

ICEX ESPAÑA EXPORTACIÓN E INVERSIONES, E.P.E.
OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN SANTIAGO DE CHILE

Dirección: Av. Nueva Providencia 1901, Providencia

E-mail: tenders@icex.es

Fecha 17 junio 2025

SOLICITUD DE PROPUESTAS

Presentación tenders@icex.es

Fecha límite: 4 Julio 2025 15:00

¿Quién contrata?	ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E. (ICEX), representado por la Oficina Comercial de España en Santiago de Chile
Número de expediente	X067-02-2025
Solicitud de propuestas	Contratación de agencia para ejecución de actividades de promoción en el marco de la campaña promocional de productos elaborados del porcino de capa blanca españoles en Chile.
Plazos, fechas y número de posibles renovaciones	Fecha de firma del contrato inicial hasta 31/12/2025 con 4 posibles prórrogas.
Presupuesto máximo del contrato sin incluir renovaciones	7.983,19€ (siete mil novecientos ochenta y tres euros con diecinueve céntimos), impuestos excluidos
Valor total del contrato incluyendo renovaciones	41.512,59€ (cuarenta y un mil quinientos doce euros con cincuenta y nueve céntimos), contrato principal + 4 prórrogas + modificaciones, impuestos excluidos
Requisitos de calificación	- Solvencia financiera: 14.250€ de facturación en el mejor de los tres últimos ejercicios. - Solvencia técnica: experiencia demostrable en organización de actividades de promoción en punto de venta (PPV), promoción en eventos culturales, gastronómicos o profesionales y eventos dirigidos a prescriptores de opinión del sector alimentación durante los últimos tres años. - Requisitos del equipo: un mínimo de 2 miembros del equipo y una persona designada como contacto principal.
Criterios de evaluación y puntuación	Precio (máx. 40 puntos), Técnico (máx. 60 puntos)
Documentos que en conjunto forman la propuesta a presentar por separado	- La propuesta Consiste en tres documentos separados, que en conjunto constituyen la propuesta. Cada uno debe enviarse únicamente a esta dirección de correo electrónico: tenders@icex.es (GMT-4): 4 de julio de 2025, 15.00 Tamaño máximo de archivos: 4 MB si se envían como adjuntos. Para archivos más grandes, utilizar un servicio de transferencia de archivos. - Los 3 envíos: 1. Documentación que acredite el cumplimiento de los requisitos de solvencia y administrativos. 2. Oferta técnica (propuesta de trabajo / alcance del trabajo). 3. Oferta económica (precio) y criterios automáticos.
Contacto para consultas	Solo se aceptarán preguntas por escrito enviadas por correo electrónico antes del 27 de junio a las 15.00h (GMT-4) a tenders@icex.es

ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E. (en lo sucesivo, ICEX), representada por la Oficina Económica y Comercial de España en Santiago de Chile, invita a las empresas a presentar sus propuestas para la contratación de agencia para ejecución de actividades de promoción en el marco de la campaña promocional de productos elaborados del porcino de capa blanca españoles en Chile.

ICEX (www.icex.es) es una entidad pública española, fundada en 1982, cuyo objetivo principal es promover la internacionalización de la economía española. ICEX depende del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa del Gobierno de España (www.mineco.gob.es), cuya política económica internacional implementa. No obstante, ICEX no forma parte de la Administración del Estado y goza de cierto grado de autonomía presupuestaria y operativa. Para cumplir con su misión, ICEX cuenta con una red de profesionales especializados en la internacionalización empresarial. Estos profesionales trabajan en la sede central de ICEX en Madrid, en las 30 Direcciones Territoriales y Provinciales establecidas en diversas ciudades españolas, y en casi 100 **Oficinas Económicas y Comerciales** ubicadas en embajadas y consulados españoles en todo el mundo.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. Definir detalladamente el objeto del contrato.

Contratación de un experto en Relaciones Públicas y Marketing para Asistencia Técnica en la organización de actividades de INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN de derivados cárnicos de cerdo de capa blanca de origen español en Chile.

El objetivo es aumentar el conocimiento y la confianza de los profesionales y del público chileno sobre productos de cerdo de capa blanca de origen español, de manera que redunde en un incremento en las exportaciones, así como en una mayor visibilidad y reconocimiento de los productos de origen español. El grueso de las acciones debe ir dirigido al *food service* y supermercados, que concentran la mayor parte de las exportaciones españolas.

Se trata de una campaña cofinanciada por INTERPORC e ICEX en la que toda la promoción se hará bajo la marca genérica **“Charcutería Española”**.

INTERPORC, la Organización Interprofesional del Porcino de Capa Blanca de España, junto con ICEX España Exportación e Inversiones, y la Oficina Económica y Comercial de España en Santiago de Chile, tiene previsto realizar en 2025 una campaña de promoción de productos elaborados del porcino de capa blanca españoles en Chile. La campaña englobará derivados cárnicos del cerdo de capa blanca, como embutidos y jamones y paletas, curados y cocidos.

INTERPORC es una entidad sin ánimo de lucro, en la que están representados todos los eslabones de la cadena de valor del porcino de capa blanca: producción, transformación y comercialización. Es la Organización Interprofesional más importante del sector cárnico, dado el volumen de la producción porcina en España. El principal objetivo de Interporc es ser un instrumento útil a toda la industria del cerdo de capa blanca.

Con la campaña se busca impactar en los siguientes grupos de interés:

- Consumidor final. Se busca incrementar su conocimiento de productos de cerdo de capa blanca.
- Profesionales del sector. importadores y distribuidores, Horeca y *retailing*.
- Prescriptores de opinión: prensa y *bloggers*.

Se quiere trasladar a los profesionales y consumidores finales los siguientes mensajes sobre los productos de cerdo español de capa blanca:

- Sabor único
- Seguridad alimentaria de la granja a la mesa
- Calidad Fiabilidad/ Confianza
- Nutrición/Dieta mediterránea
- Versatilidad culinaria
- Tradición
- Otros atributos que la agencia considere clave para el consumidor chileno

2. QUÉ SOLICITAMOS - LAS PROPUESTAS DEBERÁN INCLUIR

La empresa se encargará de:

2.1. Enumerar las tareas de las que han de encargarse:

Promociones en punto de venta (PPV): Promociones con degustación de productos de cerdo de capa blanca en puntos de venta de cadenas de supermercado con penetración en el mercado chileno preferentemente, en alguna de las cuatro mayores cadenas (Walmart, Cencosud, Unimarc y Tottus), en fechas de gran consumo (por ejemplo, antes de las fiestas de fin de año) y en sectores de poder adquisitivo medio-alto. La promoción deberá incluir los fines de semana. Previo a la celebración de la PPV, se formará venta los promotores/as que intervengan en los puntos de venta sobre las características y cualidades del producto español para reforzar su posicionamiento como producto de buena calidad. La promoción incluirá algún elemento (por ejemplo: *roll up*, mobiliario, pantallas led, etc) que visibilice la imagen y el *slogan* de la campaña. También podrá incluir algún cuestionario, juego u obsequios de *merchandising* sencillos que favorezcan la interacción con el público o el seguimiento de la campaña en redes sociales. El producto porcino ofrecido en la degustación queda fuera del presupuesto y será aportado por INTERPORC.

Promoción en eventos culturales, gastronómicos o profesionales: promoción con degustación de productos de cerdo de capa blanca en evento. La promoción deberá incluir los fines de semana. Previo a la celebración de la acción, se formará a los promotores/as que intervengan en los eventos sobre las características y cualidades del producto español para reforzar su posicionamiento como producto de buena calidad. La promoción incluirá algún elemento (por ejemplo: *roll up*, mobiliario, pantallas led, etc) que visibilice la imagen y el *slogan* de la campaña. También podrá incluir algún cuestionarios, juego u obsequios de *merchandising* sencillos que favorezcan la interacción con el público y el seguimiento de la campaña en redes sociales. El producto porcino ofrecido en la degustación queda fuera del presupuesto y será aportado por INTERPORC.

Evento dirigido a prescriptores de opinión del sector alimentación: cata de degustación de jamones y embutidos de capa blanca a la que se invitará a prescriptores, *influencers* gastronómicos y prensa. La agencia se encargará de la organización y convocatoria del evento, así como de hacer seguimiento de su repercusión en prensa y redes sociales. El evento incluirá algún elemento (por ejemplo: *roll up*, mobiliario, pantallas led, posavasos etc) que visibilice la imagen y el *slogan* de la campaña. El producto porcino ofrecido en la degustación queda fuera del presupuesto y será aportado por INTERPORC.

- 2.2. Las ofertas que no incluyan todas las actividades/tareas solicitadas en el briefing serán automáticamente excluidas.

3. PLAZO Y EXTENSIÓN DEL CONTRATO

3.1. Plazo. Los servicios descritos en el contrato se prestarán desde la fecha en que el contrato sea firmado por ambas partes hasta 31/12/2025.

3.2. Extensión. ICEX se reserva el derecho de prorrogar el contrato con la empresa adjudicataria por 4 campañas adicionales al plazo inicial, sin necesidad de convocar a una nueva licitación, siempre que ambas partes contratantes estén de acuerdo en las cláusulas contractuales. No se admitirán revisiones de precios.

La empresa adjudicataria estará obligada a prorrogar el contrato siempre que se le notifique la necesidad de hacerlo con al menos dos (2) meses de antelación a la prórroga. Los términos y condiciones generales del briefing que rigen esta convocatoria se aplicarán a la prórroga. Cada prórroga deberá ser firmada por ambas partes.

4. PRESUPUESTO

4.1. Presupuesto máximo (impuestos no incluidos): el presupuesto máximo para la ejecución del proyecto será de 7.983,19€ (siete mil novecientos ochenta y tres euros con diecinueve céntimos). Las ofertas deberán presentarse en euros **(impuestos no incluidos)**.

Sin embargo, los licitadores deberán especificar en sus ofertas, de forma independiente, los impuestos que sean aplicables, en su caso.

La propuesta debe incluir la totalidad de los costes que se puedan generar e incluirá los honorarios del experto, que se deberán desglosar para cada una de las actividades. Teniendo en cuenta que la facturación se realizará a una entidad extranjera (ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.), habrá actividades susceptibles de ser facturadas con IVA 0% (por ej., publicidad, honorarios, etc.). Por ello, el presupuesto para cada una de estas actividades debe presentarse de forma modular. De este modo, podría decidirse realizar todas las actividades aquí descritas o únicamente algunas de ellas.

El presupuesto debe incluir todos los gastos asociados a la propuesta de campaña, tanto las actividades como los materiales o personas que deban ser contratadas para realizarlas. También se deberán de incluir los honorarios y los IVA que sí hubiera que facturar.

Se acordará un calendario de pagos. No obstante, los pagos se realizarán una vez finalizada cada una de las actividades descritas, a la entrega de informes parciales con soporte gráfico. También se requerirá un informe final aportando material y fotografías de todas las actividades realizadas.

4.2. Valor estimado del contrato: El valor total estimado del contrato incluye el valor del contrato y el de sus posibles prórrogas o modificaciones, sin incluir los impuestos aplicables. En virtud de lo anterior, el valor total estimado del contrato es de un máximo de 41.512,59€ (impuestos no incluidos) que se desglosa en los siguientes importes máximos:

- Presupuesto máximo del contrato principal: 7.983,19€
- Presupuesto máximo de la primera prórroga para 2026: 7.983,19€
- Presupuesto máximo de la segunda prórroga para 2027: 7.983,19€
- Presupuesto máximo de la tercera prórroga para 2028: 7.983,19€
- Presupuesto máximo de la cuarta prórroga para 2029: 7.983,19€
- Modificaciones al contrato: 1.596,63€ Las razones previsibles que podrían dar lugar a una modificación del valor del contrato incluyen la necesidad de ampliar el alcance de la actividad, ya sea por aumentar la duración del evento, incrementar el número de marcas participantes o incorporar una actividad complementaria a los elementos descritos en este documento.

En caso de que alguna de las actividades planificadas no se lleve a cabo, el presupuesto asignado a dicha(s) actividad(es) se deducirá del presupuesto global.

5. PAGOS Y FACTURAS

- 5.1. Importe del Contrato** Solo serán vinculantes para las partes las actividades, presupuestos y procedimientos incluidos en el Contrato. La empresa no podrá incurrir en gastos en nombre de ICEX antes de la fecha de firma del contrato correspondiente y de la aprobación previa de ICEX, representada por la Oficina Económica y Comercial de España en Santiago de Chile.
- 5.2. Divisa del pago.** Los pagos a la empresa se efectuarán en la divisa del Contrato, que será **el euro**. Los costes de cambio de divisa serán asumidos por el licitador.
- 5.3. Pagos a cuentas en el extranjero.** Los pagos a cuentas bancarias de la empresa ubicadas en el extranjero estarán sujetos al cumplimiento de la legislación nacional en materia de cambio de divisas. Las comisiones o costes de transferencia bancaria internacional serán a cargo del licitador.
- 5.4. Calendario de pagos.** ICEX se asegurará de que el pago se realice al final de cada mes, previa presentación de las facturas correspondientes a los gastos incurridos durante ese mes.
- 5.5. Detalles de la factura.** Todas las facturas deberán dirigirse a:

ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.
Paseo de la Castellana 278, 28046 Madrid, Spain
NIF: ES-Q2891001F

Pero **se enviarán a:**

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España
Avenida Nueva Providencia 1901, Piso 8º, 7500503
RUT: 69.902.000-1

La factura de la Agencia deberá incluir los siguientes datos:

Membrete/Logotipo de la empresa
Dirección
Fecha
Número de factura
NIF
Descripción de los ítems
Importe total

6. REQUISITOS

- 6.1 Requisitos de solvencia financiera** Se exigirá a todas las empresas licitadoras que presenten un informe de solvencia que incluya las cuentas financieras correspondientes a los últimos tres años. El requisito mínimo de facturación será de 14.250€, considerando el mejor de los últimos tres años.

6.2 Requisitos de solvencia técnica La empresa debe contar con una trayectoria sólida y demostrada en Chile. La solvencia técnica se demostrará mediante la presentación de actividades similares realizadas en los últimos tres años en Chile.

6.3 Requisitos del equipo. En la licitación se especificará el papel que desempeñará cada miembro del equipo asignado a este proyecto. Además, se deberá incluir el currículum vitae de cada uno en la oferta. La empresa deberá designar a una persona de contacto principal, que esté al tanto de todos los aspectos del contrato, incluidos los asuntos administrativos, y que mantenga una comunicación directa y continua con ICEX, representado por la Oficina Económica y Comercial.

Se espera que el equipo asignado a este proyecto cuente con un mínimo de 2 personas:

- Jefe de Proyecto: será el interlocutor principal de la parte contratante y se encargará de realizar la planificación, ejecución y monitoreo de las actividades contratadas. Deberá contar con una experiencia mínima de 3 años en la realización de trabajos similares al del objeto de esta contratación.
- Responsable de actividad: se encargará de la ejecución, supervisión y documentación de cada una de las actividades contratadas, específicamente se encargará de la convocatoria e interlocución con el público participante en las actividades. Deberá contar con una experiencia mínima de 3 años en la realización de trabajos similares al del objeto de esta contratación.

Los promotores/as que intervengan en el punto de venta o evento pueden ser subcontratados según las necesidades concretas de cada actividad siempre que reciban suficiente información y formación sobre la campaña para desempeñar adecuadamente sus funciones (preparar y ofrecer el producto de degustación, comunicar algunos mensajes de la campaña y, eventualmente, responder preguntas sencillas que realice el público sobre el producto).

La empresa notificará a la Oficina Económica y Comercial cualquier cambio en el equipo que pudiera repercutir en el desarrollo del proyecto. Cualquier miembro que abandone el equipo deberá ser sustituido por una persona que cumpla con los requisitos establecidos en este briefing. Cualquier cambio en el personal clave podría afectar su posible prórroga. El equipo de la empresa se reunirá periódicamente con el equipo de la Oficina Económica y Comercial en Santiago de Chile para dar seguimiento al desarrollo del proyecto. Estas reuniones podrán llevarse a cabo mediante videoconferencia.

El adjudicatario debe ser capaz de implementar y organizar las actividades mencionadas de una manera efectiva y eficiente empleando técnicas para maximizar el impacto de las mismas.

6.4 Cesión. No se permite la cesión del contrato.

7. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

7.1. Criterios de evaluación Todas las ofertas serán evaluadas y comparadas en igualdad de condiciones utilizando los siguientes criterios y ponderaciones:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
	Puntuaciones (máx.)

I. Precio (Documento 3)	40.								
La oferta con el presupuesto más bajo recibirá la puntuación máxima para este ítem, y el resto obtendrá una puntuación proporcional. Oferta más económica = puntuación máxima. A las demás ofertas se les aplicará la siguiente fórmula: puntos por oferta = (precio de la oferta más económica / precio de la oferta) x puntuación máxima del criterio. Las Propuestas Económicas que superen el presupuesto máximo disponible para el contrato no serán consideradas.									
II. Propuesta Técnica	60.								
ICEX evaluará la calidad del plan propuesto y la medida en que éste satisface de manera eficiente los objetivos de los eventos, asignando puntos a cada uno de los criterios de la Propuesta Técnica, según se describe a continuación. <table border="0" data-bbox="199 680 1332 869"> <tr> <td>• 1. Equipo humano</td><td>15</td></tr> <tr> <td>• 2. Promoción en punto de venta (PPV).</td><td>20</td></tr> <tr> <td>• 3. Promoción en eventos culturales, gastronómicos o profesionales.</td><td>10</td></tr> <tr> <td>• 4. Evento dirigido a prescriptores de opinión del sector alimentación.</td><td>15</td></tr> </table>	• 1. Equipo humano	15	• 2. Promoción en punto de venta (PPV).	20	• 3. Promoción en eventos culturales, gastronómicos o profesionales.	10	• 4. Evento dirigido a prescriptores de opinión del sector alimentación.	15	
• 1. Equipo humano	15								
• 2. Promoción en punto de venta (PPV).	20								
• 3. Promoción en eventos culturales, gastronómicos o profesionales.	10								
• 4. Evento dirigido a prescriptores de opinión del sector alimentación.	15								
Los criterios para la evaluación de cada uno de los conceptos listados serán los siguientes: Equipo humano (criterio automático, esta información <u>solo</u> puede incluirse en el Documento 3): Se valorará su experiencia en trabajos similares a los del puesto de este concurso. Se asignará una puntuación a cada miembro del equipo: - Jefe de Proyecto será 1 punto por año adicional sobre el mínimo requerido hasta un máximo de 8 puntos - Responsable de Actividad será de 1 punto por año adicional sobre el mínimo requerido hasta un máximo de 7 puntos. Promoción en punto de venta (PPV): Adecuación a los objetivos de la campaña de las propuestas de fechas (épocas de mayor consumo de este tipo de productos), horarios (mayor afluencia de compradores), elección y ubicación de los establecimientos (barrios o sectores de mayor poder adquisitivo, establecimientos de mayor oferta de productos españoles de porcino de capa blanca), cantidad y variedad de opciones de actividad propuestas. (4 puntos) Número promotores/as asignados a cada actividad y formación previa (horas, contenidos, etc) sobre los productos de la campaña prevista. (4 puntos) A la oferta que ofrezca una mayor duración en horas de la promoción y al resto proporcionalmente (criterio automático, esta información <u>solo</u> puede incluirse en el Documento 3). (4 puntos) A la oferta que ofrezca mayor presencia (nº de establecimientos y duración en horas) en supermercados de las 4 mayores cadenas y al resto proporcionalmente. (criterio automático, esta información <u>solo</u> puede incluirse en el Documento 3) (4 puntos) Tamaño y capacidad de los soportes elegidos (por ejemplo: <i>roll up</i>, mobiliario, pantallas led, etc) para visibilizar la imagen y el <i>slogan</i> de la campaña. (2 puntos) Adecuación a los objetivos de la campaña de las propuestas de cuestionarios, juegos u obsequios de <i>merchandising</i> sencillos que favorezcan la interacción con el público y el seguimiento de la campaña en redes sociales. (2 puntos)									

3. Promoción en eventos culturales, gastronómicos o profesionales. Adecuación a los objetivos de la campaña de las propuestas de fechas (épocas de mayor consumo de este tipo de productos), horarios (mayor afluencia de público) y variedad de opciones de actividad propuestas. (2 puntos) Número de promotores y características de los recursos humanos asignados a cada actividad y formación previa prevista. (2 puntos) A la oferta que ofrezca una mayor duración en horas de la promoción y al resto proporcionalmente (criterio automático, esta información solo puede incluirse en el Documento 3). (2 puntos) Adecuación a los objetivos de la campaña del evento cultural, gastronómico o profesional propuesto (relación con España, la gastronomía o los mensajes que desea transmitir la campaña, poder adquisitivo del público esperado, etc). (2 puntos) Tamaño y capacidad de los soportes elegidos (por ejemplo: roll up, mobiliario, pantallas led, etc) para visibilizar la imagen y el slogan de la campaña. (1 punto) Adecuación a los objetivos de la campaña de las propuestas de cuestionarios, juegos u obsequios de <i>merchandising</i> sencillos que favorezcan la interacción con el público y el seguimiento de la campaña en redes sociales. (1 punto) 4. Eventos dirigidos a prescriptores de opinión del sector alimentación. Ubicación atractiva y adecuada a los objetivos de la campaña (restaurante español o de prestigio, hoteles de prestigio o edificios emblemáticos relacionados con España etc). (1,5 puntos) Formación, experiencia en eventos similares, CV y poder de convocatoria del animador del evento. (4 puntos) Relevancia y representatividad (p.ej.: número de seguidores de los <i>influencers</i>, medios en los que publican los periodistas, etc) de los invitados propuestos como prescriptores de opinión en el sector de la alimentación en Chile. (4 puntos) Originalidad del contenido temático del evento y su capacidad para poner en valor el producto y transmitir los mensajes de la campaña. (4 puntos) Adecuación a los objetivos de la campaña de los elementos que visibilicen la imagen y el slogan de la campaña (1,5 puntos).	
TOTAL	100

Los elementos de las propuestas —aparte del precio y los criterios explicitados en la tabla— serán puntuados de la siguiente manera:

0% de los puntos asignados:	Información insuficiente
25% de los puntos asignados:	Casi adecuada
50% de los puntos asignados:	Adecuada
75% de los puntos asignados:	Muy buena
100% de los puntos asignados:	Excelente

8. CONTENIDO DE LAS PROPUESTAS

- 8.1. Contenido de la propuesta.** Se espera que los licitadores presenten una propuesta que incluya **tres (3) documentos separados (Requisitos Administrativos; Propuesta**

Técnica; y Propuesta Económica), según se detalla a continuación. Las propuestas que omitan alguno de dichos documentos serán consideradas incompletas y desestimadas.

Se deberán incluir los siguientes aspectos:

1. Presentación de la agencia y del equipo técnico participante. Además, se deberán incluir los trabajos realizados en los últimos años.
2. Descripción de todas las actividades promocionales para la campaña, incluyendo los objetivos, estrategia e instrumentos.
3. Desglose de los costes y cronograma de cada actividad.

8.2. Documento 1: Requisitos Administrativos (archivo PDF). Todas las empresas concursantes deberán presentar un archivo electrónico en formato PDF, que comprenda los siguientes documentos:

- **Carta de aceptación.** Todos los licitadores deberán aportar una carta de aceptación, firmada por un representante legal de la empresa, en la que se acepten todos y cada uno de los términos y condiciones estipulados en el presente briefing.
- **Referencias de proyectos.** El expediente deberá detallar eventos promocionales de similar escala realizados en los últimos 3 años, incluyendo **presupuestos totales, fechas y clientes**, ya sean del **sector público o privado**, para los que se hayan prestado los servicios y/o trabajos. Se requiere una **experiencia mínima de tres años** en proyectos similares.
- **Solvencia financiera.** Los licitadores deberán demostrar una facturación anual superior a 14.250€ en el mejor de los últimos tres años.
- Los licitadores deberán indicar claramente en su oferta si utilizan alguna de estas opciones (*joint ventures*, subcontratación) para cumplir con los requisitos, aportando la documentación que demuestre legalmente el alcance y la seriedad de dicha relación.

8.3. Documento 2: Propuesta Técnica (archivo PDF). La propuesta técnica no deberá hacer referencia alguna al precio ni a los criterios de valoración automática. Todas las empresas concursantes deberán presentar una propuesta de trabajo detallada que incluya:

- Descripción de todas las actividades promocionales en consonancia con los objetivos de la campaña y las indicaciones dadas en estas bases.
- Se deben especificar los medios materiales y humanos asignados a cada actividad.

8.4. Documento 3: Propuesta Económica (archivo MS Excel) y criterios automáticos. Todas las empresas concursantes deberán presentar una propuesta económica, que incluya un presupuesto detallado para el proyecto y su desglose por cada área de actividad.

Este documento incluirá también aquellos elementos de las propuestas que deban incluirse como criterios automáticos (ver apartado 7.1).

Cada actividad debe ir acompañada de su correspondiente desglose de costes y cronograma de actuación y con un nivel suficiente de detalle de cada acción a desarrollar. Las ofertas deben incluir al menos 4 jornadas de promoción en punto de venta, una en eventos culturales, gastronómicos o profesionales y un evento dirigido a prescriptores de opinión del sector alimentación dentro del presupuesto máximo del contrato

8.4.1. Impuestos. ICEX evaluará la Propuesta Económica en base a los precios ofertados, sin incluir impuestos. Por lo tanto, las propuestas deberán incluir un desglose con el precio ofertado, de manera que los impuestos aparezcan claramente diferenciados.

8.4.2. Divisa. La propuesta se redactará en **euros**.

9. PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS

- 9.1. Invitación a licitar.** ICEX, representada por la Oficina Económica y Comercial de España en Santiago de Chile, enviará este briefing a diversas empresas. El briefing también se publicará en la página web de la Oficina Económica y Comercial de España en Santiago de Chile.
- 9.2. Presentación de las propuestas.** Las empresas que deseen participar en la licitación deberán enviar la documentación exclusivamente en formato digital (PDF), **ÚNICAMENTE** al correo electrónico tenders@icex.es antes del 4 de julio a las 15.00h (GMT-4). Las propuestas que no se presenten dentro del plazo serán automáticamente desestimadas.
- 9.2.1. Archivos electrónicos.** Todos los archivos deberán estar en formato digital (PDF y MS Excel únicamente). Ni los correos electrónicos ni los archivos individuales enviados como adjunto deberán exceder los 4MB de tamaño. En caso de que los archivos sean mayores, las empresas licitadoras deberán utilizar un servicio de transferencia de archivos previamente verificado (por ejemplo, WeTransfer, Dropbox u otro)
- 9.2.2. Gastos.** Tenga en cuenta que cualquier gasto incurrido por las empresas concursantes en la preparación de las propuestas, presentaciones y presupuestos será a cargo de dichas empresas. La presentación de la oferta no generará honorarios ni reembolso alguno de gastos por parte de ICEX.
- 9.2.3. Idioma.** La propuesta se redactará y presentará en español.
- 9.2.4. Aceptación de los términos.** La presentación de una propuesta y la participación en esta licitación implican la aceptación expresa de todas las cláusulas contenidas en este pliego por parte de las empresas concursantes.
- 9.3. Modificaciones de las propuestas** Una vez que las empresas concursantes hayan presentado sus propuestas, ICEX no aceptará la presentación de ninguna enmienda, adición o corrección, a menos que estas sean el resultado de una aclaración solicitada por ICEX.
- 9.4. Aclaración de propuestas.** Las empresas concursantes que cumplan con los requisitos administrativos establecidos en este briefing podrán ser invitadas por ICEX a aclarar aspectos específicos de sus propuestas técnicas o económicas, lo cual se realizará por escrito.
- 9.5. Cumplimiento de las propuestas.** Todas las empresas concursantes que presenten una propuesta deben tener en cuenta que el Servicio Jurídico de ICEX revisará la documentación presentada por cada una, a fin de garantizar el cumplimiento de todos los requisitos establecidos en este briefing. El incumplimiento de cualquiera de estos requisitos resultará en la descalificación automática de la empresa correspondiente.
- 9.6. Evaluación de las propuestas.** El documento 1 (Requisitos Administrativos) será el primero en abrirse y ser evaluado. Una vez verificado que la empresa licitadora cumple con todos los requisitos establecidos en este briefing, se procederá a abrir, evaluar y asignar puntuaciones al documento 2 (Propuesta Técnica). Por último, se abrirá, evaluará y calificará el documento 3 (Propuesta Económica y criterios automáticos). De esta forma, el precio contenido en la oferta de la propuesta económica no se conocerá hasta ese momento.

- 9.7. Selección de la empresa.** Se tomará una decisión lo antes posible a partir de la fecha de cierre de la presentación de propuestas publicada. La decisión se notificará por correo electrónico a todas las empresas licitadoras, a fin de que la empresa seleccionada pueda iniciar el trabajo de forma inmediata.
- 9.8. Personas de contacto.** Las preguntas relacionadas con este pliego podrán enviarse por escrito hasta **antes del 27 de junio a las 15.00h (GMT-4)**, únicamente a través del correo electrónico **tenders@icex.es**. En aras de la equidad, cualquier pregunta formulada por las empresas concursantes, así como las respuestas correspondientes por parte de ICEX, podrán compartirse con todas las demás empresas.
-

Consejo de Administración de ICEX
Por Delegación (Resolución de 5 de marzo de 2025, BOE
[Boletín Oficial del Estado] n.º 67 de 19 de marzo de 2025

Álvaro Denia Alonso
Consejero/a Económico y Comercial Principal
Oficina Económica y Comercial de España en Santiago de Chile

CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS

1. CALIFICACIONES DE LA PROPUESTA ECONÓMICA

Oferta desproporcionada o anormalmente baja. Las propuestas económicas se evaluarán para determinar si pueden considerarse desproporcionadas o anormalmente bajas. Se considerarán desproporcionadas o anormalmente bajas aquellas ofertas en las que:

- La propuesta económica sea un 20% inferior al presupuesto máximo, en caso de que haya menos de tres licitadores.
- La propuesta económica sea un 10% inferior a la media aritmética de las ofertas presentadas, en caso de que haya tres o más licitadores. No obstante, la oferta más costosa se excluirá al calcular la media aritmética.

Siempre que se considere que una oferta es desproporcionada o anormalmente baja, se solicitará a la parte interesada que justifique su propuesta, junto con sus términos y condiciones, dentro de las 72 horas siguientes a su notificación. Una vez recibida dicha justificación, o transcurrido el plazo mencionado, ICEX decidirá, previa asesoría técnica si fuese necesario, si se considera la oferta desproporcionada o anormalmente baja, excluyéndola en consecuencia.

Criterios de desempate. En caso de empate en la puntuación obtenida por dos o más licitadores, se resolverá aplicando los criterios sociales que se indican a continuación, en

el orden establecido y mencionados al final del plazo de presentación de ofertas. La documentación justificativa relativa a los criterios de desempate deberá ser aportada por los licitadores en el momento en que se produzca el empate, y no con anterioridad:

- Mayor porcentaje de trabajadores con discapacidad o en situación de exclusión social en la plantilla de cada empresa, dando prioridad, en caso de igualdad, al mayor número de trabajadores permanentes con discapacidad, o al mayor número de trabajadores en situación de inclusión.
- Menor porcentaje de contratos temporales en la plantilla de cada empresa.
- Mayor porcentaje de mujeres empleadas en la plantilla de cada empresa.
- Por sorteo, en caso de que la aplicación de los criterios anteriores no haya resuelto el empate.

2. OBLIGACIONES

a. **Calidad Técnica.** La empresa adjudicataria será responsable de la calidad técnica del trabajo y de los servicios que pueda prestar durante la vigencia de este contrato. Asimismo, será responsable de cualquier consecuencia que pudiera derivarse para ICEX o terceros, como resultado de errores, omisiones, métodos inadecuados o conclusiones erróneas en el desempeño del contrato. En particular, la empresa adjudicataria será responsable de:

- Asegurar que tanto el desarrollo como el resultado de los servicios y trabajos contratados cumplan con las especificaciones de calidad requeridas por ICEX.
- Cumplir con los plazos establecidos con ICEX en cada caso.
- Las omisiones, errores, conclusiones incorrectas o métodos inapropiados que pueda recomendar e implementar durante la vigencia de este contrato.
- El personal que forme parte del equipo del proyecto asignado al desarrollo y ejecución del Contrato, siendo la empresa la única responsable, en materia laboral, de la conducta y funcionamiento de dicho equipo.
- El tratamiento de cualquier información y datos puestos a su disposición.

b. **Derechos de autor y derechos de información.** Los derechos de propiedad intelectual o industrial de todas las obras creadas por la empresa, así como toda la información recabada por ésta en nombre de ICEX en relación con este contrato, pertenecerán a ICEX, sin coste adicional, una vez abonadas todas las tarifas de consultoría y gastos pertinentes acordados en este documento. Esto incluye el derecho a usar, reproducir, modificar y distribuir públicamente, tanto de forma online como offline. Dichos derechos serán de carácter global y se mantendrán durante el máximo periodo de protección de los derechos de autor, aplicable a todos los tipos de archivo, en cualquier formato o idioma, y con todos los efectos determinados por la ley.

- i. Todos los materiales producidos serán propiedad de ICEX, incluyendo cualquier propiedad intelectual, materiales impresos, fotografías, sitio web, videos y otras publicaciones, tanto offline como online.
- ii. La empresa adjudicataria se asegurará de que todos los archivos vectoriales de los materiales producidos, en cualquier medio o formato, sean entregados a ICEX. Esto incluye todas las fotografías originales y editadas, videos y archivos de redes sociales, que la empresa garantiza han sido producidos para ICEX y no son propiedad de terceros.

- iii. La empresa, a su cargo, defenderá cualquier reclamación o amenaza de reclamación presentada por terceros contra ICEX, en la medida en que dicha reclamación se base en la alegación de que el trabajo realizado por la empresa en el marco de este contrato infringe derechos de propiedad intelectual o industrial de terceros o constituye una apropiación indebida de secretos comerciales o industriales pertenecientes a terceros.
- c. **Confidencialidad** La empresa adjudicataria está obligada a mantener la confidencialidad profesional respecto a la información y documentación proporcionada por ICEX para la ejecución de los servicios. Esta obligación permanecerá vigente tanto durante como después de la finalización de las actividades relacionadas con el contrato, hasta que dicha información pase al dominio público o, por cualquier otra causa legítima, pierda su carácter confidencial. Esta cláusula no se aplicará a la información que se encuentre (i) en el dominio público, (ii) ya sea conocida por la parte receptora o (iii) se divulgue en cumplimiento de órdenes judiciales o en virtud de obligaciones legales.
 - i. La empresa solo permitirá el acceso a la información confidencial a aquellas personas que tengan la necesidad de conocerla para la realización de las actividades y servicios previstos en el contrato. La empresa será responsable de garantizar el cumplimiento de las obligaciones de confidencialidad por parte del personal que emplea, así como de cualquier persona o entidad que colabore con la empresa o que haya sido subcontratada por ésta.
 - ii. La empresa se compromete, asimismo, a no utilizar la información confidencial de ICEX a la que tenga acceso para fines propios o privados, ni para ningún otro propósito.
 - iii. El incumplimiento de las obligaciones señaladas facultará a ICEX para interponer acciones civiles o incluso penales contra la empresa por cualquier responsabilidad que pudiera derivarse.

3. RESCISIÓN O CANCELACIÓN

- a. **Resolución.** ICEX se reserva el derecho de resolver unilateralmente el contrato si la empresa no presta los servicios conforme a las instrucciones recibidas de ICEX, si no se cumplen los plazos establecidos o en caso de incumplimiento de las obligaciones establecidas en el contrato. Todo ello sin perjuicio de las posibles reclamaciones por daños y perjuicios que pudieran derivarse.
- b. **Cancelación, aplazamiento o modificaciones de las acciones.**
 - i. **Cancelación** En caso de cancelación de un evento, ICEX reembolsará únicamente los gastos incurridos por la empresa desde la fecha del contrato (y en relación con el mismo) hasta la fecha de notificación formal de la cancelación por parte de ICEX. Para su reembolso, la empresa deberá presentar todas las facturas documentales de los gastos incurridos hasta dicha fecha.
 - ii. **Aplazamiento.** En caso de que la acción se posponga debido a condiciones sanitarias y a las restricciones nacionales, provinciales o locales vigentes, las partes intentarán llegar a un acuerdo de buena fe que beneficie en la medida de lo posible sus respectivos intereses, a fin de posponer los eventos para la fecha más próxima posible. Concretamente, una disposición gubernamental, formal o informal, aplicable a la ciudad de celebración del evento que limite el número de visitantes esperados a la

mitad de lo requerido, constituirá causa para el aplazamiento de los eventos. Asimismo, la imposición de requisitos sanitarios onerosos a visitantes y expositores (cuarentenas, pruebas sanitarias, etc.) que puedan limitar la asistencia, también constituirá causa para su aplazamiento.

- iii. **Modificaciones.** En caso de que las restricciones sanitarias o de viaje vigentes limiten o impidan la celebración de uno de los eventos en una fecha adecuada, las partes intentarán llegar a un acuerdo de buena fe para modificar el alcance o el lugar de la actividad.

4. CONTRATO Y JURISDICCIÓN

Para resolver cualquier controversia, desacuerdo, cuestión o reclamación que pueda surgir de la ejecución del contrato celebrado con la empresa adjudicataria de esta licitación, el asunto se someterá a los Juzgados y Tribunales Ordinarios de Madrid (España), renunciando expresamente a cualquier otra jurisdicción. El idioma utilizado en cualquier controversia será el español. Será aplicable la legislación española al contenido de esta licitación.

5. PROTECCIÓN DE DATOS

Para resolver cualquier controversia, desacuerdo, cuestión o reclamación que pueda surgir de la ejecución del Acuerdo celebrado con la empresa adjudicataria de esta licitación, el asunto se someterá a los Juzgados y Tribunales Ordinarios de Madrid (España), renunciando expresamente a cualquier otra jurisdicción. El idioma utilizado en cualquier controversia será el español.

Las partes se comprometen a respetar la normativa vigente en materia de protección de datos (Reglamento General de Protección de Datos 679/2016 y la Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos y Garantía de los Derechos Digitales). Los datos personales de los contactos de ambas partes, incluidos aquellos relacionados con los firmantes del acuerdo y con el personal que deba ser contactado, serán tratados por cada una de las partes con el fin de gestionar la relación derivada de la ejecución del contrato que legitima dicho tratamiento. El período de conservación de estos datos será la duración de la relación contractual y mientras sean necesarios, o hasta que surjan responsabilidades de acuerdo con la normativa aplicable o según lo exijan las autoridades.

Los interesados podrán ejercer sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, limitación del tratamiento y portabilidad poniéndose en contacto con las partes. En caso de que considere que se han vulnerado sus derechos de protección de datos, podrá dirigirse a la Autoridad de Protección de Datos.

6. FINANCIACIÓN EUROPEA

Esta actividad es susceptible de cofinanciarse por el Fondo FEDER/FEGA/MRR/FSE.

Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Este proyecto puede estar sujeto a financiación de la Unión Europea a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional. La empresa adjudicataria estará obligada a cumplir con las obligaciones de información y publicidad establecidas en el Anexo XII, sección 2.2, del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013¹, y, en particular, con lo siguiente:

¹ Reglamento (UE) n.º 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013 por el que se establecen disposiciones comunes relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo, al Fondo de Cohesión, al Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural y al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca, y por el que se establecen disposiciones generales relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo, al Fondo de Cohesión y al Fondo Europeo

- En los documentos de trabajo, así como en los informes y en cualquier medio utilizado en las acciones necesarias para el objeto del contrato, deberá aparecer de forma evidente y notoria el emblema de la UE, haciendo referencia explícita a la Unión Europea y al Fondo Europeo de Desarrollo Regional.
- En cualquier difusión pública o referencia a las acciones previstas en el contrato, sean cuales fueren los medios elegidos (folletos, carteles, etc.), se deberán incluir de forma destacada los siguientes elementos: el emblema de la Unión Europea, de acuerdo con los estándares gráficos establecidos, así como la referencia a la Unión Europea y al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, incluyendo el lema “A way of making Europe”.