

SECCIÓN II
REG-MT-2014-036
OBJETO DE LA CONTRATACIÓN, PRESUPUESTO REFERENCIAL Y
TÉRMINOS DE REFERENCIA.

2.1 Objeto: Este procedimiento precontractual tiene como propósito seleccionar a la oferta de origen ecuatoriano, para Promocionar el destino Ecuador en el mercado brasileño a través de la contratación de una persona (agencia de publicidad digital) que se encargue de la ejecución de la campaña publicitaria digital en el mercado brasileño durante dos partidos de la selección del Ecuador en el Mundial de Fútbol, para incentivar al potencial turista sobre las preferencias de viaje de nuestro país.

Si en el procedimiento de contratación no hubiere oferta u ofertas consideradas de origen ecuatoriano, el Ministerio de Turismo considerará y analizará las ofertas que no se consideren ecuatorianas.

2.2 Presupuesto referencial: El presupuesto referencial es de TREINTA Y CINCO MIL SETECIENTOS CATORCE CON 29/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA (US \$35.714,29), más el Impuesto al Valor Agregado, IVA, de conformidad con el siguiente detalle:

Código CPC	Descripción del producto ó servicio	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Global
83610.00.1	Desarrollo y actualización de sitios web, páginas de aterrizaje y aplicaciones móviles para promoción del Destino Ecuador, Contratación de una persona natural o jurídica que se encargue de la ejecución de una campaña publicitaria digital en el mercado brasileño	A ser desagregado por el oferente	A ser desagregado por el oferente	A ser desagregado por el oferente	35.714,29
TOTAL					35.714,29

2.3 Términos de referencia:

I. ANTECEDENTES:

Con fecha 15 de mayo del 2014, se aprueba el Informe Técnico relativo a la **CONTRATACIÓN DE UNA PERSONA NATURAL O JURÍDICA QUE SE ENCARGUE DE LA EJECUCIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA DIGITAL EN EL MERCADO BRASILEÑO DURANTE DOS PARTIDOS DE ECUADOR EN EL MUNDIAL DE FÚTBOL 2014** elaborado por la Dirección de Medios Digitales, donde se visualiza la factibilidad de realizar esta acción.

En esta contratación es importante señalar que se requiere de este tipo de acciones publicitarias (presencia en medios digitales) ya que tienen un gran impacto dentro del grupo objetivo, lo que permite que el Ministerio de Turismo como ente regulador de la actividad turística a nivel nacional, genere mayor posicionamiento del destino Ecuador a nivel internacional.

II. JUSTIFICACIÓN:

La Copa Mundial de la FIFA, también conocida como Copa Mundial de Fútbol, Copa del Mundo o Mundial, cuyo nombre original fue Campeonato Mundial de Fútbol, es el torneo internacional de fútbol masculino a nivel de selecciones nacionales más importante del mundo. Además existen otras competiciones que también son copas mundiales de fútbol, entre las que destacan la Copa Mundial Femenina de Fútbol, la Copa Mundial de Fútbol Sub-20 y la Copa Mundial de Fútbol Sub-17, las tres organizadas por la FIFA (Federation International de Football Association-

Federación Internacional de Fútbol Asociación).

Este evento deportivo se realiza cada cuatro años desde 1930, con la excepción de los años de 1942 y 1946, en los que se suspendió debido a la Segunda Guerra Mundial. Cuenta con dos etapas principales: un proceso clasificatorio en el que participan en la actualidad cerca de 200 selecciones nacionales y una fase final realizada cada cuatro años en una sede definida con anticipación en la que participan 32 equipos durante un periodo cercano a un mes. La fase final del torneo es el evento deportivo de una sola disciplina más importante del mundo (la final de la Copa Mundial de Fútbol de 2002 fue vista por más de 1.100 millones de personas, datos obtenidos del sitio web oficial de la FIFA), y el segundo más importante a nivel general después de los Juegos Olímpicos.

Además, es uno de los sucesos más influyentes que existen en la actualidad. Para muchos países la realización del torneo en su patria o incluso la participación del equipo nacional es un hecho histórico de gran relevancia. Por ejemplo, la victoria alemana en la Copa Mundial de Fútbol de 1954 es considerado como uno de los momentos claves para la recuperación de dicho país tras la derrota en la Segunda Guerra Mundial. El torneo también ha sido utilizado con motivos propagandísticos. Una parte de su impacto cultural, lo da también las tertulias existentes entre los hinchas del fútbol, antes, durante y después de cada partido, que son parte en oficinas, restaurantes y hasta en el transporte público, organizando reuniones familiares o de amigos para esperar los partidos, de acuerdo al huso horario del país en que se efectúa la transmisión televisiva, como así también del país que la organiza.

En función de los datos antes expuestos la Dirección de Medios Digitales cree necesario desarrollar acciones de promoción digital del destino Ecuador durante el tiempo en el que transcurre el Mundial de Fútbol, siendo en esta edición la sede Brasil, país que se encuentra dentro del plan de acción para promoción del destino Ecuador en el presente año.

Esta campaña se difundirá a través de redes sociales, con el objetivo de tener una mayor penetración y alcance en este mercado clave, de consolidación y de oportunidad, además de provocar el interés por visitar el Ecuador permitiendo que el Ministerio de Turismo como ente regulador de la actividad turística a nivel nacional genere mayor posicionamiento del destino Ecuador a nivel Internacional.

Por otro lado la Dirección de Medios Digitales desarrolló el plan digital de establecer un punto móvil brandeado que provea internet en los lugares estratégicos de mayor afluencia de personas en la etapa inicial del Mundial de Fútbol Profesional – Brasil 2014, consiguiendo mayor interacción en redes sociales con información turística del país.

III. NATURALEZA DEL SERVICIO:

La presente contratación se basará en el Artículo 2.- Régimen Especial, de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, en su numeral 3, el cual textualmente reza: “Aquellas cuyo objeto sea la ejecución de actividades de comunicación social destinadas a la información de las acciones del Gobierno Nacional o de las Entidades Contratantes”.

De acuerdo al Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, este proceso se ejecutará dentro de lo establecido en la Sección IV, Comunicación Social, en su Apartado 2, Proceso de Selección, Artículo 90. La contratación mencionada será nacional.

IV. SERVICIO NO NORMALIZADO:

La presente contratación se enmarca dentro de los servicios no normalizados, por cuanto los servicios del objeto del mismo no son posibles de ser homologados y/o catalogados, ya que en su elaboración prima el intelecto y la creatividad del proveedor a contratarse como se explica en el numeral 2 del artículo 6 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

V. OBJETO DEL CONTRATO:

Promocionar el destino Ecuador en el mercado brasileño a través de la contratación de una persona jurídica o natural (agencia de publicidad digital) que se encargue de la ejecución de la campaña publicitaria digital en el mercado brasileño durante dos partidos de la selección del Ecuador en el Mundial de Fútbol, para incentivar al potencial turista sobre las preferencias de viaje de nuestro país.

VI. GRUPO OBJETIVO:

Hombres y mujeres, jóvenes, parejas, familias y adultos mayores de nivel socioeconómico medio alto y alto a nivel nacional e internacional de entre 18 y 65 años.

VII. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:

De acuerdo a la investigación de mercado realizada a continuación, se describen las especificaciones técnicas para la óptima ejecución de la campaña digital.

PRODUCTO 1. COMMUNITY MANAGER:

La persona jurídica o natural que se contrate, deberá utilizar su experiencia y conocimiento para desarrollar las siguientes acciones:

- Desarrollo y administración de contenidos promocionales del Ecuador.
- Seguimiento de publicaciones y reproducción de contenido por parte de los ecuatorianos en Brasil.
- Total administración y manejo de las redes sociales (facebook, twitter, youtube, instagram).
- Monitoreo en tiempo real de los contenidos en línea en 3 idiomas: Inglés, Español y Portugués.

PRODUCTO 2. PUBLICACIONES EN FACEBOOK Y TWITTER:

- Desarrollo visual del contenido y de cada publicación.
- Diseño y desarrollo de 150 publicaciones diarias con gráfica e información turística del Ecuador en 3 idiomas, Inglés, Español y Portugués (50 publicaciones en cada idioma difundida en twitter y facebook)

PRODUCTO 3. DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE CONTENIDOS

La persona jurídica o natural que se contrate, deberá utilizar su experiencia y conocimiento para realizar un plan de medios digitales y difusión de contenidos, bajo los siguientes parámetros:

3.1 PAUTA DIGITAL

- Promocionar los contenidos de la campaña segmentados de acuerdo al grupo objetivo a través de la red social Twitter.

El contratista proveerá servicios de desarrollo de los servicios relacionados al soporte técnico y administración que incluya el diseño de aplicaciones web en función a la campaña y las que el proveedor debe proponer previa aceptación y conformidad del Ministerio de Turismo.

Además, realizará la personalización y administración de todas las herramientas digitales y asesoría en difusión de la campaña a través de estos medios. Incluirá el asesoramiento y diseño de banners y demás elementos necesarios como banners animados.

El oferente deberá incluir el mantenimiento, supervisión y monitoreo del contenido en redes sociales (facebook, twitter, youtube, instagram) en un sistema 24 horas 7 días a la semana durante la vigencia del contrato.

PRODUCTO 4. PUNTO MÓVIL WI-FI (TIPO BUS)

La persona jurídica o natural que se contrate, deberá utilizar su experiencia y conocimiento para realizar un brandeo de un punto móvil (WI-FI) que provea del servicio de internet para que la audiencia ecuatoriana (40 personas mínimo) que asista al evento deportivo "Mundial de Fútbol Profesional 2014" pueda hacer uso y a su vez impulsar el material comunicativo desarrollado por el equipo de comunicación contratado.

El punto móvil debe contar con las siguientes características:

- Punto móvil (WI-FI) brandeado con la línea gráfica de la campaña internacional de turismo ecuatoriano "All You Need Is Ecuador"
- Punto móvil con la capacidad de movilizar 40 personas mínimo
- El punto móvil deberán estar en dos partidos que dispute la selección del Ecuador (Hondura vs Ecuador 20 de Junio) (Francia vs Ecuador 25 de Junio)

VIII. CRONOGRAMA DE TRABAJO:

A continuación se detallan las fechas tentativas de entrega de los productos:

PRODUCTOS	TIEMPO DE DESARROLLO
PRODUCTO 1.	Fecha de suscripción del contrato hasta 30 de septiembre de 2014
PRODUCTO 2.	Inicio de suscripción del contrato hasta 30 de septiembre de 2014
PRODUCTO 3.	Inicio de suscripción del contrato hasta 30 de septiembre de 2014
PRODUCTO 4.	20 de Junio 2014 (Ecuador vs Honduras) de 09:00am a 22:00pm y 25 de Junio 2014 (Ecuador vs Francia) de 09:00am a 22:00pm

IX. DESGLOSE REFERENCIAL DE VALORES:

PRODUCTOS	% INVERSIÓN	VALOR TOTAL DE LA PROPUESTA
PRODUCTO 1. Community Management	51.43%	\$ 18.000,00
PRODUCTO 2. Publicaciones en facebook y twitter	34.29%	\$ 12.000,00
PRODUCTO 3. Difusión y promoción de contenidos	8.57%	\$ 3.000,00

PRODUCTO 4. Punto móvil WI-FI	5.71%	\$ 2.000,00
Nota: Estos valores no incluyen IVA	00%	\$ 35.000,00

X. PERFIL DEL PROVEEDOR:

La Dirección de Medios Digitales en base a la experiencia adquirida con acciones pasadas, ha considerado de suma importancia que la persona jurídica o natural que se contratara con el siguiente perfil:

- El proveedor debe contar con experiencia mínima de 2 años en el ámbito del marketing digital y desarrollo web.
- Mínimo 1 (uno) persona con al menos 2 años de experiencia en la gestión y administración de contenidos para redes sociales.
- Mínimo 1 (uno) persona con al menos 2 años de experiencia en implementación de pauta digital.
- Mínimo 1 (uno) persona que maneje al menos 3 idiomas, Español, Inglés, y Portugués.

XI. ESQUEMA DE CALIFICACIÓN:

El oferente a contratarse deberá cumplir con los siguientes parámetros:

PARÁMETROS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE
EXPERIENCIA ESPECÍFICA:	30%
Desglose de porcentaje:	15%
➤ Estrategia y pauta en medios digitales (Presentación de mínimo 1 certificado de experiencia).	15%
➤ Campañas de publicidad digital en Facebook Ads y Twitter (Presentación de mínimo 1 certificado de experiencia).	15%
Años de Experiencia de personal Técnico: Al menos 2 (dos) años de experiencia de personal técnico que realizará el trabajo (Mínimo 1 (uno) certificado por cada área requerida).	30%
Metodología y Cronograma de Trabajo	10%
Oferta Económica	20%
Valor Agregado Ecuatoriano	10%

El proveedor deberá presentar su propuesta cumpliendo todos y cada uno de los requerimientos y especificaciones requeridas como proveedor especializado, las mismas que serán calificadas con los siguientes porcentajes:

EXPERIENCIA ESPECÍFICA:

- 15% si el proveedor demuestra experiencia en estrategia y pauta en medios digitales debe presentar mínimo 1 certificado de experiencia de 2 años.