

**DISEÑO DE NUEVAS HERRAMIENTAS DE MARKETING Y MARKETING DIGITAL QUE
PONGAN EN VALOR LAS EMPRESAS DE LA EURORREGION EN LOS MERCADOS
INTERNACIONALES**

Introducción al proyecto ECICII PLUS.

La Confederación Empresarial de Ourense (en adelante la “CEO”), es una entidad asociativa y profesional, sin ánimo de lucro, con personalidad jurídica propia y plena capacidad de obrar, que representa y defiende los intereses del empresariado ourensano, así como los de las federaciones y asociaciones empresariales integradas en dicha confederación, siendo su interlocutor ante las distintas Administraciones y entidades provinciales, autonómicas y estatales, pudiendo realizar todas aquellas actividades que sean necesarias para el cumplimiento de la finalidad para la que ha sido creada, con sujeción a lo establecido en el ordenamiento jurídico.

La Confederación de Empresarios de Ourense (CEO) es beneficiaria de un proyecto europeo de Cooperación Transfronteriza (POCTEP), denominado ECICII PLUS **“Estructura Empresarial Conjunta para el Impulso y la Captación de Iniciativas de Internacionalización”**.

En la siguiente dirección web se puede acceder a una información pormenorizada sobre el alcance del mismo www.eciciplus.org

Los socios del proyecto ECICII PLUS son las siguientes entidades:

1. CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE PONTEVEDRA- CEP
2. INSTITUTO GALLEGO DE PROMOCIÓN ECONÓMICA - IGAPE
3. ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE PORTUGAL - AEP
4. CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE OURENSE - CEO
5. ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE VIANA DO CASTELO - AEVC
6. ASOCIACIÓN MULTISECTORIAL DE NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN - INEO

El objetivo general del proyecto es fortalecer la capacidad de internacionalización de las PYMES de la Eurorregión, a través de la intensificación de la cooperación y del aprovechamiento de las sinergias de la experiencia gallega y del Norte de Portugal, apostando también por la experimentación con modelos de internacionalización multisectorial, donde empresas intensivas en conocimiento se alíen con empresas tradicionales de sectores estratégicos en la Eurorregión, con mayor experiencia en internacionalización, para salir al exterior en una oferta conjunta.

Para alcanzar el objetivo general del proyecto, se llevarán a cabo 4 grandes grupos de actividades a ser realizadas por los socios del proyecto de manera colaborativa.

- Actividad 1: Análisis competitivo de mercados y empresas
- Actividad 2: Consolidación de servicios conjuntos de apoyo a la internacionalización

- Actividad 3: Fomento de la cooperación empresarial para la internacionalización.
- Actividad 4: Potenciación del conocimiento de los productos y las ventajas competitivas de las empresas de la Eurorregión en mercados de destino.

EL proyecto tiene un horizonte temporal de ejecución que finalizará a 31 de diciembre de 2020.

**ACTIVIDAD 4:
POTENCIACION DEL CONOMIENTO DE LOS PRODUCTOS Y LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE
LAS EMPRESAS DE LA EURORREGIÓN EN MERCADOS DE DESTINO**

1. NECESIDAD DE CONTRATACIÓN DE LA ACTIVIDAD.

En el marco de la **Actividad 4: “Potenciación del conocimiento de los productos y las ventajas competitivas de las empresas de la Eurorregión en mercados de destino”**, se incluye la siguiente actividad:

- **Diseño de nuevas herramientas de marketing y marketing digital que pongan en valor las empresas de la eurorregión en los mercados internacionales.**

Para la ejecución de esta actividad, y dados los recursos de que dispone la organización, considera necesaria la contratación de servicios externos especializados para realizar con éxito y dentro del plazo temporal establecido, esta actividad.

2. OBJETO DEL CONTRATO.

Este documento establece las bases para la adjudicación del contrato de asistencia técnica externa para la organización y desarrollo del siguiente servicio:

Servicio de asesoramiento para el diseño de herramientas de marketing y comunicación innovadoras para la internacionalización de, al menos, **doce empresas de la Eurorregión de los sectores objeto del proyecto**, así como la adaptación de materiales promocionales a las características de los nuevos mercados exteriores, incluyendo su traducción.

Para ello, se trabajará a nivel individual con cada una de las empresas de la eurorregión que participen en el servicio para mejorar su imagen corporativa en internet con la finalidad de hacer su presencia online más competitiva de cara al comercio internacional, y adaptar la información existente sobre la empresa en la red a las características y necesidades específicas de los mercados extranjeros objetivo de la empresa. Este servicio de asesoramiento en materia de marketing digital podrá incluir, en función de las necesidades específicas manifestadas por las empresas que participen en el mismo, el diseño y adaptación de las páginas web, redes sociales y materiales promocionales digitales (catálogo, folletos, identificación de los profesionales de la empresa, etc.), así como su traducción a los idiomas utilizados en los países definidos como prioritarios en el marco del proyecto (inglés, portugués y español), y cualquier

otro servicio relacionado con las herramienta de marketing y comunicación digital para su internacionalización.

Tareas a realizar por la empresa adjudicataria y entregables:

- A) **Apoyo en las labores de selección de las empresas participantes:** la captación de las empresas será realizada por la CEO, con la invitación a las empresas que participan en el proyecto ECICII PLUS. De no ser suficientes para realizar la acción, la CEO con el apoyo de la adjudicataria seleccionarán y registrarán nuevas empresas de la Eurorregión para incorporarlas al proyecto ECICII PLUS y poder realizar las acciones con un mínimo de doce empresas de la Eurorregión.
ECICII PLUS cuenta con fichas propias de registro que la CEO proporcionará a la adjudicataria debiendo utilizarlas con las nuevas empresas si finalmente se incorporan al proyecto.

- B) **Presentación del programa:** Presentación en formato virtual para explicar el programa y sus fases.

- C) **Diseño de la metodología y puesta en marcha de un programa con el objetivo de diseñar herramientas de venta on-line, marketing y comunicación digital innovadoras para la internacionalización.** Ante la situación epidemiológica de Covid-19, el servicio se realizará en formato virtual. El programa incluirá un servicio de asesoramiento y acompañamiento durante todo el proceso para la implantación de las herramientas diseñadas en, al menos, 12 empresas participantes.

El servicio propuesto constará, al menos, de las siguientes fases:

1. Fase inicial de diagnóstico: Reunión, diagnóstico y entrega de análisis de mercados digitales, en al menos dos mercados, de los países definidos como prioritarios en el marco del proyecto:
 - La zona NAFTA, con especial incidencia en México y Estados Unidos.
 - América Latina (LATAM), con especial incidencia en Colombia.
 - Los PALOP (Países Africanos de Lengua Oficial Portuguesa), con especial incidencia en Angola y Mozambique.
 - China.
 - India.
 - Área de influencia China e India.
 - Singapur.
 - Polonia.

Los mercados serán definidos en función de las necesidades de las empresas participantes y en consenso con la organización.

Al término de esta fase se habrá realizado el análisis del estado digital de las empresas participantes y los mercados digitales seleccionados. Cada empresa recibe un informe personalizado. Además, la organización recibe un informe conjunto.

2. Fase de desarrollo - Plan de acción: Propuesta de acciones y herramientas necesarias para desarrollar el plan (venta on-line, marketing y comunicación digital).

El plan de acción se realizará en consenso con cada empresa, adaptándose a las necesidades específicas, recursos y medios de cada una de ellas. La empresa adjudicataria diseñará y proporcionará herramientas para la implementación de las acciones. Además, establecerá un sistema de comunicación fluida y directa con cada empresa, priorizando las reuniones virtuales individualizadas e indicando el nº de horas por empresa.

Durante esta fase será necesario mantener reuniones individuales con cada empresa para desarrollar el plan y seleccionar las acciones a implantar.

Los entregables de esta fase incluyen:

- Plan de acción personalizado a cada empresa y para cada mercado con las herramientas necesarias para su desarrollo.
 - Cronograma y prioridades del plan de acción para su implantación.
 - Sistema de comunicación y seguimiento para cada empresa.
3. Fase de formación: Sesiones formativas sobre el plan de marketing digital para la internacionalización, se tratarán las siguientes temáticas: ventas on-line, marketing y comunicación digital, marketing para la internacionalización, posicionamiento en estrategias globales y comunicación de marca y producto. En la propuesta se indicará el nº de horas formativas y si se realizan de forma conjunta o individual a cada empresa.
 4. Fase implementación de la acción seleccionada: Tutorizaciones individuales (indicando el nº de horas) para el acompañamiento en la implantación de las acciones seleccionadas, incluyendo; formación y recursos digitales, tales como: plantillas, diseños específicos, entre otros, necesarios para la implantación de dicha acción. En la propuesta se incluirá detalle del número, tipo e idiomas de las acciones y materiales que podrán ser implementados por cada empresa participante. Se entregará un informe de las acciones implementadas en cada empresa.

El diseño y adaptación de las páginas web, tienda on-line, redes sociales y materiales promocionales digitales (catálogo, folletos, identificación de los profesionales de la empresa, etc.), así como su traducción a los idiomas utilizados en los países definidos

como prioritarios en el marco del proyecto (inglés, portugués y español), y cualquier otro servicio relacionado con las herramienta de marketing y comunicación digital para su internacionalización.

El servicio propuesto abarcará, al menos, las siguientes acciones:

- Web y tienda on line.
- Social Media Strategy.
- Posicionamiento SEO y SEM.
- Mail Marketing.
- Marketing de contenidos.

El servicio propuesto incluirá:

- **Asunción de costes del software y/o el soporte** que se utilizará para la realización de las acciones que se lleven a cabo en formato virtual, así como la asunción de los costes derivados de la ejecución de las acciones.
- **Gestión de la publicidad, comunicación** y difusión de los servicios contratados y de sus resultados en medios escritos, audiovisuales y redes sociales. Para ello deberá preparar un plan de medios en el que indique acciones de comunicación a llevar a cabo antes y durante la acción. Además, será la encargada de facilitar el contenido necesario para el plan de medios, la comunicación y difusión de la acción, incluyendo su diseño.
- Asimismo la empresa deberá informar a la CEO del contenido, material elaborado y facilitado, lista de asistentes y evidencias gráficas de la presentación, formación y tutorías, número de tutorías individualizadas realizadas, aportando soporte fotográfico, informes realizados, así como el resultado final de todo el procedimiento.
- La CEO hará, en todo momento, un seguimiento del avance de los trabajos, para ello la CEO y la empresa adjudicataria establecerán reuniones periódicas a fin de conocer la evolución del proyecto.
- La empresa contratada, ofrecerá un servicio de acompañamiento, tutoría y formación a cada empresa e incluirá servicio de traducción de los materiales necesarios para la ejecución de las acciones previstas en el plan.
- La empresa contratada, elaborará **informes intermedios**, a modo de hitos de las acciones y fases desarrolladas.

D) Informe Final:

La empresa adjudicataria se compromete a emitir un informe final detallado con toda la actividad realizada pormenorizando paso a paso como se realizó la acción correspondiente, debiendo incluir necesariamente:

- Captación y selección de empresas participantes.

- Incidencias habidas durante el proceso, si hubiesen surgido.
- Resultado final de todo el procedimiento.
- Cualquier otra cuestión que consideren de relevancia en la planificación y ejecución de la acción.
- Complementariamente elaborará un Anexo a ese informe con:
 - Encuentros virtuales realizados: Formación y tutorías individuales.
 - Empresas participantes.
 - Fotografías de cada evento y encuentro virtual.
 - Análisis del estado digital de las empresas participantes y los mercados digitales seleccionados.
 - Caracterización de los mercados seleccionados.
 - Plan de acción a cada empresa y para cada mercado con las herramientas necesarias para su desarrollo.
 - Detalle de las acciones implementadas en cada empresa.

Este informe se elaborará a fin de justificar las acciones ante las autoridades de gestión de los proyectos POCTEP. Corresponderá a la CEO la revisión y aprobación del documento.

El informe final será realizado siguiendo las instrucciones dictadas a tal efecto para los proyectos POCTEP. La CEO pondrá estas normas a disposición de la empresa para su cumplimiento y suministrará el material gráfico necesario (logos, fuentes tipográficas y colores).

Toda la documentación, informes, etc. deberán seguir las normas de publicidad del proyecto, incluyendo los logos oficiales. La CEO asesorará a la adjudicataria en las normas básicas de comunicación del proyecto para su cumplimiento y revisará que ello se cumpla.

Este contrato, en lo referente al proceso de preparación, publicidad, concurso, elección, adjudicación y formalización, respetará los principios publicidad, concurrencia, transparencia, confidencialidad, igualdad y no discriminación.

3. CONTENIDO DE LAS PROPOSICIONES.

Las empresas interesadas deberán presentar la siguiente documentación en un único archivo:

- **Documentación Administrativa.**
Presentación breve del licitador y de su experiencia en el campo de la prestación de servicios de internacionalización.
- **Equipo requerido:** La adjudicataria contará con el siguiente personal para la ejecución del contrato designando (indicar experiencia del equipo: fechas, título del programa o acción desarrollada, organismo o entidad al que han ofrecido el servicio):
 - Un Director/a del proyecto, que será la persona encargada de realizar las tareas de dirección de las actividades comprendidas en la contratación y actuará como interlocutor con el técnico asignado desde la CEO como responsable de la actividad.

- Consultores y/o formadores expertos en las áreas objeto de este pliego (prestación de servicios de asesoramiento y tutoría para el diseño de herramientas de marketing, marketing digital y comunicación innovadoras para la internacionalización de las empresas). En la propuesta se indicará la experiencia de los expertos en este ámbito.
- Técnico encargado del soporte informático en las acciones y/o sesiones grupales y/o individuales.
- **Documentación Técnica.**
Propuesta técnica y metodológica y propuesta de mejoras concretas en las actividades a realizar adaptadas a la realización de los servicios indicados en el punto 2.
- **Documentación Económica.**
Propuesta económica.

4. PRECIO DEL CONTRATO.

El precio establecido para la realización de la actividad antes descrita asciende a:

- Veinte mil quinientos euros (20.500€) con IVA incluido.

La facturación se realizará al término de las actividades. Una vez presentado el informe final justificativo y obtenida la conformidad de la CEO.

5. PLAZO DE REALIZACIÓN.

La actividad sujeta a contratación deberá estar finalizada (ejecutada, informe final justificativo presentado, conformidad de la CEO y facturada) **antes del 30 de noviembre de 2020.**

6. GARANTÍAS EXIGIBLES.

- a) Provisional.- NO SE EXIGE GARANTIA PROVISIONAL PARA PARTICIPAR EN EL PROCESO.
- b) Definitiva.- NO SE EXIGE GARANTIA DEFINITIVA PARA PARTICIPAR EN EL PROCESO.

7. PRESENTACIÓN DE PROPOSICIONES.

Fecha límite de presentación de proposiciones: 11 días hábiles contados a partir de la publicación de este documento. (Todos excepto sábados, domingos y festivos).

La presentación de las ofertas se realizará de forma electrónica a través del correo electrónico **eupeos@ceo.es** que la CEO pone a disposición de las entidades licitadoras.

La documentación a presentar deberá estar firmada electrónicamente, o manualmente y adjuntada en formato PDF.

Una vez realizada la presentación, la CEO proporcionará a la entidad licitadora un justificante de envío, susceptible de almacenamiento o impresión, con el sello de tiempo.

La presentación de proposiciones implica la aceptación incondicional de las cláusulas y contenido de este documento sin salvedad o reserva alguna.

8. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN.

El procedimiento de adjudicación es el **Abierto Súper Simplificado** regulado en el artículo 159.6 LCSP.

Capacidad para contratar.

Están facultadas para contratar las personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, que tengan plena capacidad de obrar, no estén incurso en alguna de las prohibiciones de contratar que señala el artículo 71 de la LCSP y acrediten su solvencia económica y financiera y técnica o profesional, conforme a lo establecido en los artículos 86, 87 y 90 de la LCSP. Así mismo deberá comprobar que se encuentra al corriente en sus obligaciones con las distintas administraciones.

Criterios de valoración.

Las ofertas presentadas se valorarán según los siguientes criterios:

Criterios	
<p>Criterios evaluables de forma automática: criterio económico</p> <p>Para el cálculo de la puntuación relativa al precio, se aplicará la siguiente fórmula:</p> $Puntuación = MaxPuntos \times \frac{Ob}{Oval}$ <p>Dónde:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MaxPuntos = Máxima puntuación que se otorga (en este caso 75). • Ob = Oferta más baja • (Menor Oval) Oval = Oferta a valorar 	75 puntos
<p>Criterios subjetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia del personal dedicado a la prestación de servicios de asesoramiento y tutoría para el diseño de herramientas de marketing, marketing digital y comunicación innovadoras para la internacionalización de las empresas (indicando: fechas, título del programa o acción, organismo o entidad a la que han ofrecido el servicio): un máximo de 5 puntos. - Diseño de herramientas, recursos y materiales promocionales digitales en varios idiomas (inglés, portugués y español) para la implantación del programa (detalle del tipo, nº e idiomas): un máximo de 5 puntos. - Metodología novedosa, plan de trabajo y cronograma, adaptado al formato virtual de los servicios objeto del contrato (incluyendo: nº de horas y sesiones de tutorías/asesoramiento individualizado, nº de horas de formación, mejoras sobre la propuesta base): un máximo de 15 puntos. 	25 puntos

9. ADJUDICACIÓN.

El Órgano de contratación adjudicará el contrato al licitador que en su conjunto, presente la oferta que obtenga mayor puntuación.

En caso de que dos o más ofertas acrediten igualdad de puntuación tras la aplicación de los criterios de valoración señalados, el empate se resolverá mediante la aplicación por orden de los siguientes criterios, referidos al momento de finalizar el plazo de presentación de ofertas (artículo 147 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al Ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 :

- Mayor porcentaje de trabajadores con discapacidad o en situación de exclusión social en la plantilla de cada una de las empresas, primando en caso de igualdad, el mayor número de trabajadores fijos con discapacidad en plantilla, o el mayor número de personas trabajadoras en inclusión en la plantilla.
- Menor porcentaje de contratos temporales en la plantilla de cada una de las empresas.
- Mayor porcentaje de mujeres empleadas en la plantilla de cada una de las empresas.
- El sorteo, en caso de que la aplicación de los anteriores criterios no hubiera dado lugar a desempate.

La documentación acreditativa de los criterios de desempate será aportada por los licitadores en el momento en que se produzca el empate, y no con carácter previo.

El acuerdo de adjudicación será notificado a todos los licitadores, momento en el que se dará acceso abierto, por medios informáticos, de las ofertas presentadas y de la documentación relativa a su valoración.

10. DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA.

Una vez realizada la adjudicación, se concederá un plazo máximo de 5 días hábiles al adjudicatario para presentar la documentación justificativa de hallarse al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y con la Seguridad Social.

11. NOTIFICACIONES Y COMUNICACIONES

La participación en este procedimiento de licitación conlleva la aceptación de que las notificaciones y comunicaciones se realizarán por correo electrónico a la dirección de correo electrónico indicado por el interesado en su propuesta.

Toda notificación enviada a la dirección facilitada por el interesado se entenderá practicada a todos los efectos legales desde la fecha de su remisión con independencia de que el destinatario acceda o no a su contenido, salvo que de oficio o a instancia del destinatario, se compruebe la imposibilidad técnica o material del acceso a la notificación.

12. PUBLICACIÓN DEL RESULTADO.

Sin perjuicio de la obligación de publicidad por los medios exigibles, las empresas o entidades licitadoras dispondrán en la página web de la CEO la siguiente información: Licitadores admitidos y no admitidos (Excluidos), valores objetivos puntuables y licitador adjudicatario

13. FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO.

La formalización del contrato podrá efectuarse mediante la firma por el contratista de la resolución de adjudicación.

14. FINANCIACIÓN.

El proyecto, está financiado por la UE y el FEDER, a través del programa de Cooperación Transfronteriza Galicia – Norte de Portugal. POCTEP de la Unión Europea, para toda la Euroregión.

15. NORMATIVA: El contrato se ajusta a las normas nacionales y comunitarias vigentes, entre las que destacan:

- Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público. (en adelante LCSP).
- Reglamento (UE) Nº 1299/2013 y Reglamento (UE) Nº 1303/2013.
- Reglamento de Ejecución UE Nº 821/2014.