
	PRESCRIPCIONES TÉCNICAS A0218	Documentos 1 de 7
		Fecha: mayo de 2004
		Revisión: febrero de 2012

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CONSULTORÍA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS XPANDE Y XPANDE DIGITAL, PARA EL APOYO A LA EXPANSIÓN INTERNACIONAL DE LA PYME DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE CASTELLÓN.

Expediente: A0218	Presupuesto: 6230002
Fecha aprobación: 27/06/2018	
Procedimiento: ABIERTO	Tramitación: ORDINARIA
Responsable: JOAQUÍN ANDRES	



	<p align="center">PRESCRIPCIONES TÉCNICAS A0218</p>	Documentos 2 de 7
		Fecha: mayo de 2004
		Revisión: febrero de 2012

1. PRESTACIONES

1.1. OBJETO

El objeto de este contrato consiste en la prestación de los servicios de consultoría para el desarrollo de los Programas, cofinanciados por Fondos Feder y con el Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial:

- **Xpande:** Apoyo a la Expansión Internacional de la Pyme".

Este programa está destinado a ayudar a las empresas a mejorar su competitividad en los procesos de selección de mercados internacionales y al diseño y definición de estrategias de acceso a un mercado, proporcionando a las empresas información necesaria para la toma de decisiones de acuerdo a los siguientes aspectos relevantes en dicho mercado:

- Segmentación de mercado.
- Representación del mapa de los canales de distribución.
- Comportamiento de la demanda.
- Posicionamiento más interesante para la empresa.
- Determinación de potenciales clientes.
- Establecimiento de la política de Precio y Comunicación de la empresa.
- Plan de acción en dicho Mercado.

Está dirigido a empresas sin experiencia o con apenas experiencia en mercados internacionales, las empresas accederán al programa XPANDE a través de la convocatoria publicada por la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Castellón (en adelante Cámara Castellón).

- **Xpande Digital** es un programa de asesoría en Marketing Digital Internacional, ofrecido por las Cámaras de Comercio, con los siguientes objetivos:


Generales:

- Ayudar a la empresa a plantear su estrategia en Internet desde el punto de vista internacional.
- Seleccionar y planificar las acciones de marketing digital más adecuadas en función de su cliente/usuario, producto/servicio, y país.
- Dotar a la empresa de herramientas que le permitan sostener las estrategias y acciones en Internet en el tiempo.

Específicos:

- Incrementar el número de contactos que llegan a través de Internet.



	PRESCRIPCIONES TÉCNICAS A0218	Documentos 3 de 7
		Fecha: mayo de 2004
		Revisión: febrero de 2012

- Enfocar la web hacia los mercados destino y público objetivo internacional.
- Mejorar el posicionamiento en los principales buscadores internacionales.
- Decidir qué hacer en las redes sociales a nivel internacional.
- Controlar la rentabilidad de la inversión a Internet.

El Programa tiene como objetivo apoyar el posicionamiento on-line de las empresas participantes en un mercado objetivo concreto, a través de un asesoramiento personalizado conforme a una metodología moderna y sustentada en técnicas de inteligencia competitiva, que tiene como fin último ofrecer a la empresa un Plan de Acción de Marketing Digital en el mercado exterior objetivo. Asimismo, Xpande Digital ofrece a la empresa un conjunto de ayudas para desarrollar el Plan de Acción de Marketing Digital.


El tipo de empresas principalmente candidatas a estos programas son pymes, autónomos y micropymes ya exportadoras y/o que cuenten con página web operativa, que hayan seleccionado un producto o servicio y mercado previamente en el que posicionar dicho producto o servicio.

1.2. PRESTACIONES

El adjudicatario deberá dar respuesta a las necesidades estratégicas de la empresa mediante la elaboración de informes relativos al acceso al mercado, comunicación y marketing y plan de negocio, dirigido a que las empresas beneficiarias puedan:

- Analizar el entorno y la competencia en el Mercado de destino.
- Estudiar y conocer los diferentes segmentos y perfiles de clientes.
- Detectar los canales de distribución y ver cuál es el posicionamiento más interesante para la empresa.
- Conocer cuál es la estrategia de acceso que permita alcanzar los objetivos de la empresa y que forma de acceso es la que mejores resultados ofrece.
- Investigar los perfiles de clientes y las variables clave de comunicación.
- Tomar decisiones sobre el producto y precio.
- Desarrollar y facilitar a la empresa herramientas para la fijación del precio a la exportación.



	PRESCRIPCIONES TÉCNICAS A0218	Documentos 4 de 7
		Fecha: mayo de 2004
		Revisión: febrero de 2012

- Nociones y claves para la determinación del plan Económico-Financiero enfocado al proceso de exportación.

El adjudicatario desarrollará el trabajo de consultoría en base a un estudio previo, que Cámara Castellón entregará a la empresa adjudicataria y que recogerá las directrices indicadas por la empresa participante: mercado de interés, enfoque estratégico elegido, competidores internacionales y estrategias emprendidas por la empresa en cuanto a producto, precio, distribución y comunicación.

Una vez finalizada la labor de investigación estratégica por parte de la adjudicataria, esta entregará a Cámara Castellón un informe de XPANDE para cada una de las empresas participantes en los programas de Iniciación a la Exportación.


1.3. CONDICIONES

El contrato incluye las siguientes prestaciones:

1. La labor de consultoría se efectuará principalmente desde las dependencias del prestador del servicio, sin perjuicio de los desplazamientos a la sede de Cámara Castellón que fueran necesarios o asistencia telefónica y/o telemática que se pudieran requerir autorizadas por esta Cámara.
2. Para la supervisión de la marcha del servicio CÁMARA CASTELLÓN podrá establecer las instrucciones y orientaciones que estime pertinentes para la correcta realización del objeto del contrato, convocándose cuantas reuniones sean necesarias para su correcto desarrollo.
3. El trabajo se desarrollará por el prestador del servicio en el plazo de diez semanas transcurridas desde la recepción del estudio previo elaborado por los técnicos de Cámara Castellón. El prestador a su vez remitirá a Cámara Castellón por la vía de correo electrónico el informe de XPANDE: APOYO A LA EXPANSIÓN INTERNACIONAL DE LA PYME adaptado a la plantilla que Cámara Castellón proporcionará al prestador del servicio para tal efecto.
4. El contratista deberá designar una persona, que se encargará de la coordinación del programa junto con el personal designado por Cámara Castellón a tal efecto.
5. El informe final XPANDE será entregado y presentado a las empresas participantes por el personal designado por Cámara Castellón a tal efecto.

2. METODOLOGÍA



	PRESCRIPCIONES TÉCNICAS A0218	Documentos 5 de 7
		Fecha: mayo de 2004
		Revisión: febrero de 2012

El adjudicatario deberá realizar un informe para cada una de las empresas beneficiarias que deberá contener los siguientes contenidos:

- Análisis del entorno.

El objetivo fundamental consiste en decidir las claves de acceso al mercado de destino.

En este sentido la empresa debe identificar de forma clara su estrategia general, su unidad de negocio y cartera de productos de exportación, su modelo de negocio, el cliente objetivo en el mercado nacional o de forma genérica en base a su experiencia internacional, sus competidores significativos en el mercado nacional o de forma genérica en base a su experiencia internacional, el mercado objetivo y competidores en el mercado objetivo.

- Análisis de la estrategia de marketing y comunicación


Tiene como objetivo la elaboración de una estrategia de Comunicación y Marketing de la empresa en su sentido más amplio que afecta a las decisiones básicas sobre los perfiles de clientes, características del producto, la fijación del precio, la distribución y el plan de comunicación y promoción. En el punto anterior, "Acceso al mercado", se tomaron las decisiones relativas a distribución por lo que se recogerán las conclusiones básicas en el apartado correspondiente.

Adicionalmente, antes del inicio de éste, y dado que uno de los aspectos a trabajar en el mismo es el precio de exportación, se comunica a la empresa cuál es la información de la que debe disponer para poder efectuar el cálculo y correspondiente toma de decisiones y se le dan las instrucciones oportunas para que se haga con estos datos.

En el anterior punto, la empresa ha seleccionado el segmento de clientes al que se va a dirigir y el canal de comercialización que ha elegido para llegar a él. En éste, se reflexionará sobre perfiles de clientes para posteriormente empezar a trabajar en la estrategia de comunicación y marketing hacia ellos.

La comunicación es muy importante y merece, por tanto, una atención más especial. La pyme tiene recursos escasos y por ello su estrategia competitiva debe estar orientada a un segmento concreto del mercado. Se trata de una parte de la demanda que tiene unos requerimientos, un comportamiento, específicos. Lo que obliga a comunicar de manera efectiva en el segmento, a centrar el mensaje en torno a las cuestiones más sensibles para el público objetivo.



	PRESCRIPCIONES TÉCNICAS A0218	Documentos 6 de 7
		Fecha: mayo de 2004
		Revisión: febrero de 2012

Lo que la empresa tiene que comunicar, la imagen que tiene que proyectar en su mercado objetivo, es muy importante. Es tan importante que no puede quedar en manos de los especialistas en publicidad. Se trata de una de las tareas fundamentales de la gerencia porque está íntimamente ligada a la estrategia competitiva de la empresa. La gerencia de la empresa tiene la responsabilidad de fijar los conceptos básicos de comunicación y, a partir de ellos, encargar a los especialistas las aplicaciones y soluciones concretas.

- Plan de Acción y Plan Económico Financiero

Tiene como objetivo la elaboración del Plan de Negocio Internacional de la empresa, que incluye el Plan Económico Financiero y Plan de Actuaciones.

El Plan Económico – Financiero está destinado a evaluar el alcance económico de la apertura de un nuevo mercado, permitiendo valorar el impacto en la tesorería de la empresa y sus implicaciones financieras.

El Plan de Acción detalla el conjunto de actividades que hay que llevar a cabo para alcanzar los objetivos que la empresa se ha propuesto en el nuevo mercado. Se presenta de modo que sea un instrumento útil para coordinar un número amplio de actuaciones.

Son dos herramientas necesarias para evitar dos de los males que demasiado a menudo impiden que las mejores intenciones lleguen a convertirse en realidad.

Desde el punto de vista financiero, ocurre demasiadas veces que la apertura de un nuevo mercado, al alcanzar su objetivo de aumentar ventas, genera tensiones de tesorería que impiden el éxito empresarial.

Atendiendo a la organización de las actividades de la empresa, son muchas las que hay que poner en marcha. Su organización suele ser un rompecabezas de difícil encaje, impidiendo se alcancen algunos de los objetivos principales y anulando en gran medida el esfuerzo realizado.

En ambos casos el resultado se traduce en resultados escasos para las posibilidades reales de la empresa y en frustración.


- Resumen ejecutivo del Mercado objetivo

3. REQUISITOS TÉCNICOS

Se acreditará mediante:

a) Una relación de los servicios o trabajos realizados en los últimos tres años en la prestación de servicios de consultoría similares a los licitados, así como en el diseño e implantación de metodologías, con indicación del destinatario, importe



	PRESCRIPCIONES TÉCNICAS A0218	Documentos 7 de 7
		Fecha: mayo de 2004
		Revisión: febrero de 2012

y fecha, firmada por el representante legal. La empresa participante deberá presentar una relación de al menos 70 trabajos realizados en este periodo, dado el volumen anual objeto del presente contrato.

Cámara Castellón podrá solicitar un muestreo de los trabajos relacionados, a fin de comprobar la calidad de los mismos, que deberán ser acompañados de certificados de satisfacción de cada cliente, en su caso.

b) Descripción de los medios técnicos propios y ajenos que dedicará la empresa a la realización del trabajo, detallando medios materiales, tecnológicos, así como su capacidad para la investigación de mercados internacionales mediante el empleo de herramientas de investigación y análisis.

c) Descripción del equipo de trabajo y de apoyo con que cuenta la empresa para la ejecución del trabajo. Esta descripción incluirá el detalle de la cualificación del equipo humano dedicado a la realización de los informes.

4. EQUIPO DE TRABAJO

Las personas que integren el equipo de trabajo del adjudicatario deben de cumplir los siguientes requisitos:

a) Titulación universitaria (Diplomado, Licenciado o Titulado Superior). Se acreditará con copias de los títulos obtenidos o expedientes académicos.

b) Deberá acreditar cualificación técnica suficiente en el ámbito de la internacionalización. Se acreditará con certificados de participación en cursos, seminarios, jornadas u otros documentos que el interesado considere de interés presentar.

c) Experiencia superior a tres años como responsable de exportación o de área en departamentos de exportación de empresas o en el asesoramiento a empresas en el ámbito de la internacionalización. Se acreditará presentando el CV y un documento firmado por el técnico que recoja una tabla con los proyectos y trabajos de asesoramiento a empresas realizados. Otras certificaciones (ISO, Plan Prevención Riesgos Laborales, etc.).

