

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE GESTIÓN CON MEDIOS Y SOPORTES PUBLICITARIOS PARA LA SOCIEDAD CANARIA DE FOMENTO ECONÓMICO P_10_24

1. Antecedentes:

El Gobierno de Canarias, en su compromiso por la diversificación del tejido productivo y la generación de empleo cualificado en las Islas Canarias, desarrolla estrategias para la internacionalización de Canarias a través de la Sociedad Canaria de Fomento Económico, S.A., empresa pública adscrita a la Presidencia del Gobierno de Canarias

Una de las principales líneas de acción del Gobierno de Canarias es la promoción exterior de la actividad económica y empresarial canaria. A través de Proexca, el Gobierno de Canarias trabaja activamente para impulsar la presencia y exportar productos, servicios y conocimiento de las Islas en los mercados nacionales e internacionales, facilitando el acceso a oportunidades comerciales y fomentando alianzas comerciales y colaboraciones estratégicas con socios globales.

Por otro lado, Proexca realiza acciones para la atracción de inversiones exteriores en sectores estratégicos que, de la misma manera, cumplan con estos objetivos. Estas acciones persiguen la captación inversiones directas del exterior, tanto de grandes empresas como de pymes, que sean innovadoras y complementarias a las principales cadenas de valor de los sectores productivos tradicionales o sectores estratégicos emergentes. Además, se busca aumentar la competitividad internacional de las Islas, estimular el desarrollo económico y promover la creación de empleo y la cohesión social en la región.

De manera complementaria a las dos funciones de desarrollo mencionadas anteriormente de promoción exterior y atracción de inversión, el Gobierno de Canarias, a través de Proexca, tiene el compromiso con el desarrollo del talento local para abordar las oportunidades laborales emergentes en un entorno globalizado. Para conseguirlo, desde Proexca se llevan a cabo programas de formación y colaboraciones educativas que permiten a los profesionales canarios adquirir las habilidades necesarias para competir en el mercado internacional.

Para lograr la diversificación económica y sostenible de Canarias, es imprescindible que el Gobierno de Canarias desarrolle acciones de concienciación para impulsar y fomentar la expansión internacional de las empresas canarias. Para ello, se necesita implementar campañas publicitarias que respalden los servicios y necesidades proporcionados. Además, es crucial lanzar iniciativas de concienciación regional para destacar la importancia de la internacionalización en sectores estratégicos y su impacto en la diversificación de la economía del archipiélago.

Proexca necesita contratar servicios profesionales externos que se encarguen de la planificación, contratación de medios, soportes y espacios publicitarios, así como de la elaboración de informes y la evaluación de los resultados de estos planes de medios. En este sentido, desde Proexca se detecta la necesidad de disponer de los mecanismos de contratación adecuados, flexibles y fiables, así como apoyo técnico y especializado para la gestión de acciones y campañas de comunicación con la amplitud de alcance e impacto adecuado. En virtud de la necesidad de Proexca de adquirir estos servicios especializados, se lanza la presente licitación para realizar acciones y campañas mediante los servicios mencionados durante el año 2024.

En el ámbito de las obligaciones de servicios a contratar, la empresa licitadora se compromete a proporcionar recursos específicos para cumplir con los encargos del cliente, en este caso, de Proexca, siempre y cuando se ajusten al objeto y plazo del contrato sin necesidad de recursos adicionales. Dado

que Proexca carece de los medios humanos y materiales necesarios, es esencial contar con un servicio que abarque la planificación, contratación de medios, espacios publicitarios, así como la evaluación de propuestas y reportes de resultados publicitarios.

2.- Objeto del servicio.

El propósito de este servicio es proporcionar el respaldo necesario para la gestión, evaluación, coordinación, contratación de medios y seguimiento de acciones de difusión y comunicación de Proexca en medios tradicionales y digitales. Esto incluirá la gestión integral de las propuestas publicitarias planificadas en conjunto con Proexca, desde su contratación hasta su consecución, evaluando los resultados para optimizar los recursos y mejorar la profesionalización del servicio de acciones en medios.

Mediante los servicios contemplados en este procedimiento, Proexca tiene la intención, entre otros objetivos, de diseñar y ejecutar campañas de comunicación, en diversos medios y espacios publicitarios, tanto para su propia marca corporativa con el objetivo de lanzar acciones de concienciación, como para promover acciones y actividades propias de las empresas permitiendo un mayor acceso y aumento de participación en convocatorias de acciones de internacionalización para sectores tradicionales o estratégicos, así como para promocionar a Canarias como un destino de negocios en el exterior.

Estos servicios podrán incluir de manera inherente la implementación de acciones secundarias o complementarias que sean indispensables para garantizar el cumplimiento adecuado del objetivo contractual establecido.

Proexca se reserva la facultad de contratar todas aquellas acciones promocionales o campañas de comunicación específicas dirigidas a audiencias particulares que considere pertinentes en el desarrollo de sus actividades y los objetivos establecidos en este documento, independientemente de si están incluidas o no en el estudio general de medios.

3.- Condiciones del servicio:

3.1, Servicios requeridos.

Los servicios requeridos se detallan a continuación, dividiéndose en dos tipologías de servicios:

a) Servicio de gestión de medios publicitarios:

- Proveer apoyo técnico a Proexca en comunicación, divulgación y marketing público para aumentar la visibilidad de sus campañas y actividades de negocio, incluyendo la planificación y contratación de acciones publicitarias, la adquisición de espacios aprobados por Proexca, y el control de calidad de materiales creativos y contenidos antes de su publicación. Este servicio podrá incluir la necesidad de asesorar en la planificación de medios, investigar y elaborar informes sobre tendencias y evolución de medios en Canarias y a nivel estatal.
- Ejecutar todas las prestaciones necesarias para cada campaña, incluyendo prestaciones accesorias y la verificación del cumplimiento de las órdenes publicitarias, difundir y supervisar contenidos autorizados, asegurando su coherencia y calidad.
- Supervisar, medir y evaluar campañas para garantizar objetivos y elaborar informes de cada acción realizada, utilizando herramientas de seguimiento en tiempo real.

- Coordinar con entidades públicas y socios para la difusión cruzada de contenidos y maximizar el impacto.
- Realizar contrataciones necesarias autorizadas por Proexca y supervisar el cumplimiento de la normativa en materia de publicaciones y comunicación. Se incluye la necesidad de supervisar el cumplimiento de la normativa en materia de publicaciones, logos, comunicación y divulgación aplicable
- Realizar las contrataciones necesarias, previamente autorizadas por Proexca, según se específica en este pliego.

Para llevar a cabo estos servicios, será necesaria la programación de reuniones semanales, bien presenciales en las oficinas que designe Proexca, o bien telemáticas en el caso de así sea posible. En casos de urgencia, el director/a de cuenta deberá acudir presencialmente a la sede de Proexca en un plazo máximo de 48 horas desde el requerimiento efectuado (de lunes a viernes, excepto festivos, en horario de 8:00 a 16:00 horas).

3.2.- Equipo de trabajo:

El equipo encargado de este proyecto debe estar compuesto por profesionales con la cantidad y capacidad necesarias para cumplir con las demandas de rendimiento exigidas por Proexca. Los participantes deben demostrar su competencia técnica y profesional mediante la presentación de sus equipos de trabajo, su composición y organigrama, así como una declaración de sus títulos académicos y experiencia profesional, especialmente en proyectos similares al objeto de este contrato. Esto incluye tanto al personal propio como externo, si lo hubiera, detallando las diferentes responsabilidades de cada miembro del equipo.

La remuneración y dedicación del personal contratado por la entidad no debe contradecir lo establecido en el convenio colectivo del sector de empresas de publicidad (Resolución de 3 de febrero de 2016, de la Dirección General de Empleo) ni las revisiones y tablas salariales para los años 2022 a 2025 (Resolución de 2 de agosto de 2022).

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 las siguientes áreas.

- Dirección de cuentas
- Planificación de medios
- Análisis de medios publicitarios

Teniendo en cuenta las anteriores características el equipo de trabajo quedará conformado por la siguiente estructura:

- **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.
- **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.
- **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.

3.3. Lugar de trabajo, entregables e idiomas.

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.

Como parte de los requisitos de la licitación, la empresa contratada deberá proporcionar entregables detallados que incluyan informes exhaustivos de los servicios realizados y los impactos de las acciones llevadas a cabo. El contratista deberá presentar una memoria mensual en formato digital (editable en Office 365 y en PDF), justificando las actividades realizadas en el mes, tanto de la actividad ordinaria de Proexca detallando las acciones ejecutadas, sus inversiones y los impactos generados. Se deberá anexar todos los documentos generados, presupuestos y facturas de proveedores terceros que justifiquen los pagos a realizar por Proexca.

3.4. Condiciones económicas de los servicios

Para los servicios de gestión de medios, las empresas podrán ofertar la comisión correspondiente para la gestión de contratación de medios publicitarios en cada solicitud que realice Proexca, siendo el límite máximo de la comisión de un 7%, impuestos indirectos no incluidos, sobre los medios que Proexca desee contratar en cada uno de los servicios solicitados. Las empresas podrán hacer ofertas a la baja de esta comisión, las cuales serán evaluadas utilizando fórmulas matemáticas descritas en los criterios de valoración automáticos.

3.5. No exclusividad

La adjudicación del contrato no otorga exclusividad al adjudicatario para todas las acciones de divulgación, comunicación o publicidad que Proexca pueda llevar a cabo. Proexca se reserva el

derecho de realizar, directa o indirectamente, cualquier actividad relacionada que considere de interés.

Por lo tanto, Proexca puede optar por no utilizar los servicios contratados con la empresa adjudicataria y tiene el derecho de contratar directamente acciones de divulgación o comunicación con centrales de medios, agencias de comunicación, agencias de publicidad u otros proveedores durante el período de vigencia del contrato. Esto será aplicable en situaciones especiales como casos de fuerza mayor, falta de respuesta por parte del adjudicatario ante una solicitud, deficiencias en las propuestas del adjudicatario o cuando Proexca considere que existen otras formas de contratación que ofrezcan mejores condiciones.

3.6. Subcontratación

Se establece que la subcontratación de servicios o perfiles profesionales está permitida, con la excepción del perfil del director o directora de cuentas. Este perfil de director/a de cuentas debe ser desempeñado directamente por personal de la empresa contratada.

3.7. Plazos de ejecución

El contrato tendrá vigencia hasta el 31 de diciembre de 2024.

4. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Los criterios de adjudicación para la evaluación de las propuestas de las empresas participantes son:

Criterios cualitativos:

CRITERIOS SOMETIDOS A JUICIO DE VALOR	25 PUNTOS
<p>1. Memoria sobre la metodología de evaluación preliminar de propuestas y seguimientos posterior de acciones de comunicación: de 0 a 25 puntos</p> <p>Las empresas participantes en la licitación deberán presentar una memoria detallada que incluya los siguientes elementos:</p> <ul style="list-style-type: none">● 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	25 puntos

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.

De 0 a 25 puntos siguiendo la siguiente estructura:

20,00-25,00 puntos (Muy Buena); Una propuesta es considerada muy buena cuando presenta una metodología detallada y robusta para la evaluación de la idoneidad y adecuación de las propuestas de acciones de comunicación en medios, incluyendo criterios claros y procesos bien definidos. Además, la empresa utiliza herramientas avanzadas, valorándose positivamente el uso de sistemas propios, demostrando innovación y precisión en el análisis. Se valoran positivamente sistemas y metodologías propias que permitan un seguimiento exhaustivo del impacto de las acciones. Los compromisos de plazos del análisis están especificados de manera clara y son ajustados para garantizar una correcta fluidez del trabajo en diferentes momentos y necesidades de alta demanda, asegurando una respuesta ágil y eficaz, con plazos breves y bien definidos desde la confirmación hasta la entrega de la valoración de idoneidad.

13,00-19,99 puntos (Buena); La memoria presentada incluye una metodología adecuada para la evaluación de la adecuación de las propuestas de acciones de

comunicación en medios, con criterios y procesos bien definidos, aunque no tan detallados. La empresa utiliza herramientas adecuadas, propias o de terceros, para la evaluación y seguimiento del impacto, demostrando una capacidad correcta en el análisis. Se valoran las metodologías propias, aunque no sean tan innovadoras. Los compromisos de plazos para la entrega del análisis son especificados y razonables, ajustándose a las necesidades de Proexca con plazos adecuados desde la confirmación hasta la entrega de la valoración de idoneidad.

5,50-12,49 puntos (Regular); La memoria presentada incluye una metodología básica y general para la evaluación de la idoneidad y adecuación de las propuestas de acciones de comunicación en medios, con criterios y procesos poco detallados. La empresa utiliza herramientas limitadas y principalmente de terceros, demostrando una capacidad básica en el análisis y seguimiento del impacto. La falta de metodologías propias innovadoras es evidente. Los compromisos de plazos para la entrega del análisis son vagos o no están claramente especificados, lo que puede generar incertidumbre en la respuesta y eficacia, con plazos más largos y menos definidos desde la confirmación hasta la entrega de la valoración de idoneidad.

0-5,49 puntos (Deficiente); La memoria presentada incluye una metodología vaga o inexistente para la evaluación de la idoneidad y adecuación de las propuestas de acciones de comunicación en medios, sin criterios claros ni procesos bien definidos. La empresa no especifica claramente las herramientas utilizadas, o estas son inadecuadas para realizar una evaluación y seguimiento del impacto efectivo. La ausencia de sistemas y metodologías propias y la falta de innovación son evidentes. Los compromisos de plazos para la entrega del análisis son ambiguos o no están especificados, lo que genera una alta incertidumbre sobre la capacidad de la empresa para proporcionar una respuesta oportuna y eficaz, con plazos excesivamente largos o indefinidos desde la confirmación hasta la entrega de la valoración de idoneidad.

CRITERIOS EVALUABLES DE FORMA OBJETIVA	75 PUNTOS
<p>1. Experiencia en la realización de trabajos gestión de planes o campañas de medios para empresas públicas o privadas.</p> <p>Se valorará positivamente aquellos equipos de trabajo presentados por las empresas que presenten un perfil de Director/a de Cuentas o Director/a de Medios que certifique 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.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia en la realización de planes de medios de ámbito internacional. 2 puntos por trabajo realizado, hasta un máximo de 10 puntos. - Experiencia en la realización de planes de medios de ámbito nacional. 4 puntos por trabajo realizado, hasta un máximo de 20 puntos. <p>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.</p> <p>En cuanto a los planes de medios 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.</p>	<p>30 puntos</p>
<p>2. Precio:</p> <p>Valoración de la comisión de agencia para los servicios de gestión de medios de comunicación, estableciéndose como máximo un 7% de comisión.</p> <p>En este apartado los licitadores deberán indicar cuál será su comisión de agencia ofertada. Se asignará el máximo de puntos correspondientes al licitador que oferte la comisión de agencia más baja y a los restantes, en función a la siguiente fórmula:</p> $Puntuación = 45 * (1 + \log\left(\frac{m_0}{o}\right))$ <p>Donde,</p>	<p>45 puntos</p>

<p>“mo” es el importe de la mejor oferta (la más económica)</p> <p>“O” es el valor de la oferta a valorar</p> <p>“log” el logaritmo en base 10.</p> <p><u>En este criterio se podrá alcanzar un valor entre 0 y 45 puntos, despreciando los puntos que estén fuera de este intervalo por los cálculos de la fórmula.</u></p>	
--	--

Canarias a pie de firma digital

Pablo Martin Carbajal
Consejero Delegado
Sociedad Canaria de Fomento Económico, S.A.