

CONTRATACION DEL SERVICIO DE GESTIÓN, ANÁLISIS Y CONTRATACIÓN DE PUBLICIDAD DIGITAL EN REDES SOCIALES Y BUSCADORES PARA BNEW – BARCELONA NEW ECONOMY WEEK

A ANTECEDENTES

1. Principios a los que se somete la contratación:

a La adjudicación está sometida a los principios de publicidad, concurrencia, transparencia, confidencialidad, igualdad y no discriminación.

b La adjudicación está sometida a lo establecido en el Libro tercero, Título II sobre “*Contratos de las entidades del sector público que no tengan carácter de poderes adjudicadores*” ley 9/2017 y a lo establecido en sus INSTRUCCIONES GENERALES DE CONTRATACIÓN disponibles en el perfil del contratante (https://czfi.es/?page_id=56).

2. Necesidad de los servicios a contratar:

La necesidad y justificación de la contratación viene determinada por la falta de personal y medios propios para realizar la prestación del servicio objeto de contratación.

B OBJETO DEL CONTRATO

1. OBJETO:

El objeto de la presente licitación es la contratación de los servicios de una agencia de medios para la planificación, programación, contratación y seguimiento de campañas de publicidad digital del proyecto BNEW 2021-Barcelona New Economy Week organizado por Consorci ZF Internacional S.A.U. Estas campañas consistirían en la difusión en redes sociales y buscadores con el objetivo de mejorar el posicionamiento digital del evento, obtener más tráfico hacia su página web, aumentar su comunidad de seguidores en redes sociales, conseguir asistentes de todo el mundo al evento, ganar prestigio y convertirse en el evento de referencia de la nueva economía.

La contratación se efectúa para gestionar la compra de publicidad en redes sociales y buscadores digitales (principalmente Google Ads), activar dichas campañas para los fines antes indicados, así como su optimización en términos de resultados así como la medición de los resultados de las mismas.

Se excluyen de esta licitación los servicios de creación de landing page de captación así como la búsqueda y gestión de acciones con influencers, aunque sí que se incluyen la creación de copys y creatividades necesarias.

2. LOCALIZACIÓN

Los servicios podrán ser realizados de forma remota con la excepción de las asesorías presenciales que en caso de necesidad por parte de Consorci ZF Internacional se realizarán en la sede del mismo.

3. DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS:

1.- Estrategia y planificación.

La adjudicataria elaborará mensualmente una propuesta de planificación de campañas de publicidad digital en las distintas redes sociales (Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube...) y buscadores (Google) que será presentada a al Consorci ZF Internacional para su aprobación.

Elaborará una estrategia marco con el fin de conseguir los objetivos que persigue el Consorci ZF Internacional que son los siguientes:

- Aumentar el tráfico hacia su página web de nueva creación.
- Dar a conocer noticias relevantes y de interés del evento
- Incrementar su comunidad de seguidores en las distintas redes sociales.
- Ganar prestigio y notoriedad en los sectores principales de BNEW: Sostenibilidad, Logística, Inmobiliario, eCommerce, Movilidad, Zonas Económicas, Industria Digital, Talento, Ciencia y City.
- Mejorar su posicionamiento digital SEM y SEO
- Aumentar el número de visitantes registrados al evento, tanto nacionales como internacionales, con foco en América Latina, Europa y Norte de África.
- Convertirse en el evento de referencia de la nueva economía.

2.- Apoyo técnico.

La adjudicataria apoyará técnicamente al Consorci ZF Internacional, proporcionándole asesoramiento para el buen desarrollo de las campañas publicitarias digitales y poniendo a su disposición las herramientas de análisis que se le requieran, especialmente en el ámbito digital y en compra programática de publicidad según el público de las audiencias que se desee.

Elaborará su propuesta de planificación en base a estudios de marketing y de mercado y atendiendo a los objetivos de cada campaña, siempre con la pretensión de lograr la máxima rentabilidad de dichas acciones.

3.-Gestión de la intermediación publicitaria.

La adjudicataria efectuará la intermediación y contratación de los espacios publicitarios digitales en redes sociales y buscadores según la propuesta aprobada por el Consorci ZF Internacional, encargándose de materializar las adaptaciones y copys necesarios para las acciones necesarias, así como realizando el seguimiento continuado de su materialización y aconsejando al Consorci ZF Internacional en la realización de ajustes que se estimen oportunos.

En las campañas la adjudicataria empleará el catalán y el castellano indistintamente atendiendo a su cooficialidad pero teniendo en cuenta la audiencia que se persiga, aunque también se empleará la lengua inglesa o la que sea pertinente según el público del sector de los negocios o el ámbito geográfico perseguido.

Los costes de traducción y adaptaciones de artes finales correrán a cargo de la empresa adjudicataria de este concurso.

4.-Información y control

La empresa adjudicataria presentará un plan de acción en redes sociales y buscadores, definiendo los objetivos y los KPIs que se van a utilizar para la medición del correcto funcionamiento de las mismas.

La empresa adjudicataria se compromete a explicitar el informe de inversión detallando por buscador y red social detallando el CPM (Coste por Mil impresiones) de cada campaña así como el coste por click de cada campaña realizada. La empresa adjudicataria presentará un informe con frecuencia mensual al responsable del contrato sobre el cumplimiento del plan de medios. También deberá realizar un Dashboard con Google Data Studio para que el Consorci ZF Internacional pueda revisar los resultados a tiempo real. Dada la proyección global de Consorci ZF Internacional se valorará positivamente que la empresa adjudicataria cuente con presencia en mercados internacionales a través de una red de oficinas propia en Europa y en Latinoamérica, entre otras regiones.

Relación de tareas incluidas:

- Realización de creatividades adaptadas a cada formato
- Configuración y puesta en marcha de la cuenta Google Ads del BNEW así como de sus distintas redes sociales (Twitter, LinkedIn, Instagram, Facebook, YouTube, etc.
- Creación de conversiones, audiencias y medición.
- Creación de campañas y optimización hasta el fin de la misma
- Optimización y gestión semanal de las campañas realizadas en Google Ads

- Creación de Copys adaptados a cada campaña
- Creación de informes mensuales para medir los resultados y modificar la estrategia.
- Creación de UTM's de rastreo.
- Configuración de las campañas y puesta en marcha.
- Optimización y gestión de campañas en Twitter, LinkedIn, Facebook e Instagram (recordatorio, alcance, tráfico web, crecimiento de comunidad, captación de leads, reconocimiento de marca...)
- Creación de informes mensuales para medir los resultados y modificar la estrategia.
- Conceptualización y diseño de las siguientes creatividades necesarias para realizar las campañas: 8 Banners animados más 20 adaptaciones y 10 creatividades estáticas más 20 adaptaciones.

C OTROS

1. DOCUMENTACIÓN E INFORMES A PRESENTAR EN LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO:

Los definidos en el apartado "*Descripción de los trabajos*"

2. CLASIFICACIÓN REQUERIDA

No procede

3. Lotes

División en lotes: No

Justificación de la no división en lotes: La naturaleza del objeto del contrato no permite su división en lotes, puesto que la realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en el objeto del contrato dificulta la correcta ejecución de este desde el punto de vista técnico.

4. Admisibilidad de variantes

NO

5. Naturaleza jurídica:

ConSORCI ZF Internacional, SAU tiene la naturaleza de ente del sector público sin la consideración de poder adjudicador, consecuentemente le es de aplicación lo

establecido en el Libro tercero, Título II sobre “Contratos de las entidades del sector público que no tengan carácter de poderes adjudicadores”.

D. PRECIO DEL CONTRATO

1. **Presupuesto de licitación**

El presupuesto máximo a tanto alzado de licitación es de **SESENTA Y CINCO MIL EUROS (65.000 €)** IVA excluido.

- a. La totalidad de los costes necesarios para la ejecución del presente contrato se entenderán como incluidos en el valor de la oferta recibida.

2. **Sistema de determinación del precio.**

Tanto alzado

3. **Revisión de precios:**

No

4. **Financiación con Fondos externos:**

No

5. **Abono del servicio:**

Transferencia bancaria mensual, previa presentación de factura, tras la correcta realización de los trabajos finalizados en cada periodo.

E. DURACIÓN Y PLAZO DE EJECUCIÓN

1. **Duración total**

La duración máxima del contrato será de SEIS (6) meses contados desde el día siguiente al de la formalización del contrato.

2. **Plazos parciales:**

NO

3. **Prórroga:**

No

4. **Plazo de garantía:**

No aplica

5. **Lugar de ejecución del contrato:**

El establecido en los presentes pliegos

F. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR LOS LICITADORES
--

La oferta se presentará en un documento único que incluirá, en cualquier caso:

- 1) Una **declaración firmada** especificando que el contratista no se encuentra en ninguna situación que le impida contratar ante la administración.
- 2) **Una oferta técnica** en la que se describan las actuaciones a realizar. La oferta técnica tendrá que incluir un currículum detallado de los consultores responsable de la ejecución y dirección de los trabajos a fin de poder evaluar la experiencia demostrable y relevante al presente contrato. La oferta técnica también deberá incluir una propuesta de mejoras.
- 3) **Una oferta económica** (Importante: Las ofertas que superen el presupuesto de licitación serán automáticamente excluidas).

G. LUGAR Y PLAZO DE ENTREGA DE LAS PROPOSICIONES
--

1. **Plazo de presentación de las ofertas:** Un máximo de **diez (10) días naturales**, a contar desde el día siguiente a la publicación de las presentes condiciones de contratación en el perfil del contratante.
2. **Forma de entrega:** Mediante envío de correo electrónico a las siguientes direcciones luis.lopez@zfbarcelona.es

3. Las proposiciones presentadas fuera de plazo no serán admitidas.

H. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Criterios de adjudicación (máximo 100 puntos):

1. **Oferta Económica:** Con una ponderación **máxima de 55 puntos** mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

Esta puntuación será para la más baja y el resto de las ofertas se valorarán de modo inversamente proporcional a las diferencias de precio:

$$\text{Puntos oferta (A)} = \text{Puntuación máxima (55 puntos)} \times \frac{\text{Oferta más baja}}{\text{Oferta (A)}}$$

La puntuación resultante de cada licitador incluirá hasta 2 decimales.

2. **Oferta Técnica:** Con una ponderación **máxima de 45 puntos** los cuales se dividen en base a los siguientes criterios y puntuaciones:

i) **Memoria técnica, metodológica y modelo propuesto de gestión y dirección del Servicio (hasta un máximo 25 puntos).**

- 1) Calidad de la memoria técnica (máximo 15 puntos), la memoria tendrá que incluir como mínimo:

- i) La metodología prevista para la realización de los trabajos
- ii) El plan de trabajo y las principales tareas

Sistema de valoración:

- *Desarrollo mínimo: hasta un máximo de 5. Aquellas propuestas que contengan los mínimos requeridos y que den respuesta parcial a los parámetros valorables.*
- *Desarrollo detallado: hasta un máximo de 10. Aquellas propuestas que contengan los mínimos requeridos y que den respuesta a los parámetros valorables.*
- *Desarrollo exhaustivo: hasta un máximo de 15 puntos. Aquellas propuestas que amplíen cualitativamente los contenidos mínimos requeridos y que den respuesta holgada a los parámetros valorables.*

- 2) Descripción de las medidas de coordinación y gestión que aseguren la correcta ejecución del Servicio (máximo 10 puntos).

Sistema de valoración:

- *Desarrollo mínimo: hasta un máximo de 2,5. Aquellas propuestas que contengan los mínimos requeridos y que den respuesta parcial a los parámetros valorables.*
 - *Desarrollo detallado: hasta un máximo de 5. Aquellas propuestas que contengan los mínimos requeridos y que den respuesta a los parámetros valorables.*
 - *Desarrollo exhaustivo: hasta un máximo de 10 puntos. Aquellas propuestas que amplíen cualitativamente los contenidos mínimos requeridos y que den respuesta holgada a los parámetros valorables.*
- ii) **Experiencia demostrable y relevante del /los consultor/a responsable de la ejecución y dirección de los trabajos de los últimos 5 años** (hasta un **máximo de 5 puntos**):
- Experiencia demostrable en planificación, programación, contratación y seguimiento de campañas de publicidad digital. Un punto (1) por cada año de experiencia demostrable hasta un máximo de 5 puntos.
- iii) **Internacionalización del proyecto** (hasta un máximo de **10 puntos**) la empresa adjudicataria deberá contar con presencia en mercados internacionales a través de una red de oficinas propia en Europa y en Latinoamérica, entre otras regiones. Dos puntos (2) por cada oficina propia internacional.
- iv) **Propuestas de mejoras** (hasta un máximo de **5 puntos**): Se presentarán resúmenes de las mejoras que se propongan en los que se describirán contenido de dichas mejoras e indicación del objetivo a mejorar.

Barcelona, a 6 de mayo de 2021

DocuSigned by:
Blanca Sorigué
F82CEC6DB475463...

Blanca Sorigué Borrell
Consejera Delegada
Consorcio ZF internacional, S.A.U.