

INFORME DE NECESIDAD PARA PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE GESTIÓN CON MEDIOS Y SOPORTES PUBLICITARIOS Y LA EVALUACIÓN DE PROPUESTAS DE COMUNICACIÓN PARA LA SOCIEDAD CANARIA DE FOMENTO ECONÓMICO (PROEXCA)

El Gobierno de Canarias, comprometido con la diversificación del tejido productivo y la generación de empleo cualificado en las Islas, desarrolla estrategias de internacionalización a través de la Sociedad Canaria de Fomento Económico, S.A. (Proexca). Desde Proexca se impulsa la presencia de productos, servicios y el conocimiento canario en los mercados nacionales e internacionales, facilitando el acceso a oportunidades comerciales y fomentando alianzas estratégicas con socios globales.

Además, Proexca implementa planes de acción para atraer inversiones exteriores en sectores estratégicos, buscando captar inversiones directas de grandes empresas y pymes innovadoras que complementen las cadenas de valor tradicionales o emergentes del archipiélago. Estas iniciativas buscan aumentar la competitividad internacional de las Islas, estimular el desarrollo económico sostenible y promover la creación de empleo y la cohesión social, abordando también retos demográficos en las islas no capitalinas.

Para apoyar estos objetivos, Proexca necesita desarrollar acciones de concienciación y campañas de comunicación a nivel regional, nacional e internacional. La contratación de servicios profesionales externos es esencial para la planificación, contratación de medios y evaluación de propuestas publicitarias, además de obtener informes técnicos sobre el retorno de inversión de las acciones estratégicas que puedan surgir. Así, se lanza una licitación para estas campañas hasta diciembre de 2024, con posibilidad de prórroga para el año 2025, garantizando un servicio integral y adecuado a las necesidades de Proexca.

ALCANCE DEL TRABAJO A REALIZAR

Con el objetivo de afrontar los nuevos desafíos de comunicación y alcanzar resultados más ambiciosos, Proexca requiere un respaldo continuo y no puntual para la gestión, evaluación, contratación, coordinación y de medios de comunicación. Las necesidades y condiciones económicas han aumentado, demandando una estrategia más integral y sostenida para dar a conocer los servicios que facilitan a las empresas la exportación de productos, servicios y conocimiento, y para posicionar a Canarias como un destino atractivo para la inversión tanto a nivel nacional como en mercados internacionales potenciales.

Este servicio debe abarcar la planificación y ejecución de campañas de comunicación en diversos medios tradicionales y digitales, garantizando una gestión completa desde la contratación de medios hasta la evaluación de resultados. Proexca busca apoyo técnico para optimizar la visibilidad de sus campañas, mejorar la planificación y contratación de espacios publicitarios, y evaluar el retorno de inversión de las acciones implementadas. Además, el servicio incluirá la realización de informes detallados y evaluaciones previas del retorno de inversión de las propuestas de comunicación para asegurar que los recursos se utilizan de manera efectiva y se logran los objetivos establecidos.



El contratista será responsable de la gestión de medios publicitarios, el control de calidad de los materiales creativos, y la supervisión de la difusión y publicación de contenidos, además de coordinarse con otras entidades y socios para maximizar el impacto y realizar estudios para analizar previamente la potencialidad de las acciones de comunicación en función de su estimación de retorno de inversión. También llevará a cabo reuniones de coordinación y seguimiento semanal, y proporcionará la cobertura informativa y realizará las contrataciones necesarias conforme a la normativa aplicable y bajo la supervisión de Proexca.

NECESIDAD DE CONTRATACIÓN

Dado lo expuesto en los puntos anteriores, para alcanzar los objetivos establecidos, Proexca requiere contratar servicios profesionales externos especializados en la planificación, contratación y gestión de medios, así como en el seguimiento y evaluación de propuestas publicitarias. Es crucial contar con mecanismos de contratación adecuados y con apoyo técnico avanzado para gestionar acciones con medios de comunicación y campañas de mayor envergadura que las realizadas previamente.

Adicionalmente, se incorpora un nuevo servicio de realización de estudios sobre el retorno de inversión de acciones clave o propuestas específicas realizadas por Proexca. Este servicio permitirá evaluar previamente o a posteriori la efectividad y el impacto de las inversiones en comunicación y publicidad, asegurando que se maximicen los resultados y se logren los objetivos deseados.

En virtud de estas necesidades ampliadas, se lanza una licitación para proporcionar estos servicios durante el presente año. Esto garantizará que Proexca disponga de los recursos adecuados para ejecutar sus campañas de internacionalización y llevar a cabo sus actividades promocionales y publicitarias con el alcance y profesionalismo necesarios.

LUGAR DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

Los trabajos se realizarán en el centro de trabajo de la empresa adjudicataria, salvo aquellos específicos que deban hacerse donde Proexca lo indique. Esto incluye tareas de ejecución, coordinación y seguimiento del contrato, así como reuniones necesarias para la identificación de contenidos y seguimiento periódico. El contratista debe tener capacidad de desplazarse a las oficinas de Proexca u otras localizaciones en Canarias en un plazo máximo de 48 horas desde la solicitud de Proexca.

DURACIÓN

El contrato tendrá una vigencia inicial desde su formalización hasta el 31 de diciembre de 2024. Se contempla la posibilidad de prórroga por un período adicional de un año, hasta el 31 de diciembre de 2025.

PRESUPUESTO

El presupuesto asignado para el año 2024 es de 220.000 euros, impuestos indirectos no incluidos, con un importe adicional prorrogable de 280.000 euros, impuestos indirectos no incluidos para el año 2025, condicionado a la evaluación de la necesidad continuada del servicio y bajo los mismos términos y condiciones del contrato original.



FORMA DE PAGO

El abono de los servicios correspondientes a la ejecución del contrato se hará tras la realización de cada una de las actividades correspondientes a los distintos servicios o acciones de gestión con medios realizadas, de acuerdo con el PPT del procedimiento de contratación con una periodicidad mensual.

SOLVENCIA TÉCNICA Y ECONÓMICA

Solvencia económica:

Volumen anual de negocios mínimo, sin incluir impuestos, en el año de mayor volumen de negocios de los tres últimos citados, por importe correspondiente a al menos la mitad del valor estimado del contrato.

Solvencia técnica

La solvencia técnica o profesional se acreditará mediante una relación de los principales servicios o trabajos realizados de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato, en el curso de los 3 últimos años, en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos.

Se exige que el importe anual acumulado sin incluir impuestos en el año de mayor ejecución sea igual o superior al setenta por ciento (70%) del valor de la anualidad media del contrato, en trabajos o servicios de igual o similar naturaleza que los que se configuran como objeto del contrato.

ADSCRIPCIÓN DE MEDIOS

La empresa adjudicataria debe aportar personal con la experiencia y formación adecuadas, bajo la supervisión de un director o coordinador del equipo. Cualquier sustitución de este personal requerirá la aprobación expresa y por escrito de Proexca. Los sustitutos deben tener al menos la misma antigüedad y especialidad que los reemplazados, y el cambio debe ser comunicado a Proexca para acreditar los requisitos mencionados.

El equipo de trabajo debe estar formado por profesionales con experiencia y conocimientos acordes con las tareas asignadas. La empresa adjudicataria debe tener más de 5 años de experiencia contrastada prestando servicios similares a los requeridos en esta contratación. Además, debe contar con un equipo multidisciplinar con experiencia en el desarrollo de acciones de similar naturaleza en firmas de proyección nacional en las siguientes áreas:

- a) **Director o Directora de Cuenta:** Profesional con formación acreditada en marketing, publicidad o comunicación, y un mínimo de cinco (5) años de experiencia profesional en este rol. Deberá tener experiencia en proyectos de comunicación y/o marketing en los sectores público y privado. Este perfil será responsable de liderar la ejecución del contrato por parte de la empresa y de servir como principal punto de contacto con el equipo designado por Proexca.
- b) **Director o directora de medios:** Profesional con formación acreditada en marketing, publicidad o comunicación, y un mínimo de cinco (5) años de experiencia profesional en



la planificación y compra de medios en los sectores público y privado. Este perfil será responsable de la evaluación, propuesta y valoración de medios.

- c) **Analista de medios:** Profesional con formación acreditada en marketing, publicidad o comunicación, y un mínimo de tres (3) años de experiencia profesional en investigación y planificación de medios digitales. Deberá tener experiencia en servicios de analítica web, compra programática, plataformas de social ads y publicidad en buscadores, tanto en el sector público como privado.

Se establece que la subcontratación de servicios o perfiles profesionales está permitida, con la excepción del perfil del director o directora de cuentas. Las funciones de perfil deberán ser desempeñadas directamente por personal de la empresa contratada.

CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Criterios sometidos a juicio de valor 30 puntos

1. Memoria con propuesta de plan de medios, metodología de evaluación preliminar de propuestas y seguimientos posterior de acciones de comunicación: **de 0 a 30 puntos**

Las empresas participantes en la licitación deberán presentar una memoria detallada que incluya los siguientes elementos:

- Propuesta de un plan o mix de medios integral de ámbito regional. El objetivo de este plan es dar a conocer los servicios que Proexca ofrece a las empresas y profesionales de Canarias para expandir sus negocios internacionalmente. Esta campaña busca generar conciencia sobre el impacto positivo de estos servicios en el crecimiento económico de sectores estratégicos y la diversificación económica de la región. Además, se promoverá la formación de talento local para satisfacer las necesidades de estas empresas y fomentar carreras profesionales internacionales. Las empresas deberán hacer propuestas de mix de medios acorde a la inversión destinada a este concurso para evaluar su capacidad y dominio de los servicios requeridos. La especificación detallada de soportes y medios, así como la inclusión de posibles bocetos gráficos se valorarán de manera positiva.
- Metodología aplicable para la evaluación de idoneidad o adecuación de propuestas de acciones de comunicación en medios: descripción exhaustiva de la metodología que se utilizará para evaluar la idoneidad y adecuación de las propuestas de acciones de comunicación en medios. Esta metodología debe detallar los criterios y procesos que se seguirán para asegurar que las propuestas cumplan con los objetivos y requisitos establecidos por Proexca.
- Herramientas utilizadas para la evaluación de propuestas y seguimiento de impacto: Identificación de las herramientas, propias o de terceros, que se emplearán para realizar la evaluación de las propuestas y el seguimiento de su



impacto. Se valorará positivamente la disposición de sistemas y metodologías propias para la evaluación, así como cualquier tecnología innovadora que mejore la precisión y eficiencia de la previsión y del seguimiento del retorno de inversión.

- Compromisos de plazos para la entrega del análisis de propuestas: especificación de los plazos comprometidos para la entrega del análisis de las propuestas. Esto debe incluir el tiempo estimado desde que Proexca confirma la posibilidad de una acción hasta que se entrega la valoración de su idoneidad. La memoria debe detallar cómo se gestionarán los tiempos para asegurar una respuesta ágil y eficaz.
- Inclusión de key visual: Se valorará la propuesta o inclusión de un key visual que se ajuste a los objetivos de comunicación y que se adapte de manera efectiva a los planes de medios propuestos. Esta consideración permitirá evaluar la capacidad de adecuación de las propuestas a diferentes estilos gráficos posibles, asegurando así la coherencia y efectividad visual en todas las plataformas y medios utilizados.

Criterios evaluables de forma objetiva: 70 puntos

2. Experiencia en la realización de trabajos de análisis de retorno de inversión para empresas: 15 puntos.

Se valorará la experiencia de los perfiles de Director/a de Cuentas o Director/a de Medios que certifiquen trabajos realizados en los últimos 5 años de análisis de retorno de inversión (ROI) de campañas de medios, de eventos o de acciones de comunicación para sus clientes. La documentación aportada debe incluir ejemplos concretos de los servicios prestados, incluyendo proyecto, empresa y fecha de realización, además de detallar los métodos utilizados para calcular el ROI para obtener los resultados.

- Experiencia en trabajos de ámbito internacional. 1 punto por trabajo realizado, hasta un máximo de 5 puntos.
- Experiencia en trabajos de ámbito nacional. 2 puntos por trabajo realizado, hasta un máximo de 10 puntos.

Para acreditar este criterio de valoración, las empresas deben presentar documentación que certifique el trabajo realizado, incluyendo la información detallada, junto con los datos de contacto, la firma y el sello de los responsables de las empresas para las que se realizó el proyecto o servicio. Los trabajos que no cumplan con estos requisitos serán excluidos de la evaluación de este criterio.

En cuanto a los servicios de informe de retorno de inversión presentados para este criterio, si incluyen más de uno de los ámbitos de alcance mencionados, sólo podrán ser computados en una de las categorías. La empresa debe indicar en cuál de ellas desea que se evalúe dicho trabajo.



3. Experiencia en gestión de planes de medios las personas adscritas a la ejecución del contrato.: 25 puntos.

Se valorará positivamente a aquellas empresas que en sus equipos propuestos incluyan un Director/a de Cuentas o Director/a de Medios que certifiquen trabajos realizados en los últimos 5 años de planes de medios de comunicación de al menos 30.000 € de inversión. La documentación aportada deberá incluir información concreta de los servicios prestados, mercados y medios activados, incluyendo proyecto, empresa y fecha de realización, además de detallar información sobre alcance o público impactado e inversión realizada por canal.

- Experiencia en la realización de campañas de ámbito internacional. 2 puntos por trabajo realizado, hasta un máximo de 10 puntos.
- Experiencia en la realización de campañas de ámbito nacional. 3 puntos por trabajo realizado, hasta un máximo de 15 puntos.

El criterio de los servicios valorados en este bloque se acreditará mediante certificados emitidos por las empresas, firmado y sellado por el responsable de la misma, a las que el licitador haya prestado sus servicios de planes de medios, en los que se indique expresamente que el miembro o miembros del equipo del proyecto adscrito a la ejecución del contrato les prestó servicios.

4. Valoración del porcentaje (%) de descuento sobre el 7 % de la comisión de agencia: 20 puntos.
5. Valoración económica del precio unitario ofertado cada servicio solicitado de evaluación de retorno de inversión de propuestas publicitarias: 10 puntos

Canarias a pie de firma digital.

Pablo Martín Carbajal

Consejero Delegado

SOCIEDAD CANARIA DE FOMENTO ECONÓMICO S.A.

