencia en redes sociales y la creación de una web propia así como el marketing on line.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 2 puntos, al omitir un mínimo análisis de competencia.

3 puntos en el apartado plan económico financiero por presentar unas cuentas detalladas e incluyendo un plan de tesorería.

En el apartado plan de recursos humanos, 3 puntos al comprometerse a contratar a una persona a jornada parcial además de su autocontratación.

TOTAL: 19 PUNTOS

Propuesta núm trece de Ana María Crespo Leyenda

Los aspectos relativos a la sostenibilidad social no se valoran al no aportar información alguna al respecto.

Se otorgan al plan comercial 7 puntos por la tipología de productos a ofertar y su presentación para la venta. Se valoran positivamente las sinergias con el entorno y la prestación de servicios complementarios.

Con 6 puntos se valora el apartado actividad y productos al presentar, entre otros, productos de artesanía local.

En el apartado innovación se otorgan 3 puntos al plantear un servicio innovador de home staging, marketing on line y redes sociales.

En el apartado puntos fuertes y débiles se otorgan 4 puntos por exponer un análisis detallado de la competencia.

Se otorgan 4 puntos al apartado plan económico y financiero por cuanto su situación no sugiere riesgo alguno en el desarrollo de la actividad, planteando una cuenta de resultados creíble.

Se otorgan 2 puntos al plan de recursos humanos por contratar una persona a jornada completa.

TOTAL: 26 PUNTOS

Propuesta núm catorce de Verónica Lago Viñas

Se otorgan 5 puntos al plan comercial por presentar una variedad de productos y su experiencia profesional previa.

3 puntos en el apartado actividad, productos y servicios por ofrecer artículos realizados a mano y servicio a domicilio.

El apartado sostenibilidad social no se valora al no aportar información al respecto.



El apartado innovación se valora con 2 puntos por su presencia en redes sociales, la creación de una web propia y venta on line.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 3 puntos, al examinar su oferta frente a la competencia y su localización, así como la identificación de sus proveedores.

1 punto en el apartado plan económico financiero por su escaso nivel de detalle.

En el apartado plan de recursos humanos, 2 puntos por su autocontratación.

TOTAL: 16 PUNTOS

Propuesta núm dieciocho de Joaquín Jacobo Alonso Rodríguez

Se otorgan 7 puntos al plan comercial por presentar una variedad de productos y una estrategia comercial en la difusión del negocio definida.

5 puntos en el apartado actividad, productos y servicios por la especialización en productos ofertados y su presentación.

El apartado sostenibilidad social no se valora al no aportar información al respecto.

El apartado innovación se valora con 3 puntos por su presencia en redes sociales y la presencia web.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 2 puntos, por el escaso desarrollo del análisis de la competencia y del mercado.

2 puntos en el apartado plan económico financiero por su planteamiento demasiado optimista y el poco soporte en los datos de venta manejados.

En el apartado plan de recursos humanos, 4 puntos por autocontratarse y al comprometerse a contratar a una persona a jornada completa.

TOTAL: 23 PUNTOS

Propuesta núm diecinueve de María Mercedes Taberero Reboredo

Se otorgan 7 puntos al plan comercial por presentar una variedad de productos bien definida.

6 puntos en el apartado actividad, productos y servicios por la oferta de productos elaborados a mano y los servicios complementarios que ofrece.

El apartado sostenibilidad social no se valora al no aportar información al respecto.

El apartado innovación se valora con 2 puntos por la utilización de su imagen virtual y su presencia en redes sociales.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 1 punto, al no realizar un adecuado examen de la competencia.

3 puntos en el apartado plan económico financiero por presentar una previsión de ingresos y gastos que no hacen prever riesgo en el ejercicio de la actividad.

En el apartado plan de recursos humanos, 2 puntos al comprometerse a autocontratarse.

TOTAL: 21 PUNTOS

Propuesta núm veinte de Don Queixo Fuet y Vino S.L

Examinada la propuesta presentada el comité acuerda excluirla por cuanto la actividad principal que propone se asimila a la de cantina y ésta se encuentra expresamente excluída en la cláusula nº 1 del pliego.

Propuesta núm veintiuno de Xela Rodríguez Pombo.

Se otorgan 3 puntos al plan comercial por presentar un plan comercial poco definido.

3 puntos en el apartado actividad, productos y servicios por la variedad y descripción de los productos ofertados.

El apartado sostenibilidad social no se valora al no aportar información al respecto.

El apartado innovación se valora con 3 puntos por su presencia en redes sociales, web y revista propias.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 2 puntos dado el escaso análisis que realiza de sus fortalezas y debilidades.

2 puntos en el apartado plan económico financiero por su escaso desarrollo y concreción.

En el apartado plan de recursos humanos, 4 puntos al comprometerse a contratar a dos personas a jornada completa.

TOTAL: 16 PUNTOS

Propuesta núm veintidós de Ricardo Jesús Leis Barral.

Se otorgan 3 puntos al plan comercial por presentar un plan comercial poco definido.

4 puntos en el apartado actividad, productos y servicios por el origen gallego de productos y proveedores.

El apartado sostenibilidad social no se valora al no aportar información al respecto.

El apartado innovación se valora con 3 puntos por su presencia en redes sociales y web propia.



En el apartado puntos fuertes y débiles, 2 puntos dado el escaso análisis que realiza de sus fortalezas y debilidades.

3 puntos en el apartado plan económico financiero por presentar un cuadro de cuentas poco desarrollado.

En el apartado plan de recursos humanos, 2 puntos al comprometerse a contratar a una persona a jornada completa.

TOTAL: 17 PUNTOS

Propuesta núm veintitrés de Fernando Conde Estévez.

Los aspectos relativos a la sostenibilidad social no se valoran al no aportar información alguna al respecto.

Se otorgan al plan comercial 8 puntos por la tipología de productos a ofertar y su presentación para la venta. Se valoran positivamente los servicios complementarios como el envío a domicilio y la personalización en alguno de sus productos, así como degustaciones diarias de los productos.

Con 7 puntos se valora el apartado actividad y productos al presentarlos bien definidos, gourmet, con certificaciones ecológicas y con etiqueta de comercio justo.

En el apartado innovación se otorgan 4 puntos al plantear un servicio de tienda on line, presencia en redes sociales así como tarjetas de fidelización.

En el apartado puntos fuertes y débiles se otorgan 3 puntos por exponer un análisis detallado de sus fortalezas y debilidades.

Se otorgan 3 puntos al apartado plan económico y financiero por cuanto su situación no sugiere riesgo alguno en el desarrollo de la actividad, planteando una cuenta de resultados que hace prever la viabilidad del proyecto.

Se otorgan 3 puntos al plan de recursos humanos por contratar una persona a jornada parcial además de su autempleo.

TOTAL: 28 PUNTOS

Propuesta núm veinticuatro de Rubén Díaz Gil

Se excluye por superar el máximo de hojas de acuerdo con la cláusula 19.2 del pliego

Propuesta núm veinticinco de Natalia Bello Botana

Los aspectos relativos a la sostenibilidad social no se valoran al no aportar información alguna al respecto.



Se otorgan al plan comercial 8 puntos por tratarse de la venta de productos de fabricación propia, agrupando en la solicitante todo el ciclo productivo. Igualmente se valora la formación específica de la solicitante en materia de diseño.

Con 6 puntos se valora el apartado actividad y productos al tratarse de elaboraciones artesanales elaboradas con materiales nobles y de calidad.

En el apartado innovación se otorgan 3 puntos por su presencia en redes sociales y marketing directo.

En el apartado puntos fuertes y débiles se otorgan 3 puntos por exponer un análisis del entorno y su influencia en el negocio.

Se otorgan 3 puntos al apartado plan económico y financiero por cuanto su situación no sugiere riesgo alguno en el desarrollo de la actividad, planteando una cuenta de resultados creíble.

Se otorgan 2 puntos al plan de recursos humanos por contratar una persona a jornada completa.

TOTAL: 25 PUNTOS

Propuesta núm veintisiete de María Dolores Arroyo Núñez.

Los aspectos relativos a la sostenibilidad social no se valoran al no aportar información alguna al respeto.

Se otorgan al plan comercial 7 puntos por la tipología de productos a ofertar y su presentación para la venta y el carácter franquiciado del negocio.

Con 5 puntos se valora el apartado actividad y productos al presentarlos bien definidos y su combinación y apoyo a los jóvenes diseñadores locales.

En el apartado innovación se otorgan 4 puntos por su presencia en redes sociales, publicidad nativa y su posicionamiento SEO y SEM.

En el apartado puntos fuertes y débiles se otorgan 4 puntos por exponer un análisis detallado de la competencia.

Se otorgan 3 puntos al apartado plan económico y financiero por presentar un plan económico realista.

Se otorgan 4 puntos al plan de recursos humanos por contratar a dos personas a jornada completa.

TOTAL: 27 PUNTOS

Propuesta núm veintiocho de Rosa María Rodríguez Salvado.

Se otorgan 7 puntos al plan comercial por presentar un proyecto de franquicia con producto bien definido.



5 puntos en el apartado actividad, productos y servicios al proponer una actividad libre de humos y la calidad del producto.

El apartado sostenibilidad social no se valora al no aportar información al respecto.

El apartado innovación se valora con 3 puntos por su presencia en web propia, servicio Just Eat, tarjeta de fidelidad, prensa local y Street Marketing.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 1 punto por su reducida exposición de mercado y su competencia.

3 puntos en el apartado plan económico financiero por presentar una cuenta de resultados que hace viable el proyecto.

En el apartado plan de recursos humanos, 2 puntos al comprometerse a contratar a una persona a jornada completa.

TOTAL: 21 PUNTOS

Propuesta núm veintinueve de Deyby Herel Wilches Arce.

Los aspectos relativos a la sostenibilidad social no se valoran al no aportar información alguna al respecto.

Se otorgan al plan comercial 10 puntos por la tipología de productos y servicios a ofertar. Se valoran positivamente los servicios complementarios ofertados así como servicios especiales a domicilio.

Con 5 puntos se valora el apartado actividad y productos al presentarlos bien definidos y de bajo impacto ambiental.

En el apartado innovación se otorgan 4 puntos por su presencia en Redes Sociales, web propia y presencia en blogs

En el apartado puntos fuertes y débiles se otorgan 5 puntos por exponer un análisis muy detallado de sus fortalezas y debilidades, destacando el análisis de la competencia.

Se otorgan 5 puntos al apartado plan económico y financiero, por su grado de detalle, a tres años y por cuanto su situación no sugiere riesgo alguno en el desarrollo de la actividad, planteando una cuenta de resultados que hace prever la viabilidad del proyecto.

Se otorgan 5 puntos al plan de recursos humanos por contratar a dos personas a jornada completa y a una persona a jornada parcial.

TOTAL: 34 PUNTOS



Propuesta núm treinta de Raquel Esparis Carballo.

Se otorgan 8 puntos al plan comercial por presentar una variedad de productos y una estrategia comercial en la difusión del negocio.

6 puntos en el apartado actividad, productos y servicios por la variedad de productos ofertados para colectivos de celíacos e intolerantes, con proveedores gallegos.

El apartado sostenibilidad social no se valora al no aportar información al respecto.

El apartado innovación se valora con 2 puntos por su presencia en redes sociales y especialización en el surtido.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 3 puntos, al examinar su oferta frente a la competencia y su localización al analizar detalladamente la competencia y la clientela potencial.

5 puntos en el apartado plan económico financiero, por su grado de detalle y por cuanto su situación no sugiere riesgo alguno en el desarrollo de la actividad, planteando una cuenta de resultados que hace prever la viabilidad del proyecto, incluyendo un plan de tesorería.

En el apartado plan de recursos humanos, 3 puntos al comprometerse a contratar a una persona a jornada completa y a otra a jornada parcial.

TOTAL: 27 PUNTOS

Propuesta núm treinta y dos de Juan Carlos Carril Casas.

Se otorgan 10 puntos al plan comercial, presentación de productos y estrategias comerciales de productos al valorar la diferenciación de las líneas de producto y tipología del cliente. Además realiza un detallado análisis de mercado.

6 puntos en el apartado actividad, productos y servicios a prestar al presentar una oferta de productos bien definidos, complementados con un servicio de asesoramiento al cliente.

El apartado sostenibilidad social no se valora al no aportar información al respecto.

El apartado innovación se valora con 4 puntos por su presencia en redes sociales y la especialización en los productos a vender.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 4 puntos, por exponer detalladamente las fortalezas y debilidades del proyecto, especialmente su análisis relativo al sector y el conocimiento del mismo por parte de los promotores.

5 puntos en el apartado plan económico financiero al presentar una estimación de pérdidas y ganancias detallada que otorga un beneficio estimado que hace prever un adecuado desarrollo del negocio.

En el apartado plan de recursos humanos, 4 puntos al proponer la contratación de una persona a jornada completa y dos personas a media jornada.

TOTAL: 33 PUNTOS

Propuesta núm treinta y tres de Marta Reyero Rivas.

Los aspectos relativos a la sostenibilidad social no se valoran al no aportar información alguna al respeto.

Se otorgan al plan comercial 6 puntos por la tipología de productos a ofertar y su presentación para la venta. Se valoran positivamente los servicios complementarios como el envío a domicilio y la personalización en alguno de sus productos.

Con 6 puntos se valora el apartado actividad y productos al presentarlos bien definidos, gourmet y artesanos.

En el apartado innovación se otorgan 3 puntos por su presencia en redes sociales, tarjetas de fidelización, así como el diseño de nuevos productos.

En el apartado puntos fuertes y débiles se otorgan 3 puntos por exponer un análisis detallado de sus fortalezas y debilidades.

Se otorgan 3 puntos al apartado plan económico y financiero por cuanto su situación no sugiere riesgo alguno en el desarrollo de la actividad, planteando una cuenta de resultados que hace prever la viabilidad del proyecto.

Se otorgan 4 puntos al plan de recursos humanos por contratar a dos personas a jornada completa.

TOTAL: 25 PUNTOS

Propuesta núm treinta y seis de Mariela Gisela Campeñi Scalise.

Los aspectos relativos a la sostenibilidad social no se valoran al no aportar información alguna al respeto.

Se otorgan al plan comercial 6 puntos por tratarse de una promotora con experiencia en el sector, con la posibilidad de ofrecer sus productos a colectivos con necesidades especiales.

Con 5 puntos se valora el apartado actividad y productos al utilizar materias primas del mercado, ecológicos y artesanos.

En el apartado innovación se otorgan 3 puntos por su presencia en redes sociales y la creación del blogs.

En el apartado puntos fuertes y débiles se otorgan 2 puntos por el escaso análisis de sus fortalezas y debilidades.

Se otorgan 2 puntos al apartado plan económico y financiero por el escaso detalle en la determinación de los ingresos previstos.

Se otorgan 4 puntos al plan de recursos humanos por contratar a dos personas a jornada completa.

TOTAL: 22 PUNTOS



Propuesta núm treinta y siete de Susana M<sup>a</sup> Prieto Varela.

Se otorgan 10 puntos al plan comercial dada la claridad de su estrategia comercial basada en la poca profundidad y la abundante rotación del producto.

5 puntos en el apartado actividad, productos y servicios a prestar al presentar una variedad de producto artesano y complementos.

El apartado sostenibilidad social 3 puntos al proponer la constitución de una sociedad laboral constituida por dos trabajadoras.

El apartado innovación se valora con 3 puntos por su presencia en redes sociales.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 3 puntos, por exponer las fortalezas y debilidades del proyecto y su análisis relativo al sector.

3 puntos en el apartado plan económico financiero al presentar una estimación de pérdidas y ganancias detallada que otorga un beneficio estimado que hace prever un adecuado desarrollo del negocio.

En el apartado plan de recursos humanos, 4 puntos al proponer la contratación de dos personas a jornada completa.

TOTAL: 31 PUNTOS

Propuesta núm treinta y ocho de Piero Maletta.

Se otorgan 10 puntos al plan comercial dada la claridad de su estrategia comercial, con un producto bien definido y especializado, basado en la fusión de productos gallegos e italianos destacando las sinergias favorables debido a su aprovisionamiento en el propio mercado.

8 puntos en el apartado actividad, productos y servicios a prestar al presentar una variedad de productos de calidad, utilizando materia prima de origen local.

El apartado sostenibilidad social 4 puntos al proponer la constitución de una cooperativa de trabajo asociado constituida por tres socios.

El apartado innovación se valora con 4 puntos por su presencia en redes sociales, web y blog propios así como presencia en Just Eat.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 4 puntos, por exponer las fortalezas y debilidades del proyecto y su análisis relativo al sector de una manera detallada.

4 puntos en el apartado plan económico financiero al presentar una estimación de pérdidas y ganancias detallada que otorga un beneficio estimado que hace prever un adecuado desarrollo del negocio.

En el apartado plan de recursos humanos, 5 puntos al proponer la autocontratación de tres personas a jornada completa.

TOTAL: 39 PUNTOS



Propuesta núm cuarenta y uno de Montserrat Cañas Janeiro.

No se valora por entender que no es compatible con la Ordenanza reguladora de los Mercado Municipales ya que su propuesta se fundamenta en arrendar parte del local.

TOTAL: PUNTOS

Propuesta núm cuarenta y cuatro de División Relojera, S.L.

Se otorgan 7 puntos al plan comercial, presentación de productos y estrategias comerciales de productos dado su conocimiento del sector.

4 puntos en el apartado actividad, productos y servicios a prestar al ofrecer un servicio técnico.

El apartado sostenibilidad social no se valora al no aportar información al respecto.

El apartado innovación se valora con 2 puntos por su campaña en los medios y marketing on line.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 2 puntos, por el análisis que hace de su competencia y de su clientela potencial.

2 puntos en el apartado plan económico financiero al presentar un plan escasamente detallado.

En el apartado plan de recursos humanos, 3 puntos al comprometerse a contratar a una persona a jornada completa y otra a media jornada.

TOTAL: 20 PUNTOS

Propuesta núm cuarenta y ocho de Juan Antonio Pardo Cuerdo.

Se otorgan 7 puntos al plan comercial por presentar un plan comercial valorando las estrategias comerciales como promociones, fidelización y degustaciones.

6 puntos en el apartado actividad, productos y servicios por la variedad y descripción de los productos ofertados, con denominación de origen y locales.

El apartado sostenibilidad social no se valora al no aportar información al respecto.

El apartado innovación se valora con 3 puntos por su presencia en redes sociales y web propia.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 1 punto dado el escaso análisis que realiza de sus fortalezas y debilidades.

2 puntos en el apartado plan económico financiero por su poco detalle y concreción.

En el apartado plan de recursos humanos, 2 puntos por su autoempleo.

TOTAL: 21 PUNTOS



Propuesta núm cuarenta y nueve de Sonia Fernández Armas.

Se otorgan 8 puntos al plan comercial dada la claridad de su estrategia comercial motivada por el conocimiento previo del sector, servicios take away y venta a domicilio.

6 puntos en el apartado actividad, productos y servicios a prestar al presentar una variedad de productos de calidad, utilizando alguna materia prima de origen local y elaboración artesanal de pasta fresca.

El apartado sostenibilidad social 0 puntos al no ofrecer datos que se puedan valorar.

El apartado innovación se valora con 3 puntos por su presencia en redes sociales y su especialización en el producto a vender.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 3 puntos, por exponer las fortalezas y debilidades del proyecto y su análisis relativo al sector de una manera detallada.

2 puntos en el apartado plan económico financiero al presentar una estimación de pérdidas y ganancias, aunque detallada poco realista, sobre todo en los datos relativos a los ingresos.

En el apartado plan de recursos humanos, 5 puntos al proponer la autocontratación de tres personas a jornada completa.

TOTAL: 27 PUNTOS

Propuesta cuarenta de Francisco Bruno Tudela Guerrero.

Se otorgan 7 puntos al plan comercial por el estudio de su obtención, venta y distribución incluso con servicio a domicilio.

7 puntos en el apartado productos y servicios por el origen de los productos claramente delimitados y locales fundamentalmente de los huertos gallegos.

En el apartado sostenibilidad, 5 puntos al potenciar la integración sociolaboral de personas discapacitadas.

En innovación, 2 puntos por su presencia a través de página web, blog, grupo de consumo fidelizado y visitas a huertas.

2 puntos en el análisis de puntos fuertes y débiles al conocer las estrategias necesarias para el buen funcionamiento del proyecto.

Plan económico financiero, 1 punto al omitir cualquier referencia a los ingresos.

En el plan de recursos humanos 5 puntos por la contratación de tres personas a jornada completa.

TOTAL: 29 PUNTOS



### Propuesta veintiséis de Julio Blanco Cotelo.

Los aspectos relativos a la sostenibilidad social no se valoran al no aportar información alguna al respecto.

Se otorgan al plan comercial 10 puntos por la tipología de productos a ofertar y su presentación para la venta. Adecuado análisis de las estrategias a llevar a cabo durante las diferentes etapas de su puesta en marcha.

Con 8 puntos se valora el apartado actividad y productos al tratarse de productos con denominación de origen y de carácter artesanal.

En el apartado innovación se otorgan 4 puntos al plantear una importante presencia en las redes sociales y estrategia digital de comunicación.

En el apartado puntos fuertes y débiles se otorgan 3 puntos por exponer un análisis detallado de las oportunidades del negocio.

Se otorgan 4 puntos al apartado plan económico y financiero por cuanto su situación no sugiere riesgo alguno en el desarrollo de la actividad, planteando una cuenta de resultados creíble.

Se otorgan 4 puntos al plan de recursos humanos por el compromiso de su autocontratación a jornada completa así como la contratación de otra persona.

TOTAL: 33 PUNTOS

### Propuesta dieciséis de Guillermo Blanco García.

Se otorgan 10 puntos al plan comercial, presentación de productos y estrategias comerciales de productos al valorar su experiencia en el sector y su respaldo de gestión al tratarse de una franquicia.

6 puntos en el apartado actividad, productos y servicios al proponer un producto novedoso combinando venta de productos y servicio técnico.

El apartado sostenibilidad social no se valora al no aportar información al respecto.

El apartado innovación se valora con 3 puntos por su presencia en redes sociales y su propia página web.

En el apartado puntos fuertes y débiles, 3 puntos, por exponer detalladamente las fortalezas y debilidades del proyecto, teniendo en cuenta el índice de competencia existente en el entorno y su potencial expansión.

2 puntos en el apartado plan económico financiero al presentar unas cuentas detalladas pero con un resultado excesivamente optimista.

5 puntos al plan de recursos humanos al proponer la contratación de tres personas a jornada completa.

TOTAL: 29 PUNTOS



## PUESTO V15 y V16 – MERCADO EUSEBIO DA GUARDA

### Propuesta núm tres de María Dolores Remuiñán Sánchez.

Se otorgan 8 puntos al plan comercial por la variedad en los productos ofertados así como por las acciones de marketing y venta directa y on line. Además propone realizar charlas, presentaciones y visitas a granjas y de colegios.

9 puntos en el apartado productos y servicios por su origen, su producción ecológica certificada, la inmediatez de la venta desde que se recoge evitando de esta manera cámaras y aditivos.

En el apartado sostenibilidad, 3 puntos debido al respaldo asociativo de los huertos, origen de los productos y su promoción en la ciudad aunque la solicitante sea autónoma.

En innovación, 4 puntos por la compra y medio de pago a través del móvil, su presencia en redes sociales y la elaboración de una web propia en construcción.

4 puntos en el análisis de puntos fuertes y débiles al describir con precisión sus fortalezas y debilidades y su análisis frente a la competencia directa.

Plan económico financiero, 1 punto, por la falta de datos concretos como aprovisionamientos, impuestos y costes salariales entre otros. Especialmente su falta de cuantificación económica.

En el plan de recursos humanos 2 puntos por su autoempleo, no valorando el resto de la información al ser insuficiente para ello.

TOTAL: 31 PUNTOS

### Propuesta núm once de Olalla Cachafeiro Cuevas.

Se otorgan 8 puntos al plan comercial por la variedad en los productos ofertados provenientes de dos zonas geográficas y regiones claramente diferenciadas con productos complementarios, ofreciendo servicios de degustación y de distribución a domicilio.

7 puntos en el apartado productos y servicios por el origen de los productos claramente delimitados y locales.

En el apartado sostenibilidad, 0 puntos al no aportar información al respecto.

En innovación, 4 puntos por su presencia en redes sociales y la elaboración de una web propia en construcción, un software de gestión y la posibilidad de realizar pedidos on line.



3 puntos en el análisis de puntos fuertes y débiles al describir sus fortalezas y debilidades y su análisis frente a la competencia directa.

Plan económico financiero, 2 puntos porque aunque refleja datos realistas en alguna partida, otras no aportan la información mínima necesaria para su valoración.

En el plan de recursos humanos 4 puntos por su autoempleo y la contratación del cónyuge para la distribución de las ventas.

TOTAL: 28 PUNTOS

### **PUESTO V2 – MERCADO EUSEBIO DA GUARDA**

Propuesta núm cuatro de Felipe Allo Pazos.

Se otorgan 8 puntos al plan comercial por la variedad en los productos ofertados así como por las acciones de marketing y venta directa y on line. Además propone realizar charlas, presentaciones y visitas a granjas y de colegios.

9 puntos en el apartado productos y servicios por su origen, su producción ecológica certificada, la inmediatez de la venta desde que se recoge evitando de esta manera cámaras y aditivos.

En el apartado sostenibilidad, 3 puntos debido al respaldo asociativo de los huertos, origen de los productos y su promoción en la ciudad aunque la solicitante sea autónoma.

En innovación, 4 puntos por la compra y medio de pago a través del móvil, su presencia en redes sociales y la elaboración de una web propia en construcción.

4 puntos en el análisis de puntos fuertes y débiles al describir con precisión sus fortalezas y debilidades y su análisis frente a la competencia directa.

Plan económico financiero, 1 punto, por la falta de datos concretos como aprovisionamientos, impuestos y costes salariales entre otros. Especialmente su falta de cuantificación económica.

En el plan de recursos humanos 2 puntos por su autoempleo, no valorando el resto de la información al ser insuficiente para ello.

TOTAL: 31 PUNTOS

Propuesta núm cuarenta y tres de Baldomero Manuel Cores Lamas.

Examinada la oferta se constata como el plan de empresa presentado adolece de muchos de los requisitos exigidos en el pliego, por tanto se otorgan 2 puntos



en los apartados productos y servicios (por ser productos españoles), innovación por el software de gestión y su presencia en redes sociales y en recursos humanos por su contratación y 1 punto en el apartado puntos fuertes y débiles por su mínimo análisis. Al resto de los apartados se los puntúa con 0 puntos.

TOTAL: 7 PUNTOS

### **PUESTO V6 – MERCADO EUSEBIO DA GUARDA**

Propuesta diez de Luis Manuel Uzal Caneiro.

Se otorgan 8 puntos a plan comercial por la variedad en los productos ofertados provenientes de dos zonas geográficas y regiones claramente diferenciadas con productos complementarios, ofreciendo servicios de degustación y de distribución a domicilio.

7 puntos en el apartado productos y servicios por el origen de los productos claramente delimitados y locales.

En el apartado sostenibilidad, 0 puntos al no aportar información al respecto.

En innovación, 4 puntos por su presencia en redes sociales y la elaboración de una web propia en construcción, un software de gestión y la posibilidad de realizar pedidos on line.

3 puntos en el análisis de puntos fuertes y débiles al describir sus fortalezas y debilidades y su análisis frente a la competencia directa.

Plan económico financiero, 2 puntos porque aunque refleja datos realistas en alguna partida, otras no aportan la información mínima necesaria para su valoración.

En el plan de recursos humanos 4 puntos por su autoempleo y la contratación de otra persona familiar.

TOTAL: 28 PUNTOS

### **PUESTO Q8 – MERCADO EUSEBIO DA GUARDA**

Propuesta doce de Eugenia Díaz Ponte.

Se otorgan 7 puntos a plan comercial por el servicio de productos exclusivos y control de proveedores así como un servicio post venta.

6 puntos en el apartado productos y servicios por ofrecer productos sin gluten y para celíacos.



En el apartado sostenibilidad, 0 puntos al no aportar información al respecto.

En innovación, 2 puntos por la elaboración de una web propia, un software de gestión y la posibilidad de realizar pedidos on line.

2 puntos en el análisis de puntos fuertes y débiles al valorar positivamente la zona y el entorno y su oferta de productos para celíacos.

Plan económico financiero, 2 puntos por su escaso desarrollo.

En el plan de recursos humanos 2 puntos por su autoempleo.

TOTAL: 21 PUNTOS

**PUESTO 1 NP DEMÁS ARTÍCULOS ALIMENTACIÓN – MERCADO SAN AGUSTÍN**

Propuesta quince de Luciana Aparecida Bernardo.

Se otorgan 9 puntos al plan comercial por ofrecer un producto bien definido, elaboraciones bien diferenciadas, sin competencia en el entorno y bien planteado. Cuenta con experiencia en el sector.

8 puntos en el apartado productos y servicios por el origen de los mismos, su concepto innovador de fusión y ser un producto también atractivo para los turistas.

En el apartado sostenibilidad, 0 puntos por no ofrecer datos al respecto.

En innovación, 3 puntos por su presencia en redes sociales, pagos con tarjeta, transporte sostenible, sorteos, descuentos y ediciones limitadas de productos.

4 puntos en el análisis de puntos fuertes y débiles al describir con precisión sus fortalezas y debilidades y su análisis frente a la competencia directa.

Plan económico financiero, 4 puntos por presentar un plan detallado y no presentar riesgos para la viabilidad del negocio.

En el plan de recursos humanos 2 puntos por su autoempleo.

TOTAL: 30 PUNTOS



## **PUESTO P88 PESCADERÍA – MERCADO EUSEBIO DA GUARDA**

Propuesta treinta y uno de Pedro José Dafonte Deibe.

Se otorgan 7 puntos al plan comercial por la variedad en los productos ofertados tanto frescos como elaborados así como su distribución a domicilio.

8 puntos en el apartado productos y servicios por el origen de los productos claramente delimitados y locales fundamentalmente de las rías gallegas.

En el apartado sostenibilidad, 0 puntos al no aportar información al respecto.

En innovación, 3 puntos por su presencia en redes sociales, transporte sostenible, recetas semanales y tarjeta de fidelización.

3 puntos en el análisis de puntos fuertes y débiles al describir sus fortalezas y debilidades y su análisis frente a la competencia directa describiendo perfectamente su producto.

Plan económico financiero, 3 puntos al describir una situación económica creíble, real y sin riesgo para la viabilidad del negocio.

En el plan de recursos humanos 3 puntos por su autoempleo y la contratación de una persona a tiempo parcial.

TOTAL: 27 PUNTOS

## **PUESTO P51 LOCAL COMERCIAL – MERCADO ELVIÑA**

Propuesta cuarenta y dos de M<sup>a</sup> Fernanda Esparza Calonge.

Se otorgan 7 puntos al plan comercial por la concreción de la idea, conocimiento de la zona y su experiencia durante más de diez años. Ofrece servicios complementarios como el servicio de mantenimiento en los cementerios de la zona.

7 puntos en el apartado productos y servicios por el origen de los productos claramente delimitados y con proveedores gallegos.

En el apartado sostenibilidad, 0 puntos al no aportar información al respecto.

En innovación, 2 puntos por su inversión inicial en publicidad y su propuesta de ampliar el horario laboral del mercado.

3 puntos en el análisis de puntos fuertes y débiles al describir sus fortalezas y debilidades y su análisis frente a la competencia directa describiendo perfectamente su producto, consciente de la situación económica, el producto que ofrece y de la inexistencia de este tipo de negocios en el mercado.



Plan económico financiero, 1 punto por su escaso desarrollo.

En el plan de recursos humanos 2 puntos por su autoempleo.

TOTAL: 22 PUNTOS

Finalizada la valoración de los puestos, el secretario comunica que existen cuatro sobres en cuyo exterior no figura el puesto al que optan y por tanto se acuerda por el comité analizar el contenido de la oferta con la finalidad de identificar el puesto.

La oferta número 16 no indica expresamente el puesto al que opta, no obstante el comité entiende que al optar a un local comercial del mercado Eusebio da Guarda, el único de esas características es el AM-15, por tanto se acuerda valorarlo en ese puesto.

La oferta número 26 indica claramente en la portada que opta al local AM-15 del Mercado Municipal de Eusebio da Guarda.

La oferta número 39 indica claramente en la portada que opta al local 11 del Mercado Municipal de Monte Alto.

La oferta número 40 indica claramente en la portada que opta al local AM-15 del Mercado Municipal de Eusebio da Guarda.

Se procede, por tanto, a valorar la oferta número 39 local 11 del Mercado Municipal de Monte Alto.

### **PUESTO 11 – MERCADO DE MONTE ALTO**

Propuesta treinta y nueve de Francisco Bruno Tudela Guerrero.

Se otorgan 7 puntos al plan comercial por el estudio de su obtención, venta y distribución incluso con servicio a domicilio.

7 puntos en el apartado productos y servicios por el origen de los productos claramente delimitados y locales fundamentalmente de los huertos gallegos.

En el apartado sostenibilidad, 5 puntos al potenciar la integración sociolaboral de personas discapacitadas.

En innovación, 2 puntos por su presencia a través de página web, blog, grupo de consumo fidelizado y visitas a huertas.

2 puntos en el análisis de puntos fuertes y débiles al conocer las estrategias necesarias para el buen funcionamiento del proyecto.



Plan económico financiero, 1 punto al omitir cualquier referencia a los ingresos.

En el plan de recursos humanos 5 puntos por la contratación de tres personas a jornada completa.

TOTAL: 29 PUNTOS

Estos datos constan, a continuación en una ficha final a modo de resumen.

A Coruña, 17 de octubre de 2016

D. Eduardo Mera Rico.

Dña. Rosa Celia Otero Raña.

D. Carlos Fernández Bermúdez



# HOJA RESUMEN VALORACIONES CON 5

CON-5/2016

Puesto: AM 15 M. EUSEBIO

Nombre	PLAN COM Máx: 15	PROD/SER Máx: 10	SOST.SOC Máx: 5	INNOVAC Máx: 5	PTOS F Y D Máx: 5	P. EC-FIN Máx: 5	P.PREC HUM Máx: 5	Total
Ana Purificación Iglesias Cañedo								0,00
Cristina Díaz López	8,00	9,00	0,00	3,00	3,00	4,00	2,00	29,00
Sara María Santiago Pena	7,00	4,00	0,00	2,00	2,00	1,00	4,00	20,00
Matilde Rial Montero	13,00	8,00	0,00	4,00	5,00	5,00	2,00	37,00
Diego Martín Seren	7,00	5,00	0,00	3,00	3,00	2,00	1,00	21,00
Juan Antonio Pintos López	5,00	4,00	0,00	2,00	2,00	2,00	2,00	17,00
Elena Pajarrón López-Sors	5,00	3,00	0,00	3,00	2,00	3,00	3,00	19,00
Ana María Crespo Leyenda	7,00	6,00	0,00	3,00	4,00	4,00	2,00	26,00
Verónica Lago Viñas	5,00	3,00	0,00	2,00	3,00	1,00	2,00	16,00
Joaquín Jacobo Alonso Rodríguez	7,00	5,00	0,00	3,00	2,00	2,00	4,00	23,00
Mª Mercedes Tabernero Reboredo	7,00	6,00	0,00	2,00	1,00	3,00	2,00	21,00
Don Queixo Fuet y Vino S.L								0,00
Xela Rodríguez Pombo	3,00	3,00	0,00	3,00	2,00	1,00	4,00	16,00
Ricardo Jesús Leis Barral	3,00	4,00	0,00	3,00	2,00	2,00	2,00	16,00
Fernando Conde Estévez	8,00	7,00	0,00	4,00	3,00	3,00	3,00	28,00
Rubén Díaz Gil								0,00
Natalia Bello Botana	8,00	6,00	0,00	3,00	3,00	3,00	2,00	25,00
Mª Dolores Arroyo Núñez	7,00	5,00	0,00	4,00	4,00	3,00	4,00	27,00
Rosa María Rodríguez Salvado	7,00	5,00	0,00	3,00	1,00	3,00	2,00	21,00
Deyby Herel Wilches Arce	10,00	5,00	0,00	4,00	5,00	5,00	5,00	34,00
Raquel Esparis Carballo	8,00	6,00	0,00	2,00	3,00	5,00	3,00	27,00
Juan Carlos Carril Casas	10,00	6,00	0,00	4,00	4,00	5,00	4,00	33,00
Marta Reyero Rivas	6,00	6,00	0,00	3,00	3,00	3,00	4,00	25,00
Mariela Gisela Campeñi Scalise	6,00	5,00	0,00	3,00	2,00	2,00	4,00	22,00
Susana Mª Prieto Varela	10,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	31,00
Piero Maletta	10,00	8,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	39,00
Montserrat Cañas Janeiro								0,00
División Relojera S.L	7,00	4,00	0,00	2,00	2,00	2,00	3,00	20,00

CON-5/2016														
Puesto: V15 Y V16 M. EUSEBIO														
Nombre	PLAN COM	PROD/SER	SOST.SOC	INNOVAC	PTOS F Y D	P. EC-FIN	P.REC.HUM						Total	
Máx: 15	Máx: 10	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5							
María Dolores Remuñán Sánchez	8,00	9,00	3,00	4,00	4,00	1,00	2,00	2,00						31,00
Olalla Cachafeiro Cuevas	8,00	7,00	0,00	4,00	3,00	2,00	4,00						28,00	
CON-5/2016														
Puesto: V2 M. EUSEBIO														
Nombre	PLAN COM	PROD/SER	SOST.SOC	INNOVAC	PTOS F Y D	P. EC-FIN	P.REC.HUM						Total	
Máx: 15	Máx: 10	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5							
Felipe Allo Pazos	8,00	9,00	3,00	4,00	4,00	1,00	2,00						31,00	
Baldomero Manuel Cores Lamas	0,00	2,00	0,00	2,00	1,00	0,00	2,00						7,00	
CON-5/2016														
Puesto: V6 M. EUSEBIO														
Nombre	PLAN COM	PROD/SER	SOST.SOC	INNOVAC	PTOS F Y D	P. EC-FIN	P.REC.HUM						Total	
Máx: 15	Máx: 10	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5							
Luis Manuel Uzal Caneiro	8,00	7,00	0,00	4,00	3,00	2,00	4,00						28,00	
CON-5/2016														
Puesto: Q8 M. EUSEBIO														
Nombre	PLAN COM	PROD/SER	SOST.SOC	INNOVAC	PTOS F Y D	P. EC-FIN	P.REC.HUM						Total	
Máx: 15	Máx: 10	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5							
Eugenia Diaz Ponte	7,00	6,00	0,00	2,00	2,00	2,00	2,00						21,00	
CON-5/2016														
Puesto: 1NP DEMÁS ARTÍCULOS ALIMENTACIÓN M. S AGUSTIN														
Nombre	PLAN COM	PROD/SER	SOST.SOC	INNOVAC	PTOS F Y D	P. EC-FIN	P.REC.HUM						Total	
Máx: 15	Máx: 10	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5							
Luciana Aparecida Bernardo	9,00	8,00	0,00	3,00	4,00	4,00	2,00						30,00	
CON-5/2016														
Puesto: P 88 PESCADERIA M.EUSEBIO														
Nombre	PLAN COM	PROD/SER	SOST.SOC	INNOVAC	PTOS F Y D	P. EC-FIN	P.REC.HUM						Total	
Máx: 15	Máx: 10	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5							
Pedro José Dafonte Deibe	7,00	8,00	0,00	3,00	3,00	3,00	3,00						27,00	
CON-5/2016														
Puesto: 51 LOCAL.COM. M. ELVIÑA														
Nombre	PLAN COM	PROD/SER	SOST.SOC	INNOVAC	PTOS F Y D	P. EC-FIN	P.REC.HUM						Total	
Máx: 15	Máx: 10	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5	Máx: 5							

Nome	Puesto	PLAN COM	PROD/SER	SOST.SOC	INNOVAC	PTOS F y D	P. EC-FIN	P. REC HUM	Total
M <sup>a</sup> Fernanda Esparza Calonge		Máx: 15 7,00	Máx: 10 7,00	Máx: 5 0,00	Máx: 5 2,00	Máx: 5 3,00	Máx: 5 1,00	Máx: 5 2,00	22,00
CON-5/2016									
Francisco Bruno Tudela Guerrero	Puesto: 11 M. MONTE ALTO	Máx: 15 7,00	Máx: 10 7,00	Máx: 5 5,00	Máx: 5 2,00	Máx: 5 2,00	Máx: 5 1,00	Máx: 5 5,00	29,00