

ANUNCIO DE LICITACIÓN

1. OBJETO

La Fundación AZTI anuncia la apertura de un procedimiento de contratación por concurso público para la subcontratación del servicio de **“Campaña de Redes Sociales para el proyecto RIS Fellowships”**.

2. DURACIÓN DEL SERVICIO

La duración del contrato será la misma que la duración de la campaña, desde su planificación y hasta la valoración de los resultados obtenidos. El inicio de campaña está estimado para la segunda quincena del mes de marzo y su finalización a principios de abril.

3. OFERTA ECONÓMICA

La oferta económica máxima que se aceptará para esta licitación es de **veinte mil euros (20.000,00€)**, impuestos no incluidos.

La facturación se realizará a la conclusión del servicio, y la factura será pagada a los 60 días de la fecha de su emisión.

4. CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Las propuestas recibidas serán valoradas en base a los siguientes criterios:

Oferta económica	50%
Ajuste técnico	25%
Mejoras	10%
Experiencia previa	10%
Políticas RSC	5%

5. PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Los licitadores podrán presentar sus propuestas a la atención de Irati Velez a la dirección de correo electrónico ivelez@azti.es y en cualquiera de los centros de AZTI, desde la publicación de este anuncio en la web de Fundación AZTI, **hasta las 12 horas del próximo día 4 de marzo de 2020**.

Los licitadores podrán dirigirse a la siguiente dirección para recabar información técnica adicional:

AZTI
Atte Ainhoa Ruano
Telf. 34 667 107 870
Mail: aruano@azti.es

6. ADJUDICACIÓN

Recibidas las ofertas en la fecha señalada para su presentación, en el plazo de 15 días laborales, se publicará en la página web de Fundación AZTI el resultado de la licitación.

7. CONDICIONES PARA LA CONTRATACION

- La entidad seleccionada, en el tiempo que dure la relación de servicios con AZTI, deberá cumplir con la normativa vigente en materia laboral, Seguridad Social y de Seguridad y Salud en el Trabajo, estando sujetos si procede a realizar la coordinación de actividades empresariales de acuerdo al RD 171/2004 según procedimiento y especificaciones establecidas (disponibles en <http://www.azti.es/es/coordinacion-de-actividades-empresariales/>)
- La entidad seleccionada en todo caso e independientemente de cualquier otra documentación, deberá presentar antes de la formalización del contrato, certificado que acredite que se halla al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social
- La entidad seleccionada, deberá presentar la documentación necesaria para formalizar el contrato en un plazo no superior a 20 días desde la adjudicación. Cualquier cuestión adicional podrá consultarse en la Normativa interna de Contratación publicada en www.azti.es
- Las empresas licitadoras que se presenten deberán presentar un Certificado de titularidad bancaria expedido por la entidad, en la que indique el número de cuenta bancario que utilizaremos para abonar los servicios prestados o materiales adquiridos
- Adicionalmente a las condiciones técnicas, administrativas, AZTI valorará positivamente, a aquellos proveedores que demuestren mantener políticas de Calidad, Seguridad y Salud, Medio Ambiente, Movilidad Sostenible, así como de Responsabilidad Social Corporativa.

El proveedor incluirá en su propuesta aquellos documentos o registros que permitan verificar dichas políticas (certificados de calidad, medioambientales, documentación relativa a las actuaciones en asuntos de responsabilidad social, etc.)

8. REGLAMENTO GENERAL DE PROTECCIÓN DE DATOS

Responsable: Identidad: FUNDACION AZTI - AZTI FUNDAZIOA - CIF: G48939508 Dir. postal: TXATXARRAMENDI UGARTEA Z/G SUKARRIETA (BIZKAIA) Teléfono: 946574000 Correo electrónico: lopd@azti.es.

“Desde FUNDACIÓN AZTI tratamos la información que nos facilita con el fin de realizar su pedido y facturar los servicios y mantener las relaciones comerciales. La base jurídica del tratamiento de sus datos personales es nuestro interés legítimo en mantener las relaciones comerciales y ejecutar la prestación de los servicios, siendo estrictamente necesarios para esta finalidad. Los datos proporcionados se conservarán mientras se mantenga la relación comercial o durante los años necesarios para cumplir con las obligaciones legales y, una vez resuelta la relación, en la medida en que pudieran surgir responsabilidades. Los datos no se cederán a terceros salvo en los casos en que exista una obligación legal, así como a aquellos proveedores de servicios técnicos e informáticos y auditoría. En ningún caso, llevará a cabo transferencias internacionales de sus datos personales. Usted tiene derecho a obtener confirmación sobre si en FUNDACION AZTI - AZTI FUNDAZIOA estamos tratando sus datos personales por tanto tiene derecho a acceder a sus datos personales, rectificar los datos inexactos o solicitar su supresión cuando los datos ya no sean necesarios, así como ejercer su derecho de oposición, limitación o portabilidad de sus datos, en los términos previstos en la normativa aplicable en materia de protección de datos, mediante comunicación escrita a la dirección arriba indicada. Asimismo, podrá presentar una reclamación ante la autoridad de control competente.”

9. SERVICIOS A PRESTAR

El adjudicatario deberá prestar los siguientes servicios:

- **Estrategia de la campaña en Redes Sociales:**
 - Definición de canales de social media que mejor se adapten a nuestro target.
- **Desarrollo y seguimiento de la campaña online:**
 - Apoyo en la creación de creatividades y sus especificaciones técnicas.
 - Seguimiento de la efectividad de cada línea de campaña pudiendo modificar partidas presupuestarias (sin salirse en ningún caso del presupuesto total) y acciones durante la campaña dependiendo de los resultados que se vayan obteniendo.
- **Elaboración de informe final con resultados, conclusiones y mejoras de cara a posibles campañas futuras.**

10. MEMORIA TÉCNICA

La oferta técnica que los licitadores presenten a AZTI debe incluir, al menos, la documentación que se establece a continuación:

1.- Estrategia de social media:

La propuesta de campaña de social media ha de especificar al menos lo siguiente:

- Qué **canales** (redes sociales) se utilizarían para cada público objetivo (Target 1 + Target2 que se especificado en el apartado 11) y su justificación.
- La metodología para definir la **segmentación** lo más específica y acertada posible.
- **KPI's**: alcance estimado, clicks estimados, número de solicitudes completas rellenadas estimadas.

Nota.** la campaña debe realizarse en los siguientes países: **Croacia, República Checa, Estonia, Grecia, Hungría, Italia*, Latvia, Lituania, Polonia**, Portugal, Rumania, Eslovaquia, Eslovenia, Turquía, Bulgaria, España, Serbia.**

**Italia (solo regiones de: Molise, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna, Umbria, Marche, Abruzzo, Campania, Valle d'Aosta)*

***Polonia (solo regiones de: Łódzkie, Lubelskie, Małopolskie, Podkarpackie, Świętokrzyskie, Podlaskie, Wielkopolski, Lubuskie, Dolnośląskie, Opolskie, Kujawsko-Pomorskie, Warmińsko-Mazurskie, Zachodniopomorskie, Mazovia Regional - without Mazovia-Capital)*

****España (solamente las siguientes comunidades autónomas: Galicia, Principado de Asturias, Cantabria, La Rioja, Castilla-la Mancha, Extremadura, Illes Balears, Andalucía, Región de Murcia, Canarias, Castilla y León, Aragón, Comunidad Valenciana)*

2.- Distribución del presupuesto:

El presupuesto total es de 20.000€.

La memoria debe incluir una propuesta de distribución del presupuesto de la campaña de social media desglosada por publico objetivo – target 1 y 2- y por inversión en cada red social y cada país.

3.- Experiencia previa de la empresa en campañas similares.

Se valorará portfolio con ejemplos de campañas similares en la que haya participado la empresa.

11. INFORMACIÓN SOBRE EL PROYECTO A PROMOCIONAR

EIT Food RIS Fellowships Programme

Son unas becas dirigidas a estudiantes, graduados y postdoctorados para que puedan ganar experiencia en las principales empresas del sector agroalimentario de Europa: socios y StartUps del consorcio europeo EIT Food.

<https://www.eitfood.eu/partners/>

<https://www.eitfood.eu/startups/>

El objetivo es que todo lo aprendido lo apliquen después en su país.

Son unas **becas pagadas de entre 3 y 6 meses** y solo pueden inscribirse aquellas personas que vivan o hayan nacido en **países RIS** y estén interesad@s en el sector agroalimentario.

Hay dos tipos de beca, por lo tanto, nos dirigimos a **dos tipos de perfiles distintos**:

RIS Fellowships: estudiantes de universidad o jóvenes emprendedores.

RIS Talents: personas que estén realizando el doctorado o aquellas que lo hayan terminado recientemente.

TARGET 1: Ris Fellowships de los 28 países RIS

TARGET 2: Ris Talents de los 28 países RIS

Los candidatos tienen que haber nacido o tienen que estar viviendo/estudiando en países-regiones RIS.



*Aunque nuestro target se ubique en 28 países europeos, **la campaña se realizará tan solo en los 17 países con una sede de apoyo (HUB)**. Estos países se especifican en el apartado anterior (10. MEMORIA TÉCNICA) en la sección de la Estrategia de social media.

OBJETIVO PRINCIPAL

- Que el máximo número de candidatos que cumplan los requisitos **rellenen el formulario**.

Para ello, tendrán que informarse previamente de todos los requisitos que tienen que cumplir para optar a la beca en la siguiente web:

<https://timo.wz.uw.edu.pl/risfellowships/>

Dificultades a tener en cuenta: para poder rellenar el formulario se tienen que dar de alta en una plataforma introduciendo su correo y una contraseña. Es un paso en el que se pierde tráfico, pero los que acceden dan su correo lo cual permite contactar directamente con lo interesados que han empezado a rellenar el formulario, pero no han terminado.

Los formularios son bastante extensos y en el caso del **TARGET1** tienen que subir un vídeo de ellos de 1 minuto de duración por lo que mucho empiezan a rellenar el formulario, pero no terminan.

NECESIDADES y REQUISITOS DE LA CAMPAÑA DE SOCIAL MEDIA

Campaña(s) en redes sociales para impactar al público objetivo (Fellowships + Talents)

Trabajar en la **segmentación** de la campaña. Los países y el perfil de los candidatos están definidos, pero habría que especificar más tanto las ubicaciones dentro del país, así como los intereses de los dos perfiles para lograr el mayor impacto posible.

Las creatividades de la campaña tendrán un link a la web del proyecto, pero el objetivo final de la campaña es que una vez que se hayan informado en la web, hagan click en el botón de "APPLY" y el **posible candidato RELLENE LA SOLICITUD ONLINE**. Por lo tanto, es muy importante que el tráfico sea de calidad.

El personal de comunicación de AZTI se encargará del **diseño de los distintos anuncios** para la campaña teniendo en cuenta el número de caracteres y tamaño de imágenes necesarias para las distintas redes sociales. La Agencia de Medios puede dar instrucciones para la mejora de estos anuncios. La **campana se realizaría en inglés en todos los países** ya que los candidatos deben tener un alto nivel de inglés para optar a las becas.

El anunciante será EIT Food por lo que la empresa seleccionada deberá solicitar acceso como anunciante para utilizar LinkedIn Campaign Manager y/o Facebook Business Manager de EIT Food y dar acceso a la persona responsable de EIT Food para que pueda monitorizar la campaña y hacer un seguimiento de los resultados en tiempo real.

Métricas

Es indispensable hacer el tracking de la campaña para contar con la siguiente información:

- Impresiones
- CTR
- Tráfico conseguido a la website del proyecto
- Clicks en los botones de "apply" de la web conseguidos gracias a la campaña.

PARTNERS DEL PROYECTO RIS FELLOWSHIPS

La Universidad de Varsovia es el líder del proyecto mientras que AZTI es el socio que lidera el workpage de Comunicación. El resto de partners también pondrán a su disposición todos sus canales de comunicación para colaborar en la promoción del proyecto.



UNIVERSITY
OF WARSAW



PARA SABER MÁS SOBRE EIT FOOD

<https://www.eitfood.eu/about-eit-food>

PARA CONOCER MÁS SOBRE AZTI

<https://www.azti.es/>