



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL “SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA CREATIVIDAD, DISEÑO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA FUNDACIÓN CENTRO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS Y COMERCIALES (CECO) MEDIANTE PROCEDIMIENTO GENERAL NO ARMONIZADO.

EXPEDIENTE N° CECOPG01/11

ÍNDICE

1. Objeto de licitación.....	<u>2</u>
2. Duración del contrato.....	<u>2</u>
3. Presentación de la oferta y documentación técnica	<u>2</u>
3.1. Oferta Técnica	<u>2</u>
3.2. Descripción del trabajo	<u>4</u>
3.3. Medios técnicos y humanos.....	<u>5</u>
4. Organización, dirección y supervisión de los trabajos.....	<u>6</u>
5. Propiedad de los trabajos.....	<u>6</u>

1. OBJETO DE LICITACIÓN

El presente pliego tiene por objeto la selección de la empresa a la que se adjudicará la prestación de servicios de asistencia en la definición y la ejecución de la campaña de comunicación de la Fundación CECO durante un período de dos años, incluyendo todo lo relativo a creatividad, diseño y artes finales en los distintos soportes, la definición de la estrategia de comunicación, la planificación y organización de acciones, la gestión de redes sociales y las acciones para el posicionamiento SEM y SEO, así como la propuesta de medios y soportes de comunicación a contratar por la propia Fundación para la difusión de contenidos.

Queda fuera del objeto de la presente contratación la propia contratación de medios, a excepción de los digitales, para la publicidad, que serán contratados por la propia fundación, directamente, de conformidad con el plan de comunicación propuesto por el adjudicatario en el marco de su asistencia y de conformidad con las disponibilidades presupuestarias previstas por CECO para tal fin.

2. DURACION DEL CONTRATO

La duración del contrato para la prestación del servicio será de 2 años desde la fecha que se estipule en el contrato y podrá ser prorrogado por un año más en las condiciones descritas en el Pliego de Condiciones de Particulares.

3. PRESENTACIÓN DE LA OFERTA Y DOCUMENTACIÓN TÉCNICA.

3.1. OFERTA TÉCNICA

Las ofertas deberán presentar la documentación técnica suficiente para poder analizar y valorar las características de la prestación del servicio. Para ello deberán incluir, al menos, la documentación que se señala a continuación de forma obligatoria y cuya ausencia será motivo de exclusión de la oferta.

En el sobre 2 de la Oferta Técnica los ofertantes incluirán, con el mayor detalle posible, los sistemas que pretendan utilizar en el supuesto de que resultaran adjudicatarios.

La Oferta técnica deberá acreditar un dominio conceptual, metodológico y técnico adecuado para la ejecución del contrato y reflejar capacidad técnica probada para dar servicio en el desarrollo del objeto previsto y para la consecución de los objetivos marcados. En este sentido, se considerará el que identifique las fases en que se desarrollarán los trabajos, sus hitos y productos entregables de una manera ordenada en el tiempo.

La Oferta Técnica deberá incluir:

- Informe descriptivo de la estrategia de creatividad y de la campaña de comunicación propuesta. Dicho informe deberá demostrar el conocimiento de la Fundación, sus alumnos, sus potenciales clientes y sus programas, así como sus necesidades, valorando las distintas alternativas de comunicación y justificando la estrategia propuesta. Esta estrategia deberá hacer referencia a la línea creativa por la que se apuesta, al peso de dicha creatividad en la propuesta de asistencia, al modelo de campaña institucional propuesto, al peso de dicha campaña en la propuesta, así como al modelo de comunicación de sus programas, incidiendo en cuáles se quiere prestar especial atención, detallando por último la propuesta de actividades, medios y soportes de cada programa, con especial referencia a las herramientas de la sociedad de la información.

- Plan de Acción. El plan de acción debe contener una descripción del total de acciones propuestas cargo a la asistencia, con su definición en el tiempo, diferenciando entre las actividades o acciones relativas a la creatividad y las propias del desarrollo de la campaña de comunicación, diferenciando en unas y otras entre la campaña institucional y las referidas a cada producto o programa de la Fundación. Para cada campaña de comunicación se deberá detallar el tipo de acción a desarrollar, así como los medios y soportes de eventual contratación directa por parte de la fundación.

La relación de medios contendrá al menos los siguientes:

- a) Las cadenas de Radio Nacional de España y las cadenas SER, COPE y Onda Cero.
- b) El País, El Mundo, ABC, La Razón, La Vanguardia, El Periódico y Público. El compromiso de descuento afectará tanto a la edición nacional de estos periódicos como a sus ediciones regionales o locales.
- c) Expansión, Cinco Días, La Gaceta de los Negocios, El Economista y Dossier Empresarial.
- d) Los diarios de mayor difusión (incluyendo los deportivos) y los de mayor tirada (sean diarios nacionales o locales) en cada una de las provincias españolas.
- e) Los diarios gratuitos de mayor tirada.
- f) Los portales especializados en formación (ej: e-magister, aprendemas.com, tumaster, universia, etc....).
- g) Comisión por gestión (Adwords).
- h) Las versiones electrónicas de los periódicos mencionados en el punto b).

Además de estos medios en la oferta se deberán indicar los medios especializados, tradicionales o digitales, con los que el licitador se compromete a trabajar, que mejor se adecuen a la actividad principal de CECO , incluyendo acciones de e-mail marketing.

También se deberá indicar los medios extranjeros, tradicionales o digitales, iberoamericanos con los que el licitador se compromete a trabajar.

- Propuesta de medición del impacto de las acciones de comunicación, incluyendo el esquema de un documento post-test que contendrá entre otros datos, el grado de aceptación de la campaña, su impacto, grado de recuerdo, etc.
- Informe sobre medios humanos y técnicos. Dicho informe deberá contener el equipo humano propuesto y que desarrollará la asistencia, detallando el currículum vitae de sus miembros, número de personas vinculadas a la asistencia para prestar soporte a dicho equipo, disponibilidad y carga de trabajo de sus miembros y su experiencia previa. Todo ello, con especial atención a su responsable. Asimismo deberá contener una descripción de los medios técnicos con que contará dicho equipo y puestos a disposición de la asistencia por parte de la empresa licitadora.
- Descripción de Acuerdo de Calidad de Servicio. El licitador deberá incluir en su oferta las condiciones del servicio que propone prestar, los mecanismos de control de calidad y los mecanismos para garantizar la respuesta a distintas cargas de trabajo.
- Informe descriptivo de las mejoras ofrecidas

- La Oferta técnica deberá contener un Resumen Ejecutivo de una extensión máxima de 4 páginas.

3.2. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO

Las prestaciones objeto del contrato consistirán en:

- La definición de la estrategia de comunicación. Una vez en vigor el contrato, sobre la base de la estrategia de comunicación ofertada, la empresa deberá definir la estrategia de comunicación de la Fundación CECO para los próximos dos años en un plazo no superior a un mes. Para ello la Fundación CECO pondrá a disposición de la empresa cuanta información pueda resultar relevante para el buen ejercicio de la asistencia contratada.
- Definida dicha estrategia, en el plazo no superior a 10 días hábiles, la empresa deberá presentar, sobre la base del plan de acciones ofertado, el plan de acción a desarrollar durante la vigencia del contrato, haciendo mención a los mismos epígrafes exigidos en la licitación, incluyendo una planificación presupuestaria, con especial mención a la planificación de los costes que se puedan derivar para la Fundación de la contratación de medios.

Para la definición de dicho plan de acción se considerará preciso, además de proceder a la planificación de la campaña de comunicación de la propia institución CECO, dar difusión al siguiente número de programas/productos, de entre los que se encuentran en el catálogo de formación de CECO, disponible en: www.ceco.es :

- ✓ Tres programas MBA o Master presenciales cada año, con un número de horas lectivas superior a 400 y un número de alumnos por programa y año que puede oscilar entre 20 y 30.
 - ✓ Cuatro programas Master o MBAs cada año, con predominio de la formación on-line, con un número de horas lectivas superior a 400 y un número de alumnos por programa y año que puede oscilar entre 20 y 30.
 - ✓ Siete programas de experto o especialista on-line cada año, con un número de horas lectivas superior a 90 e inferior a 200 y un número de alumnos que puede oscilar entre 20 o 30.
 - ✓ 3 programas presenciales de formación en internacionalización cada año, con un número de horas aproximadas de 40 y dirigido a un número de alumnos inferior a 30.
 - ✓ 10 seminarios por año, de uno o dos días de duración, sobre temas vinculados a la internacionalización de la empresa y con un número de asistentes estimado en 250.
- Dentro de cada campaña de comunicación por producto, así como en lo relativo a la campaña institucional, la asistencia deberá cubrir al menos los siguientes trabajos:
 - ✓ La realización de actuaciones y estudios necesarios para conocer el público objetivo y la manera de llegar a él en cada caso, así como el impacto que ha causado cada programa de comunicación.
 - ✓ Creatividad y Artes finales para la campaña institucional y para cada una de las campañas específicas de los diferentes programas de formación y en los diferentes soportes propuestos, entre los que se considerarán la siguiente relación no exhaustiva y modificable:
 - Banners o similares para medios digitales
 - Anuncios prensa (b/n y color, página completa, media página, faldón u otros)
 - Carteles



- Invitaciones digitales actos
- Folletos (dípticos, trípticos, cuadrípticos y formato extenso como el catálogo de actividades anuales de formación CECO)
- Material promocional CECO (pendrive, cuadernos....)

En función de sus necesidades, CECO solicitará a la empresa adjudicataria el material gráfico requerido en cada caso, indicando el formato en que desea recibir el diseño realizado para una mejor adecuación a su comunicación gráfica.

- ✓ Coordinación, seguimiento y control tanto en la organización como en la ejecución de las distintas acciones de comunicación, lo que exige entre otras tareas:
 - La planificación de medios y asesoramiento estratégico en temas de publicidad, mediante estudios de impacto y de mercado para eventos específicos.
 - Actividades complementarias de publicidad, como publicidad exterior, marketing directo, etc., a petición expresa de CECO.
 - Organización y gestión de otro tipo de acciones publicitarias como jornadas, eventos, gestión de redes sociales y acciones para el mejor posicionamiento SEM o SEO, etc.
- ✓ Seguimiento del impacto de las distintas acciones a través de informes semanales.

El adjudicatario entregará además a la Fundación CECO un informe mensual diferenciando las acciones realizadas, acompañando documentación acreditativa de las actuaciones realizadas en el periodo mensual, así como realizar un informe final al término de ejecución del contrato

El adjudicatario facturará a la Fundación CECO por las actuaciones realizadas cada mes

3.3. MEDIOS TÉCNICOS Y HUMANOS

El adjudicatario deberá aportar los medios técnicos y humanos necesarios para la adecuada ejecución del contrato.

Se valorarán a los efectos de enjuiciar la solvencia técnica de la empresa los medios y recursos técnicos de que esta disponga para la ejecución del trabajo. A estos efectos, se deberá aportar, en el sobre 1, información detallada de los medios técnicos a utilizar en la ejecución del trabajo, y, en particular, número y características técnicas de los equipos e instalaciones a disposición del adjudicatario para la ejecución del trabajo.

En lo relativo a medios humanos se valorará a los efectos de enjuiciar la solvencia técnica de la empresa la idoneidad del responsable y del equipo de trabajo propuesto para la ejecución del trabajo. A estos efectos, se deberá aportar en el sobre 1 curriculum vitae actualizado del responsable del proyecto y del equipo de trabajo. Se valorarán el número de personas que vaya a asignar a la ejecución del contrato, su cualificación y experiencia reciente en campañas de comunicación en general (tradicionales y en medios digitales) y en el sector educacional específicamente, y la disponibilidad que garantice el licitador para atender con inmediatez y eficacia lo requerido por la Fundación CECO en todo momento en ejecución del contrato.

El adjudicatario deberá llevar a cabo el contrato por un equipo de trabajo estable y con experiencia en proyectos similares. El equipo de trabajo estará dirigido por un Director de Proyecto que actuará como único interlocutor ante la Fundación CECO. El Director de Proyecto actuará como responsable de la elaboración y entrega de los trabajos.

Dentro de dicho equipo de trabajo encargado de la gestión de la cuenta, se detallará el número de personas asignadas a la misma, indicando de qué se ocupará cada una de ellas para cubrir todos los puntos que son objeto del contrato. Para cada miembro del equipo, se proporcionará un breve currículum vitae, que deberá incluir una relación de las cuentas que han gestionado en los últimos tres años, y se detallará el grado de dedicación propuesto.

El equipo de trabajo que se relacione en la oferta será el que atienda la cuenta durante toda la vigencia del contrato, incluidas sus eventuales prórrogas. En caso de que, a lo largo de dicho contrato, la empresa adjudicataria se viera obligada a reemplazar a alguno de los miembros del equipo, deberá justificarlo proponiendo un sustituto con un perfil similar. La Fundación CECO deberá autorizar dicha sustitución.

Se valorará la existencia dentro de la empresa de departamentos específicamente dedicados a creatividad, investigación de mercados, planificación de medios y asesoramiento estratégico en temas de publicidad.

La Fundación CECO podrá recabar información adicional e incluso concertar entrevistas con el personal del equipo de trabajo ofertado para la comprobación de estos extremos. La falsedad en el nivel de conocimientos técnicos y experiencia del equipo ofertado, implicará la no valoración de la propuesta y, en su caso, la resolución del contrato.

La Fundación CECO podrá proponer la sustitución de parte del personal asignado, en cuyo caso, el adjudicatario procederá a realizarla sin que ello suponga coste adicional alguno.

4. ORGANIZACIÓN, DIRECCIÓN Y SUPERVISIÓN DE LOS TRABAJOS

Toda la actividad será realizada bajo la dirección técnica de la Fundación CECO.

La Fundación CECO ejercerá de una manera directa y continuada la comprobación, coordinación y supervisión de la correcta realización de los trabajos.

5. PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS

La titularidad de todos los derechos inherentes al resultado del trabajo contratado, su propiedad comercial e industrial corresponderá a la Fundación CECO.

En la medida en que el resultado del trabajo sea susceptible de protección industrial, la Fundación CECO tendrá preferencia para depositar los correspondientes títulos de propiedad.


El adjudicatario, cede en exclusiva todos los derechos de explotación de la propiedad intelectual generada a la Fundación CECO, sin ningún tipo de limitación en cuanto a derechos, modalidades de explotación, tiempo o ámbito territorial.

El adjudicatario se obliga a realizar todos los actos y a otorgar cuantos documentos fuesen necesarios, para garantizar la cesión a favor de la Fundación CECO y a asegurar la cesión por parte de los autores. El adjudicatario se abstendrá de solicitar, en su nombre o en el de cualquier otro, registro u otro medio de protección de la propiedad intelectual que perjudique o afecte a los derechos cedidos.

El adjudicatario responde ante la fundación CECO de la autoría y originalidad de la obra contratada, manifestando que no tiene contraídos ni contraerá compromisos o gravámenes que atenten contra los derechos cedidos. El adjudicatario se hace responsable frente a la Fundación CECO de todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de estas obligaciones.

En todos y cada uno de los productos finales en que se materialicen los servicios prestados deberá constar el símbolo o indicación de reserva de derechos a favor de la Fundación CECO conforme a la legislación vigente.




Madrid, a 7 de noviembre de 2011