

Campaña de promoción de la IGP Ternasco de Aragón y la IGP Ternera Gallega en el mercado interior

El Consejo Regulador de la IGP Ternasco de Aragón y el Consejo Regulador de la IGP Ternera Gallega convocan un concurso de agencias para la elección del organismo encargado de la ejecución de un programa simple para ejecutar una campaña de promoción de las citadas IGP en el mercado interior

La Unión Europea cofinancia programas de información y promoción de productos agrícolas en el mercado interior y en terceros países según lo estipulado en el Reglamento (UE) 1144/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, el Reglamento delegado (UE) 2015/1829 de la Comisión y el Reglamento de ejecución (UE) 2015/1831 de la Comisión.

En dicha normativa queda establecido el procedimiento, los productos agrícolas objeto de estos programas y los países en los que se pueden desarrollar los mismos. En el artículo 20 del Reglamento (UE) N° 1144/2014 se establece el procedimiento de selección del organismo encargado de la ejecución de los programas múltiples. El organismo de ejecución deberá ser seleccionado garantizando la mejor relación calidad/precio o, si procede, el precio más bajo asegurando la transparencia, garantizando la igualdad de trato, así como la ausencia de conflictos de interés. Por todo esto se procede a lanzar la siguiente convocatoria.

Convocatoria

Licitador

Consejo Regulador de la IGP Ternasco de Aragón – Ctra. Cogullada S/N, Mercazaragoza, Edificio Centrorigen, 50014 Zaragoza, España.

Consejo Regulador de la IGP Ternera Gallega - Recinto Ferial, Amio S/N, 15707 Santiago de Compostela, A Coruña, España.

Objetivo principal:

El objetivo de esta licitación es designar una agencia para diseñar y ejecutar un programa simple para ejecutar una campaña de promoción la IGP Ternasco de Aragón y la IGP Ternera Gallega en el mercado interior.

Período:

Tres años (2018/2019/2020).

Objetivo específico:

Aumentar la presencia en actuales puntos de venta (fidelización) y la cuota de mercado en la zona de actuación (captación).

Fecha y lugar límite para la presentación de candidaturas:

23 de febrero de 2017, a las 11.00 horas.

- Las solicitudes deberán enviarse por correo electrónico a:

Consejo Regulador de la IGP Ternasco de Aragón: info@ternascodearagon.es, a la atención del Secretario.

Consejo Regulador de la IGP Ternera Gallega: consejo@terneragallega.com, a la atención del Secretario.

Las candidaturas deberán llevar la mención: "Candidatura propuesta para Campaña Europea de las IGP Ternasco de Aragón y Ternera Gallega en el mercado interior"

- Cualquier solicitud recibida después de esta fecha no será tomada en cuenta por los licitadores.

La agencia debe asegurar que su solicitud se entregue con éxito antes de la fecha de cierre para su aceptación.

Condiciones de licitación:

1 / El fin de este concurso es la solicitud de un programa de promoción con cofinanciación europea. El plazo previsto por la convocatoria europea implica que no será posible una respuesta firme y definitiva antes de noviembre de 2017. La agencia seleccionada se compromete a mantener la validez de su oferta hasta esa fecha y no será posible firmar un contrato antes de esa fecha.

Si no se garantiza la financiación de la Unión Europea, se declarará nulo el concurso.

2 / Este ejercicio de licitación no es remunerado: no se proporciona compensación financiera a los solicitantes cuyas ofertas no tengan éxito. No se pagará ninguna compensación si el proceso de licitación no tiene éxito porque ninguna de las ofertas de los organismos responde a los requisitos de los licitadores y se organiza otro ejercicio de licitación.

3 / Toda información remitida a los solicitantes seleccionados debe ser tratada como estrictamente confidencial y debido a la naturaleza institucional de los datos no pueden ser utilizados para otros clientes.

4 / Los candidatos seleccionados deben presentar recomendaciones detalladas, tanto generales como por país.

5 / Las propuestas de los solicitantes deben cubrir los siguientes aspectos:

- Análisis estratégico
- Propuestas creativas que abordan los objetivos de la campaña
- Plan de acción detallado por país
- Calendario de implementación de la campaña para cada mercado
- Estimación de costes detallados, en euros sin IVA, dentro del marco presupuestario
- KPIs cuantificables sugeridos para cada elemento de la campaña

6 / La propuesta de la agencia debe ser presentada en español. La presentación de la propuesta será en español.

7 / Si el solicitante gestiona ya una campaña de un operador del mismo sector o de un sector o entidad que pueda dar lugar a un conflicto de intereses, dicho operador o entidad deberá dar un acuerdo anticipado para que el solicitante participe en esta licitación. Si se selecciona a este solicitante, también se requiere un acuerdo anticipado antes de aceptar cualquier campaña futura de un operador del mismo sector o de un sector o entidad que pueda dar lugar a un conflicto de intereses.

8 / Una vez que el trabajo creativo del solicitante seleccionado ha sido acordado y pagado, se convierte en propiedad de los licitadores sin limitación de tiempo o lugar, y esto incluye el uso para todos los métodos de comunicación y medios de comunicación.

9 / Los licitadores se reservan el derecho de utilizar conceptos creativos (imágenes, logotipos, lemas y nombres de dominio) dentro del contexto de sus otras campañas y / o por sus organismos colectivos, sin limitación de tiempo dentro de la UE.

10 / El presupuesto anual total de la campaña (incluidos los honorarios de agencia) se comunicará con el Briefing a las agencias finalistas.

Los honorarios de la agencia abarcan el pago por el trabajo creativo estratégico, la implementación y administración de la campaña y todos los demás servicios solicitados por los licitadores durante la duración de la campaña, incluyendo cualquier desarrollo solicitado. Si los honorarios de la agencia ejecutora exceden el 13% para las acciones y el 5% para las compras de espacios de medios deberá ser exhaustivamente justificado.

11 / Los gastos no podrán efectuarse hasta que se haya firmado un contrato marco entre los licitadores y la agencia seleccionada.

12 / La agencia seleccionada deberá firmar un contrato.

Documentos obligatorios que deben presentar los solicitantes:

1. Una carta de solicitud fechada y firmada que acepta las condiciones de licitación descritas anteriormente.

2. Una declaración jurada debidamente fechada y firmada por el solicitante que declare cualquier posible conflicto de intereses derivado de los trabajos realizados por un operador en el sector cárnico en cualquiera de los mercados cubiertos por la campaña y los presupuestos de listado por el operador.

3. Declaración jurada de uno o de todos los solicitantes (en caso de solicitud conjunta) debidamente fechada y firmada por los solicitantes para declarar que no incurrió en ninguno de los criterios de exclusión enumerados en el Artículo 7 Criterios de exclusión de 2017 CONVOCATORIA DE PROPUESTAS SIMPLES Subvenciones realizadas en el mercado interior y en terceros países de conformidad con el Reglamento (UE) nº 1144/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo a las medidas de información y promoción en materia de productos agrícolas (2017/C 9/07).

4. Una lista de referencias principales en operaciones multinacionales comparables en los Programas Europeos de Promoción en el sector alimentario, en las que se indique el propósito, el importe y la duración de los servicios prestados.

5. Una visión general de la agencia y su estructura interna.

6. El nombre y el nivel de experiencia de la persona encargada de coordinar los servicios en general y los detalles de su experiencia en la realización de campañas en el mercado interior. Idealmente, la agencia tendrá experiencia en la ejecución de campañas cofinanciadas por la Unión Europea.

7. Descripción detallada del equipo a cargo del proyecto.

8. Evidencia del conocimiento de los mercados europeos, en particular los que se orientan en este ejercicio.

9. Una visión general de las empresas / oficinas locales que participarán en el proyecto en cada uno de los países interesados, con detalles de los equipos que se encargarán del proyecto.

Todo este material se deberá entregar digitalizado en un soporte adecuado.

Esta información debería dar a los licitadores una idea justa de la coincidencia entre sus necesidades y las ofertas de las agencias y la capacidad de las agencias de gestionar una campaña cofinanciada por la Unión Europea tanto a nivel técnico como administrativo.

Criterios para la selección de solicitudes (de 100 puntos)

• Los criterios de selección que se usarán para la valoración de la propuesta serán:

BLOQUE 1: Grado de cumplimiento de los objetivos marcados y adecuación a la normativa que regula el programa (20 puntos).

BLOQUE 2: Calidad técnica del proyecto (40 puntos). Se valorarán aspectos como:

- Acreditación del conocimiento del mercado de España y experiencia.
- Acreditación del conocimiento y experiencia en la redacción de solicitudes de proyectos europeos de la línea de promoción e información agroalimentaria.
- Coherencia global del programa (estrategia, mensajes, acciones, etc.).
- Acciones claramente descritas y detalladas que sean medibles, concretas en el tiempo, realistas y orientadas a resultados.
- Calidad de los métodos de medición y de los indicadores.
- Sinergias con otras acciones que se puedan desarrollar en el mercado.

BLOQUE 3: Calidad en la gestión del proyecto (10 puntos). Se valorará:

- Experiencia en la gestión de programas europeos, especialmente los de la línea en la que se encuadra el proyecto.
- Estructura de la agencia y personal asignado al proyecto.
- Capacidad financiera.

BLOQUE 4: Relación coste – efectividad (30 puntos). Se valorarán aspectos como:

- Detalle presupuestario de las acciones a desarrollar.
- Equilibrio entre el tipo de acción a desarrollar y su presupuesto.
- Coherencia entre la descripción de la actividad y su presupuesto.
- Impactos a alcanzar con cada actividad indicando el método de estimación de los mismos. Coste unitario del impacto.

Para consultas administrativas y / o técnicas, sírvase ponerse en contacto con:

Consejo Regulador de la IGP Ternasco de Aragón, por correo electrónico: info@ternascodearagon.es o por teléfono: 00 34 976 47 08 13.

Consejo Regulador de la IGP Ternera Gallega, por correo electrónico: consejo@terneragallega.com o por teléfono: 00 34 981 575 786.

Presentación de las propuestas de los organismos seleccionados:

10 de marzo de 2017 (por confirmar) en Madrid

Fecha de publicación: 20 de febrero de 2017.