



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CONSULTORÍA PARA EL DESARROLLO DEL PROGRAMA XPANDE, PARA EL APOYO A LA EXPANSIÓN INTERNACIONAL DE LA PYME DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE MALLORCA.

Expediente: **19PA02**

Fecha aprobación: 11 / 06/ 2019

Procedimiento: **ABIERTO**

Tramitación: **ORDINARIA**

Responsable: Alicia Bueno



CAPÍTULO I.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DEL CONTRATO

1. PRESTACIONES

1.1. OBJETO

El objeto de este contrato consiste en la selección de las empresas o autónomos que prestarán el servicios de Asesoramiento para la elaboración del Plan de Internacionalización del Programa Xpande. La Cámara establece un máximo de **4 planes de internacionalización del programa Xpande**. La cantidad máxima prevista tiene un carácter orientativo, ya que dependerá del ritmo de ejecución del Programa y del número de empresas que participen en el mismo.

Xpande: Apoyo a la Expansión Internacional de la Pyme.

Este programa está cofinanciado por los Fondos FEDER y la Consejería de Trabajo, Comercio e Industria del Govern Balear y está destinado a ayudar a la 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.

Estudio completo:

Fase IA. Selección de mercados	Análisis de las unidades de negocio
	Análisis del modelo de negocio
	Análisis y selección de mercado
Fase IB. Acceso al mercado	Análisis del entorno
	Análisis de la estrategia de marketing y comunicación
	Plan de Acción y Plan Económico Finaciero

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 Mallorca (en adelante Cámara de Mallorca).

La Cámara requiere la contratación de asesores para realizar los estudios de consultoría en internacionalización bajo las pautas definidas y la supervisión del responsable técnico de la Cámara de Mallorca.

De acuerdo con la planificación a desarrollar, se ha previsto una necesidad de máximo **2 asesores** para desarrollar este servicio. La asignación del asesor a la empresa beneficiaria del estudio se realizará de acuerdo con el conocimiento específico del asesor al sector de la empresa beneficiaria.

La Cámara se reserva el derecho de externalizar el estudio completo o parcial, correspondiendo a la parte de selección de mercado un 51,80% del estudio completo y la parte de acceso a mercado el 48,20% del estudio completo.

Funciones del asesor:

- Prestación del servicio de asesoramiento en internacionalización a las empresas beneficiarias en el marco del Programa Xpande, en los plazos y condiciones que establezca el proyecto, bajo las pautas y supervisión del responsable técnico de la Cámara de Comercio de Mallorca. Para ello, las funciones específicas asociadas que deberá realizar son las siguientes:
 - o Prestación del servicio en la Fase I “Asesoramiento de un Plan de internacionalización” que se divide en dos partes (descritos anteriormente):

Fase IA: Selección de Mercados

Fase IB: Acceso al Mercado

- o Colaborar en la gestión documental
- o Realizar el seguimiento de la participación de las empresas en las distintas fases del Programa.

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.
- 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 la Cámara de Mallorca 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, ésta entregará a la Cámara de Mallorca 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 la Cámara de Mallorca 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 la Cámara de Mallorca 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 doce semanas (6 semanas para la Fase IA y 6 semanas para la Fase IB) transcurridas desde la recepción del estudio previo elaborado por los técnicos de Cámara Mallorca. El prestador a su vez remitirá a Cámara Mallorca por la vía de correo electrónico el informe de XPANDE: APOYO A LA EXPANSIÓN INTERNACIONAL DE LA PYME adaptado a la plantilla que Cámara Mallorca 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 de Mallorca tal efecto.



5. El informe final XPANDE será entregado y presentado a las empresas participantes por el personal designado por Cámara de Mallorca a tal efecto.

2. METODOLOGÍA

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 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.



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 cinco 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 y fecha,



firmada por el representante legal. La empresa participante deberá presentar una relación de al menos tres trabajos realizados (planes de internacionalización o participación en procesos de internacionalización en el seno de las empresas) en este periodo. La Cámara de Mallorca 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.).

El contrato tendrá vigencia desde el día de su firma hasta el 31 de marzo de 2020.