**ANEXO I**

**PLIEGO DE CONDICIONES PARTICULARES Y TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN POR LA ASOCIACIÓN INSERTA EMPLEO DE LOS SERVICIOS DE ­­­­­­ DISTRIBUCIÓN EN INTERNET DE LAS APPS ‘POR TALENTO’ Y ‘POR TALENTO EMPRESAS’, PARA CAPTAR DATOS DE EMPLEADORES Y CANDIDATOS CON DISCAPACIDAD, EN EL MARCO QUE REPRESENTA LA EJECUCIÓN Y GESTIÓN DEL PROGRAMA OPERATIVO DE INCLUSIÓN SOCIAL Y ECONOMÍA SOCIAL, Y EL PROGRAMA DE EMPLEO JUVENIL, COFINANCIADOS POR EL FONDO SOCIAL EUROPEO (FSE) EN TODA ESPAÑA.**

**CÓDIGO: 011/MC/21**

|  |
| --- |
|  |

**A.- Objeto del Contrato**

|  |
| --- |
| Es objeto del presente pliego la contratación de los **servicios de distribución en internet de las apps ‘Por talento’ y ‘Por talento empresas’, para captar datos de candidatos con discapacidad y de empleadores respectivamente**, en el marco que representa la ejecución y gestión del Programa Operativo de Inclusión Social y Economía Social, cofinanciado por el Fondo Social Europeo. |

**B.- Destinatarios de la prestación del servicio**

|  |
| --- |
| Los destinatarios de la prestación del servicio serán los siguientes:   * Personas desempleadas, con una edad comprendida entre 16 y 64 años con certificado de discapacidad igual o superior al 33% o que tienen reconocida una incapacidad permanente en el grado de total, absoluta o gran invalidez, según el artículo 4.2 del Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, que considera a los mismos afectados con un grado igual o superior al 33% de discapacidad. * Empresarios y directivos empresariales de Recursos Humanos o de Responsabilidad Social Empresarial   **C.- Plazo de ejecución, posibilidad de prórroga y penalizaciones**  El plazo de ejecución para los servicios de referencia será desde el día de firma del contrato hasta el 31 de diciembre de 2021. No se contempla la posibilidad de acordar una prórroga una vez finalizado el plazo de ejecución del contrato. |

**D.- Presupuesto máximo de la licitación**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Valor estimado del contrato: 50.000 Euros**  **Importe del contrato: 50.000 Euros**  **Impuesto del valor añadido: 10.500 Euros**  **Importe Total: 60.500 Euros**  *(\*) El presupuesto base fijado no incluye el IVA/IGIC o impuesto correspondiente y, en consecuencia, a todos los efectos las ofertas presentadas deberán comprender tanto la base imponible como el importe del impuesto si procede, en partidas separadas; en cualquier caso, la valoración se realizará sobre la Base Imponible***.**  El reparto del presupuesto entre los diferentes servicios será el siguiente y deberá desglosarse en el Anexo IV (bis).   |  |  | | --- | --- | | **SERVICIOS** | **PORCENTAJE** | | Servicios de diseño, desarrollo y publicación en el canal de internet de 1 landing page para la App Por talento de captación de empleadores; y 1 landing page para la App Por talento de captación de demandantes de empleo, que permitan obtener descargas de las Apps Por Talento empresas y Por Talento demandantes por parte de empleadores y demandantes, respectivamente. | 33,88% | | Diseño, creación y publicación de soportes específicos para promocionar las Apps en el canal digital:   * Diseño del icono para la App Por Talento demandantes; y del icono para la App Por Talento empresas. * Audiovisual para la App Por Talento demandantes * Audiovisual para la App Por Talento empresas, * Diseño y producción de los materiales gráficos (banners, etc) | | * Plan ASO y ejecución del mismo en las tiendas de aplicaciones móviles para optimizar el posicionamiento de las Apps en Google Play y Apple store * Plan P.R. dirigido a prescriptores (expertos e influencers) del ecosistema Mobile especializado en búsqueda de empleopara llevar a cabo la distribución de las Apps Por Talento. * Parametrización, difusión, convocatoria asistentes y seguimiento del evento online de lanzamiento de las Apps en formato Zoom. | | Plan de contratación de espacios (Paid media)en:   * Social media Ads (Google, Facebook, Instagram, Linkedin, TikTok…) * Portales y websites especializados en recruiting y búsqueda de empleo * Apple Store (a través de Apple Search Ads); y Google Play. * Apps del ecosistema del recruiting y búsqueda de empleo (a través de In App Messaging). | 66,12% | |  |
|  |  |

**E.- Procedimiento de adjudicación. Forma y plazo de presentación de proposiciones**

|  |
| --- |
| Concurso público: Publicación en INSERTA EMPLEO.    Persona de contacto: Montserrat Balas Lara.    Dirección de correo electrónico: [licitaciones.marketingsocial.inserta@fundaciononce.es](mailto:licitaciones.marketingsocial.inserta@fundaciononce.es)  Fecha límite de recepción de las ofertas**: 19 de mayo de 2021, a las 15:00**hora peninsular.  Remitirse al **Bloque III (BASES DE LA LICITACIÓN) Apartado 2. del Pliego de Condiciones Generales** para la Contratación, donde se especifica en detalle las indicaciones al respecto. |

**F.- Declaraciones responsables a presentar (E-mail 1 “Documentación A1”)**

Ver **Bloque** **III (Bases de Licitación y Adjudicación) Apartado 2. del Pliego de Condiciones Generales** para la Contratación, donde se especifican en detalle las indicaciones al respecto.

**G.- Características técnicas del servicio y documentación técnica a presentar (E-mail 2 “Documentación B”) relativa a criterios sujetos a juicio de valor**

**Características técnicas del servicio a contratar**

Inserta Empleo, con el propósito de aumentar la contratación de personas con discapacidad en todo el territorio nacional ha producido y desarrollado tecnológicamente en 2019 dos Apps (App Por Talento y App Empresas) para los sistemas operativos IoS y Android, que permiten llegar a un mayor número de demandantes con discapacidad y poner a disposición de empresas y empleadores un canal directo para mejorar los procesos de intermediación.

Para ello, es necesario poner en marcha acciones que posibiliten la distribución de tales Apps en espacios y soportes del canal digital más comúnmente visitados por los demandantes con discapacidad y por las empresas que aún no son usuarios de los servicios que provee Inserta por los canales actualmente vigentes -más allá de los canales digitales y offline de los que Inserta empleo ya dispone-

Los servicios que se consideran necesarios para garantizar la distribución de las Apps por el canal digital serían los siguientes:

1. **Servicios de diseño, desarrollo y publicación en el canal de internet de:**

* 1 landing page de la App Por talento para la captación de empleadores y descarga de la App.
* y 1 landing page de la App Por talento de captación de demandantes de empleo y descarga de la App.

El diseño de ambas websites deberá garantizar el nivel accesibilidad doble A (según el estándar W3C) e incluir formularios donde los usuarios puedan dejar sus datos de contacto para que posteriormente Inserta pueda contactar con ellos y ofrecerles sus servicios de intermediación laboral, estos formularios deberán de cumplir con la legalidad vigente para el futuro tratamiento comercial de los datos recogidos a través de los mismos por parte de Inserta Empleo.

1. **Diseño, creación y publicación de elementos gráficos específicos para promocionar las Apps en el canal digital:**

* Diseño del icono para la App Por Talento demandantes; y del icono para App Por Talento empresas que permita diferenciar ambas Apps entre si dentro de las tiendas de aplicaciones y que permita el mejor posicionamiento y la diferenciación de las mismas en las tiendas de aplicaciones.
* Creación y producción de un audiovisual para la ‘App Por Talento empresas‘, que permita atraer a la landing page creada para su distribución nuevos usuarios del target (responsables de reclutamiento y selección de las empresas) y descargas de la mencionada App.
* Creación y producción de un audiovisual de la ‘App Por Talento demandantes’ que permita atraer a la landing page creada para su distribución nuevos demandantes de empleo con discapacidad para que se descarguen la App.
* Diseño y producción de los materiales gráficos (por ejemplo banners) para promocionar ambas Apps Por Talento en los canales digitales (portales de recruiting y búsqueda de empleo, websistes, blogs…), social media (video ads y formatos adaptados a cada red social: Facebook, Instagram, Linkedin, Tiktok, etc….); el buscador Google; Apple store y Google Play, así como en Apps de terceros (In app notifications) vinculadas al reclutamiento de candidatos y la búsqueda de empleo.

1. **Plan ASO (App store optimization)** en las tiendas de aplicaciones móviles para optimizar el posicionamiento de las Apps en Google Play y Apple store y ejecución del mismo (propuestas de la estrategia de optimización de las keywords inicialmente registradas en las fichas de las Apps Por Talento en las stores; inclusión de imágenes promocionales descriptivas de las utilidades de las apps en las stores, inclusión de videos explicativos en las fichas de las stores, etc.)
2. **Plan P.R. (Relaciones Públicas)** destinado a prescriptores (compañías, medios y expertos) del ecosistema Mobile que contribuyan a informar sobre las utilidades que ofrece la App Por Talento empresas para encontrar el candidato con discapacidad idóneo; y las utilidades de la app Por Talento demandantes para encontrar empleo tienen una discapacidad. Todo ello con el objetivo de distribuir, promover la descarga y la utilización de App Por Talento empresas’ entre los responsables de reclutamiento y selección de las empresas; y de la ‘App Por Talento demandantes’ entre personas con discapacidad.
3. Dentro de este Plan de P.R. se requiere **la parametrización, celebración, difusión y seguimiento de un evento online/híbrido en formato Zoom** para dar a conocer la disponibilidad de la App Por Talento empresa; y de la App Por talento demandantes en Apple store y Google Play, con el fin obtener el mayor número posible de descargas por parte de empleadores y demandantes, respectivamente.
4. **Plan de medios (paid media)en los siguientes canales digitales:**

* Redes sociales:
  + Facebook: para conseguir un mínimo de 200.000 clicks.
  + Instagram: para conseguir un mínimo de 200.000 clicks.
  + Linkedin: para conseguir un mínimo de 2.000 clicks.
  + TikTok: para conseguir un mínimo de 714.000 impresiones.
* Google Ads: a través de campañas de retargeting y optimización algorítmica, Google´s UAC:
  + Para conseguir un mínimo de de 100.000 clicks.
* Portales, plataformas y websites especializados en recruiting y búsqueda de empleo.
  + Para conseguir un mínimo de 24.000 clicks.
* Principales tiendas de aplicaciones:
  + Apple Store: para conseguir un mínimo de 12.500 clicks
  + Google Play (Google Play ads): para conseguir un mínimo de 12.500 clicks
* Apps del ecosistema del recruiting y búsqueda de empleo (In App Messaging)
  + Para conseguir un mínimo de de 12.500 clicks

**DOCUMENTACIÓN TÉCNICA A PRESENTAR EN EL SOBRE B**

El licitador deberá presentar la siguiente documentación:

1. Archivo digital con las distintas pantallas (Mockups) en alta definición a través del programa InVision o similar, donde se presente la propuesta de diseño de las 2 landings pages de captación y descarga de las aplicaciones Por Talento empresa; y Por Talento demandantes. Los mencionados wireframes permitirán visualizar los campos de los formularios de captación y los call to actions correspondientes.
2. Propuesta de diseño de los iconos que se mostrarán en las tiendas de aplicaciones de ambas apps en formato PDF.
3. Maquetas en video de la propuesta creativa para los 2 audiovisuales promocionales de las App Por Talento empresa; y Por Talento demandantes, en formato .MP4 o .MOV o similar.
4. Propuestas de diseño en formato PDF de las creatividades para los materiales gráficos que se insertarán en los canales digitales (portales de recruiting y búsqueda de empleo, websistes, blogs…); las redes sociales (video ads y formatos adaptados a cada red social: Facebook, Instagram, Linkedin, Tiktok, etc…); el anuncio en Google ads; en Apple store y Google Play, así como en las Apps de terceros (gráfica de las In app notifications).
5. Propuesta de la estrategia ASO detallado en documento PDF (optimización de palabras clave de búsqueda, título, descripción y gráfica dentro de la ficha de las aplicaciones, etc.) para las Apps Por Talento empresa y Por Talento demandantes y el plan de trabajo específico que plantee el proveedor enfocado a obtener el mejor posicionamiento orgánico en los resultados de las búsquedas de Apps que hagan los usuarios en las tiendas de aplicaciones móviles y en las recomendaciones y destacados (features) que ambas tiendas de aplicaciones realizan (por ejemplo: app del día, presencia en las colecciones de las Apps de búsqueda de empleo, etc.).
6. Propuesta del Plan de P.R. (relaciones públicas) que incluya detalle en PDF de las acciones previstas, y listado de prescriptores, entidades, medios e interlocutores más adecuados del sector Mobile que vayan a recomendar la descarga y uso de las Apps Por Talento empresas y Por Talento demandantes, junto con el plan de trabajo específico para contactar con dichos influencers, entidades e interlocutores con vistas a obtener nuevos registros de empleadores y demandantes de empleo.
7. Propuesta de escaleta con los contenidos del evento digital/híbrido para el lanzamiento de ambas Apps, detallando la plataforma desde la que se propone realizarlo y los grupos y tipología de invitados al mencionado evento.

**H.- Documentación a presentar (E-mail 3 “Documentación C”) relativa a criterios no sujetos a juicio de valor**

|  |
| --- |
| **La documentación a presentar en el sobre C es la siguiente:**   * **La proposición económica presentada por el licitador, debidamente firmada y fechada, deberá ajustarse al modelo de presentación de oferta económica que figura como Anexo IV del Pliego de Condiciones Generales** * **Un documento con la siguiente información a efectos de valoración**:   **Plan de medios (paid media)en los siguientes canales digitales:**   * **Social Ads y campañas SEA** a través de Facebook, Instagram, Linkedin, Tik Tok y la red de búsqueda y display de Google Ads, contemplando la creación de campañas de retargeting y optimización algorítmica (Facebook app event optimization AEO, Google´s UAC) y priorizando la aparición de los anuncios en mobile, detallando en la propuesta:   Facebook Ads  Número estimado de clicks que se alcanzará en los anuncios distribuidos.  Instagram Ads  Número estimado de clicks que se alcanzará en los anuncios distribuidos.  Linkedin Ads  Número estimado de clicks que se alcanzará en los anuncios distribuidos.  TikTok Ads  Número estimado de impresiones que se alcanzará en los anuncios distribuidos.  Google Ads  Número estimado de clics que se alcanzará en los anuncios distribuidos.   * **Portales, plataformas y websites especializados en recruiting y búsqueda de empleo**: Número estimado de clicks que se alcanzará en los anuncios distribuidos. * **Principales tiendas de aplicaciones: Apple Store (a través de Apple Search Ads); y Google Play (Google Play ads):** Número estimado de clics que se alcanzará en formato click to download. * **Apps del ecosistema del recruiting y búsqueda de empleo** Número estimado de clicks que se alcanzará en los anuncios distribuidos en formato click to download. |

**I.- Presentación de documentación previa a la adjudicación del contrato. Forma y plazo de presentación**

**NOTA: Solo se aportará cuando el órgano de contratación lo requiera conforme a lo establecido en el Pliego de Condiciones Generales (aptdo. 5 del Bloque III).**

La documentación se presentará a la atención de Montserrat Balas Lara, al siguiente correo electrónico: [licitaciones.marketingsocial.inserta@fundaciononce.es](mailto:licitaciones.marketingsocial.inserta@fundaciononce.es)

Para el correcto envío de la documentación, se deberá indicar en el asunto del correo el **código del concurso**, junto con la identificación del **nombre del sobre** de la documentación que se está enviando; que en este caso es el sobre A2 (Asunto: Código 026/41/20 Sobre A2). En el **cuerpo del correo** se deberá reflejar, de nuevo, el código junto con la referencia completa del objeto de la licitación.

La fecha límite para la presentación de la documentación será la que se referencie en la notificación que Inserta Empleo envíe al licitador.

De forma transitoria por la situación en la que nos encontramos, queda sin efecto lo reflejado en el **Bloque** **III (Bases de Licitación y Adjudicación) Apartados 5.1. y 5.2. del Pliego de Condiciones Generales** para la Contratación.

**I.1.- Documentación General previa a la adjudicación del contrato (“Documentación A2”)**

Ver el **Bloque** **III (Bases de Licitación y Adjudicación) Apartado 5.2. del Pliego de Condiciones Generales** para la Contratación, donde se especifican en detalle las indicaciones sobre la documentación a presentar.

**I.2.- Criterios de solvencia técnica y profesional previa a la adjudicación del contrato y documentación a presentar (“Documentación A2”)**

1. **SOLVENCIA DE LA ENTIDAD LICITADORA**

El licitador deberá tener experiencia previa en la ejecución de al menos **un servicio** similar al objeto del contrato en **los últimos cinco (5) años**.

Para acreditar el cumplimiento de este requerimiento deberá presentarse una **declaración responsable firmada por la persona con poder suficiente**, que contenga la descripción de los servicios realizados, que incluy~~a~~ por cada uno de ellos:

* Relación de actividades o líneas de trabajo
* Fechas de ejecución
* Tipo de destinatario (público o privado)
* Importe

1. **SOLVENCIA DEL EQUIPO PROFESIONAL**

El licitador deberá presentar una relación del personal que intervendrá en la realización de los trabajos. En esa relación deberá figurar al menos:

El equipo de profesionales que intervenga ha de garantizar la óptima realización del objeto del servicio, debiendo estar compuesto al menos por los siguientes perfiles:

* Un **ejecutivo/a de cuentas** con tres (3) años de experiencia en la gestión y atención a clientes dentro de agencias y/o consultoras de marketing y comunicación; con titulación en estudios de Grado o de Posgrado en Comunicación Publicitaria/Marketing o Marketing digital.
* Un **director creativo/a** con un mínimo de tres (3) años de experiencia en creación de campañas para el entorno *Mobile Marketing* y con titulación en estudios de Grado o de Posgrado en Comunicación Publicitaria/Marketing o Marketing digital.
* Un **planificador de medios** con un mínimo de tres (3) años de experiencia en mobile marketing y posicionamiento ASO en market places mobile, y con titulación en estudios de Grado o de Posgrado en Comunicación Publicitaria/Marketing o Marketing digital.

**Para acreditar este requerimiento deberá presentarse:**

- Curriculum firmado por cada integrante del equipo detallando las acciones realizadas similares a la materia objeto del contrato en su campo de cobertura~~.~~

- Copia del título académico.

**J.- Criterios de solvencia Económica y documentación a presentar**

**(“Documentación Sobre A2”)**

Ver el **Bloque** **III (Bases de Licitación y Adjudicación) Apartado 5.2.3. del Pliego de Condiciones Generales** para la Contratación, donde se especifican en detalle las indicaciones respecto a la **Documentación acreditativa de la solvencia económica.**

**K.- Forma de pago**

La facturación de los servicios prestados por parte del Contratista se efectuará una vez realizado cada uno de los 6 servicios descritos en el epígrafe G.

El pago de los honorarios del Contratista se hará efectivo por Inserta Empleo en el plazo máximo de sesenta días contados desde la presentación de una factura conforme a la normativa vigente y demás documentos que acrediten la realidad de los servicios prestados durante el periodo de vigencia del contrato, previa comprobación y aceptación de la actividad realizada mediante los mecanismos establecidos a tal efecto por Inserta Empleo, los cuales el Contratista manifiesta conocer y aceptar.

Las facturas correspondientes a la adjudicación deberán cumplir los siguientes requisitos:

* Deberán enviarse por correo electrónico a la siguiente dirección [mbalas.inserta@fundaciononce.es](mailto:mbalas.inserta@fundaciononce.es).
* En el concepto de la/s factura/s, se indicará, SERVICIOS DE CAPTACIÓN DE DEMANDANTES DE EMPLEO CON DISCAPACIDAD Y DE EMPLEADORES A TRAVÉS DE LAS APP ‘POR TALENTO’ Y ‘POR TALENTO EMPRESAS’*,* haciendo constar de manera diferenciada en el importe, por un lado **el coste de personal\* y, por otro, el correspondiente al resto de costes**.
* Por otro lado, deberá incluirse el siguiente (o siguientes) texto(s), en función del (de los) Programa(s) Operativo(s) que proceda(n), según las indicaciones que marque Inserta Empleo:

*“Prestación de servicios realizada en el marco del Programa Operativo de Inclusión Social y de la Economía Social cofinanciado por el Fondo Social Europeo CCI2014ES05SFOP012”.*

                                               y/o

*“Prestación de servicios realizada en el marco del Programa Operativo de Empleo Juvenil cofinanciado por el Fondo Social Europeo CCI2014ES05M9OP001”.*

*\*Coste de personal: ORDEN ESS/1924/2016, de 13 de diciembre, por la que se determinan los gastos subvencionables por el Fondo Social Europeo durante el período de programación 2014-2020. Artículo 5 Criterios específicos de subvencionabilidad. 1 a) 5º serán subvencionables en concepto de costes de personal “los costes de personal que formen parte de la prestación de servicios externos, siempre que en la factura emitida por el proveedor de los servicios se identifique claramente la parte correspondiente a costes de personal.”*

**L.- Subcontratación**

|  |
| --- |
| En el caso de que el licitador pretenda contratar algún servicio, deberá tener en cuenta el porcentaje marcado en el **Bloque I (DISPOSICIONES GENERALES) apartado 8, y Bloque IV (EJECUCIÓN DEL CONTRATO) apartado 4 del Pliego de Condiciones Generales** y documentar expresamente el concepto de subcontratación y el porcentaje que representa sobre el importe propuesto por el licitador en su oferta económica. Este documento deberá ir firmado y sellado por el (la) representante de la entidad licitadora. |

**M.- Criterios de valoración de las propuestas.**

|  |  |
| --- | --- |
| **CRITERIOS SUJETOS A JUICIO DE VALOR (Máximo 30 puntos):** | **30 puntos** |
| **REQUISITOS TÉCNICOS** | **30** |
| 1. **Propuesta de landing pages para descarga de las Apps** | **4** |
| Diseño gráfico, usabilidad y accesibilidad de la landing page para la App Por talento empresa (2 puntos)  Diseño gráfico, usabilidad y accesibilidad de la landing page para la App Por talento demandantes de empleo (2 puntos) |  |
| 1. **Propuesta creativa de los materiales gráficos y audiovisuales para las 2 Apps Por Talento empresa y Por talento demandantes** | **11** |
| * Propuesta creativa de icono para la App Por Talento empresa (1 punto) * Propuesta creativa de icono para la App Por Talento demandantes (1 punto) * Propuesta creativa y maqueta del audiovisual para la App Por Talento empresa (4 puntos) * Propuesta creativa y maqueta del audiovisual para la App Por Talento demandante de empleo (4 puntos) * Propuesta creativa para los materiales gráficos (banner, mensajes In app, etc.) (1 punto) |  |
| 1. **Propuesta del Plan ASO de optimización de las apps en Apple store y Google Play.** | **10** |
| * Propuesta de acciones para mejorar el posicionamiento orgánico de la app Por Talento empresas en Google Play (2,5 puntos) * Propuesta de acciones para mejorar el posicionamiento orgánico de la app Por Talento demandantes en Google Play (2,5 puntos) * Propuesta de acciones para mejorar el posicionamiento orgánico de la app Por Talento empresas en Apple Store (2,5 puntos) * Propuesta de acciones para mejorar el posicionamiento orgánico de la app Por Talento demandantes en Apple Store (2,5 puntos) |  |
| 1. **Propuesta del Plan de P.R. y evento de lanzamiento de las Apps Por talento empresa y Por Talento demandantes** | **5** |
| * Número de influencers, entidades, medios e interlocutores más adecuados del sector Mobile con capacidad de prescripción para el colectivo de empleadores y de demandantes con discapacidad para informar, distribuir y promover la descarga y utilización de las apps (1 punto) * Relevancia, autoridad y afinidad de los prescriptores propuestos con el target de empleadores (1 punto) * Relevancia, autoridad y afinidad de los prescriptores propuestos con el target de demandantes de empleo con discapacidad (1 punto) * Creatividad y capacidad de impacto de las acciones que propone el licitador en el plan de P.R. para lograr el mayor número de descargas de las Apps Por Talento empresas y Por Talento demandantes (1 punto) * Capacidad de impacto de la propuesta del evento digital/híbrido de lanzamiento de las Apps Por Talento empresa y Por Talento demandantes (1 punto) |  |

|  |
| --- |
| **CRITERIOS NO SUJETOS A JUICIO DE VALOR** |
| |  |  | | --- | --- | | **Plan de medios en canales digitales (paid media)** | **40** | | **Facebook Ads (máximo 5 puntos)**  Propuestas con más de un 20% más de 200.000 clicks (5 puntos)  Propuestas con entre un 10% y un 20% más de 200.000 clicks – (4 puntos)  Propuestas con hasta un 10% más de 200.000 clicks – (3 puntos)  Propuestas con un mínimo de 200.000 clicks – (2 puntos)  Resto de propuestas – (0 puntos)  **Instagram Ads (máximo 5 puntos)**  Propuestas con más de un 20% más de 200.000 clicks (5 puntos)  Propuestas con entre un 10% y un 20% más de 200.000 clicks – (4 puntos)  Propuestas con hasta un 10% más de 200.000 clicks – (3 puntos)  Propuestas con un mínimo de 200.000 clicks – (2 puntos)  Resto de propuestas – (0 puntos)  **Linkedin Ads (máximo 5 puntos)**  Propuestas con más de un 20% más de 2.000 clicks (5 puntos)  Propuestas con entre un 10% y un 20% más de 2.000 clicks – (4 puntos)  Propuestas con hasta un 10% más de 2.000 clicks – (3 puntos)  Propuestas con un mínimo de 2.000 clicks – (2 puntos)  Resto de propuestas – (0 puntos)  **Tik-Tok Ads (máximo 5 puntos)**  Propuestas con más de un 20% más de 714.000 impresiones (5 puntos)  Propuestas con entre un 10% y un 20% más de 714.000 impresiones – (4 puntos)  Propuestas con hasta un 10% más de 714.000 impresiones – (3 puntos)  Propuestas con un mínimo de 714.000 impresiones – (2 puntos)  Resto de propuestas – (0 puntos)  **Google Ads (máximo 5 puntos)**  Propuestas con más de un 20% más de 100.000 clicks (5 puntos)  Propuestas con entre un 10% y un 20% más de 100.000 clicks – (4 puntos)  Propuestas con hasta un 10% más de 100.000 clicks – (3 puntos)  Propuestas con un mínimo de 100.000 clicks – (2 puntos)  Resto de propuestas – (0 puntos)  **Portales, plataformas y websites especializados en recruiting y búsqueda de empleo (máximo 2,5 puntos):**  Propuestas con más de un 20% más de 24.000 clicks (2,5 puntos)  Propuestas con entre un 10% y un 20% más de 24.000 clicks – (2 puntos)  Propuestas con hasta un 10% más de 24.000 clicks – (1,5 puntos)  Propuestas con un mínimo de 24.000 clicks – (1 punto)  Resto de propuestas – (0 puntos)  **Apple Store (máximo 5 puntos)**  Propuestas con más de un 20% más de 12.500 clicks (5 puntos)  Propuestas con entre un 10% y un 20% más de 12.500 clicks – (4 puntos)  Propuestas con hasta un 10% más de 12.500 clicks – (3 puntos)  Propuestas con un mínimo de 12.500 clicks – (2 puntos)  Resto de propuestas – (0 puntos)  **Google Play (máximo 5 puntos)**  Propuestas con más de un 20% más de 12.500 clicks (5 puntos)  Propuestas con entre un 10% y un 20% más de 12.500 clicks – (4 puntos)  Propuestas con hasta un 10% más de 12.500 clicks – (3 puntos)  Propuestas con un mínimo de 12.500 clicks – (2 puntos)  Resto de propuestas – (0 puntos)  **Apps del ecosistema del recruiting y búsqueda de empleo (In App Messaging) (máximo 2,5 puntos):**  Propuestas con más de un 20% más de 12.500 clicks (2,5 puntos)  Propuestas con entre un 10% y un 20% más de 12.500 clicks – (2 puntos)  Propuestas con hasta un 10% más de 12.500 clicks – (1,5 puntos)  Propuestas con un mínimo de 12.500 clicks – (1 punto)  Resto de propuestas – (0 puntos) |  | |
| **Propuesta económica (30 puntos)** |
| Las ofertas se valorarán conforme a una de las siguientes fórmulas en función del número de licitadores que se presenten.  **Fórmula 1** *(cuando concurra un solo licitador)*    Siendo **PM**el presupuesto máximo de licitación (en la fórmula se sustituye por el valor estimado del contrato o curso, si se ha solicitado desglose); **PO**el precio ofertado por el licitador (en la fórmula se refleja el presupuesto ofertado para el contrato o acción, si se ha solicitado desglose); Máxima puntuación otorgable a la oferta económica, que en este caso es de 30puntos (se aplica en la fórmula el dato 30), y porcentaje permitido hasta la baja temeraria (donde se aplica en la fórmula 70). **La temeraria se calcula igualmente sobre la base imponible, nunca se tienen en cuenta los impuestos.**  La puntuación otorgada se situará entre **0 y 30 puntos** según el importe de la oferta recibida. Sólo será valorada la oferta comprendida entre el precio máximo (valor estimado del contrato o curso) y el 70% del precio máximo establecido para la licitación (porcentaje permitido hasta baja temeraria).  **Fórmula 2** *(cuando concurran dos o más licitadores)*  ***Paso 1:*** Se evaluará el porcentaje de baja de las ofertas presentadas, considerando como “oferta no valida” a todas aquellas que superen el 30% de reducción del precio máximo de licitación por considerarla baja temeraria. Igualmente se considerará “oferta no valida” a las propuestas económicas que superen el precio máximo de licitación.  **Paso 2:** Entre las ofertas validas se aplicará la siguiente fórmula para la asignación de puntos en función de la oferta:    Siendo ***POI*** *los p*untos asignados a la oferta evaluada; ***MP*** *la m*áxima puntuación otorgable a la oferta económica, que en este caso es de **30** puntos**; *PesoOi*** el peso alcanzado por la oferta evaluada; ***PesoMejorOi*** el peso más alto alcanzado entre todas las ofertas evaluadas; ***PM;*** el presupuesto máximo de licitación; ***Oi*** *el p*recio ofertado por el licitador y; ***PMO*** *el precio medio de las ofertas validas presentadas*  La puntuación otorgada se situará entre **0 y 30 puntos** según el importe de la oferta recibida.  A la hora de valorar las ofertas, se tendrá en cuenta la base imponible de la propuesta, tal y como se indica en el **Anexo IV.** |

**N.- Condiciones de la prestación del servicio**

Una vez adjudicado el contrato, el adjudicatario del concurso deberá aplicar los descuentos que indique en su oferta económica al alquiler de espacios que Inserta realice.

**Ñ.- Revisión de precios**

**NO APLICA**

**O.- Observaciones**

En caso de duda sobre el contenido de los pliegos o la presentación de las ofertas, los concursantes podrán solicitar las aclaraciones pertinentes **poniéndose en comunicación con Inserta a través de Montse Balas Lara por correo electrónico** [**mbalas.inserta@fundaciononce.es**](mailto:mbalas.inserta@fundaciononce.es) **o por teléfono en el número 91 468 85 47** Las dudas podrán aclararse por teléfono o por correo electrónico.

**RELACIÓN DE ANEXOS A LOS PLIEGOS DE CONDICIONES PARTICULARES Y TÉCNICAS**

**ANEXO IV – MODELO DE PRESENTACION DE OFERTA ECONÓMICA**