

# CONVOCATORIA DE CONCURSO PARA LA SELECCIÓN DE AGENCIA CREATIVA PARA EL PROGRAMA “COME FRUTA EUROPEA” - PROPER DIET 2026-2029

---

## 1. Entidades y contexto

La Asociación de Organizaciones de Productores de Plátanos de Canarias (ASPROCAN), propietaria y órgano de gestión de la marca colectiva e **IGP Plátano de Canarias**, en calidad de beneficiaria del **Programa de Promoción Agroalimentaria de la Unión Europea PROPER DIET 2**, a desarrollar **entre los años 2026 y 2029**; y AGR FOOD MARKETING, en calidad de organismo de ejecución del Programa, convocan el presente concurso para la selección de una agencia creativa.

La agencia creativa será contratada por AGR FOOD MARKETING, conforme a la normativa del Programa. Sin embargo, ASPROCAN (Plátano de Canarias) decidirá con qué agencia trabajar en función de la mejor propuesta recibida y será quien actúe como cliente publicitario para el desarrollo y la aprobación de las campañas.

## 2. Objeto del concurso

Seleccionar una **agencia creativa que asuma la dirección creativa y el desarrollo de las piezas publicitarias del Programa PROPER DIET 2**, incluyendo el acompañamiento en la producción de las piezas audiovisuales y sus adaptaciones a los distintos formatos y medios.

## 3. Alcance del servicio en PROPER DIET 2

La agencia seleccionada deberá:

- Desarrollar la estrategia creativa integral del Programa con visión a tres anualidades de campaña (2026-2029).
- Definir concepto creativo, territorio, tono, mensajes y sistema de identidad visual aplicable a todos los canales.

- Desarrollar, para cada anualidad, las piezas base y adaptaciones que contempla el Programa.

Piezas previstas:

- 2 spots de TV de 20" por anualidad (uno por oleada: primavera/verano y diciembre-Navidad).
- 1 cuña de radio por anualidad para la oleada de primavera/verano.
- Adaptaciones de spots y gráficas de campaña a piezas digitales del plan de medios.
- Adaptación de materiales de campaña para la web del Programa PROPER DIET 2.

## 4. Presupuesto y condiciones económicas para el desarrollo del servicio

### 4.1. Presupuesto máximo anual (referencia)

- **Creatividad y servicio de agencia: 100.000 EUR/año (IVA no incluido).** Incluye, como mínimo: dirección creativa, dirección de arte, redacción/copy y dirección de producción, así como gestión y coordinación del desarrollo creativo y adaptaciones.
- **Producción de piezas audiovisuales: 261.000 EUR/año** como presupuesto máximo, destinado a producción, incluyendo (sin limitación): derechos de uso, postproducción, copias de emisión, validaciones (p. ej., Autocontrol), dietas y desplazamientos asociados a rodajes.

La oferta deberá respetar estos importes como máximos.

### 4.2. Condiciones de facturación y pagos

- Las condiciones de contratación, facturación y pagos se regirán por el briefing del Programa y la normativa comunitaria aplicable.
- Se exigirá trazabilidad presupuestaria y disponibilidad de documentación justificativa, conforme a las obligaciones del Programa.

## 5. Procedimiento: fases y cronograma del Concurso

### 5.1. Fases del proceso

- **Fase 1 (Preselección):** presentación y evaluación de credenciales y documentación administrativa. Se seleccionará un **máximo de 4 agencias finalistas**.
- **Fase 2 (Selección y adjudicación):** presentación presencial de propuesta creativa (ejercicio de concurso), evaluación conforme a rúbrica y propuesta de adjudicación.

La participación en la Fase 2 estará **remunerada con 3.000 EUR por agencia finalista**, condicionada a la presentación presencial en la fecha convocada y a la entrega completa de los materiales requeridos en esta fase.

- **Resolución:** comunicación del resultado y formalización de las condiciones con la agencia adjudicataria.

## 5.2. Cronograma (fechas previstas)

Hito	Fecha
Publicación de la convocatoria	18/12/2025
Fecha límite de presentación de credenciales (Fase 1)	09/01/2026 (23:59 CET)
Comunicación de agencias finalistas (máx. 4) y lista de reserva	14/01/2026
Apertura de Fase 2 a agencias finalistas y publicación de brief	15/01/2026
Sesiones de contraste de brief de agencias con ASPROCAN (presencial / individuales)	21-22/01/2026
Fecha de presentación de propuestas ante jurado (Fase 2)	03/03/2026
Resolución del concurso y comunicación de la adjudicación	10/03/2026

ASPROCAN y AGR podrán ajustar las fechas por motivos organizativos, comunicándolo a todas las agencias participantes con la debida antelación.

## 6. Requisitos de participación y documentación (Fase 1)

### 6.1. Documentación de credenciales (formato)

- Dossier de agencia (PDF, máximo 15 páginas) con: presentación, servicios, enfoque creativo y datos de contacto.
- Showreel o portfolio (enlace) y hasta 3 casos relevantes (últimos 5 años) descritos con una ficha homogénea: objetivo, piezas/canales, rol de la agencia, presupuesto aproximado y resultados disponibles.
- Exposición breve de motivos (máximo 1 página) y comprensión del encargo.
- Equipo propuesto (organigrama, roles clave y dedicación estimada) y CVs resumidos (máximo 1 página por perfil clave).

#### 6.2. Documentación administrativa (obligatoria - pasa/no pasa)

- Certificado de estar al corriente de obligaciones tributarias (AEAT) y con la Seguridad Social.
- Declaración responsable de no estar incursa en prohibiciones para contratar del artículo 71 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.
- Certificado que demuestre que la agencia solicitante no mantiene conflicto de intereses con la/s organización/es proponente/s por razones de interés económico, afinidad política o nacional, vínculos familiares o emocionales o cualquier otro interés compartido. Para ello, utilizarán el modelo establecido por el MAPA y publicado en la página Web:  
[https://www.mapa.gob.es/es/pesca/temas/fondos-europeos/report\\_circular-daci-fempa-para-oigs-v1\\_tcm30-675946.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/pesca/temas/fondos-europeos/report_circular-daci-fempa-para-oigs-v1_tcm30-675946.pdf)

## 7. Criterios de evaluación

### 7.1. Criterios de preselección (Fase 1) - Hasta 100 puntos

Si el número de agencias que cumplen los requisitos obligatorios supera 4, se seleccionarán las 4 candidaturas con mayor puntuación en los criterios siguientes:

Criterio	Puntos	Evidencia mínima / pauta de valoración
A) Experiencia relevante en campañas 360 con producción audiovisual (últimos 5 años)	0-40	Se valorará similitud de alcance y rol real de la agencia (concepto, creatividad, producción).
B) Experiencia en agroalimentación / campañas	0-10	Casos demostrables. Se valorará conocimiento del

institucionales o con fondos públicos		sector y/o de entornos regulados y de requisitos de justificación.
C) Calidad creativa demostrada (portfolio/showreel y racional)	0-35	Originalidad, claridad del concepto, consistencia y capacidad de construir campaña.
D) Equipo propuesto y dedicación	0-15	Senioridad, roles clave (Dir. Creativo/a, Dir. Arte, Copy, Producer) y continuidad del equipo.

Desempate: mayor puntuación en el criterio A; si persiste, mayor puntuación en el criterio C.

## 7.2. Criterios de adjudicación (Fase 2)

La adjudicación se realizará considerando los siguientes criterios y pesos:

Criterio	Peso	Subcriterios (orientativos) para la puntuación
Estrategia creativa	40%	Insight y territorio (10), visión y coherencia a 3 anualidades (10), diferenciación e impacto (10), viabilidad y encaje con canales (10).
Ejecuciones	30%	Aplicación a spot/storyboard (10), key visual y sistema gráfico (10), consistencia multicanal/digital (5), realismo de producción dentro del marco presupuestario (5).
Capacidad técnica y experiencia	20%	Equipo y disponibilidad (8), metodología/planificación (6), control de derechos/validaciones y gestión de calidad (6).

Propuesta económica	10%	Claridad y coherencia del desglose; eficiencia de la asignación de recursos dentro de los máximos establecidos; relación calidad-precio.
---------------------	-----	--

El jurado se reserva el derecho de analizar aquellas propuestas económicas que, en relación con el objeto del concurso, resulten anormalmente bajas respecto al conjunto de las ofertas presentadas o el presupuesto máximo de la convocatoria. En estos casos, la organización podrá solicitar a la agencia las aclaraciones que estime oportunas para justificar la viabilidad, coherencia y correcta ejecución de la propuesta en los términos planteados. En caso de que dichas aclaraciones no resulten satisfactorias, o se considere que la oferta compromete la calidad, el alcance o la correcta ejecución del proyecto, el jurado podrá excluir la propuesta del proceso de valoración, sin que ello genere derecho a reclamación alguna.

## 8. Ejercicio de concurso (Fase 2): alcance y entregables

Las agencias finalistas deberán **presentar presencialmente su propuesta ante un jurado** conformado por el órgano de decisión de inversiones publicitarias y el equipo de marketing y comunicación de ASPROCAN. AGR, como órgano de ejecución del Programa, actuará en labor de asesoramiento del jurado respecto del cumplimiento de los objetivos y condiciones marcados por el Programa.

### Entregables mínimos (formato pitch):

- Propuesta de estrategia creativa con visión a 3 anualidades, alineada con los objetivos y el público objetivo del Programa (presentación en PDF, máximo 25 diapositivas).
- Diseño de un key visual y sistema gráfico (con 2-3 aplicaciones orientativas: digital y/o exterior).
- Propuesta para el primer año: 2 rutas creativas alternativas (A y B) aplicadas a cada oleada (primavera/verano y diciembre-Navidad), presentadas como guion + storyboard (no producción). La agencia adjudicataria desarrollará y producirá la opción finalmente seleccionada por oleada.
- Orientación de evolución para años 2 y 3 (líneas maestras, no ejecuciones completas).
- Equipo asignado, roles, dedicación y experiencia relevante.

- Desglose económico indicativo dentro de los máximos anuales establecidos (creatividad y producción).

Entrega digital: a la finalización de la presentación, o en el plazo que se comunique junto con la convocatoria a las agencias finalistas, se entregará una copia digital (PDF) para su valoración detallada.

## 9. Presentación de candidaturas, briefing y consultas

### 9.1. Envío de documentación (Fase 1)

Las candidaturas se remitirán por correo electrónico en formato digital a:

[s.caceres@platanodecanarias.es](mailto:s.caceres@platanodecanarias.es) y [n.moreno@platanodecanarias.es](mailto:n.moreno@platanodecanarias.es) con copia a

[irene@agrfoodmarketing.com](mailto:irene@agrfoodmarketing.com). Se recomienda el envío en un único PDF (o enlace de descarga) y con el asunto: "Concurso agencia creativa - PROPER DIET 2 - [Nombre de la agencia]".

### 9.2. Briefing

El documento con la información necesaria sobre el concurso y el Programa se alojará en la web <https://platanodecanarias.es/> y <https://agrfoodmarketing.com/>. En caso de existir actualizaciones o anexos, se comunicarán a las agencias finalistas.

### 9.3. Consultas y aclaraciones

Las consultas relacionadas con el concurso deberán dirigirse por escrito al correo

[s.caceres@platanodecanarias.es](mailto:s.caceres@platanodecanarias.es) y [n.moreno@platanodecanarias.es](mailto:n.moreno@platanodecanarias.es) con copia a

[irene@agrfoodmarketing.com](mailto:irene@agrfoodmarketing.com). Con el fin de garantizar la igualdad de trato, las respuestas a consultas relevantes podrán comunicarse a todas las agencias participantes.

## 10. Confidencialidad y propiedad intelectual

- Toda la información facilitada en el marco del concurso tendrá carácter confidencial y se utilizará exclusivamente para fines de evaluación.
- Las propuestas presentadas por agencias no adjudicatarias no podrán ser utilizadas total ni parcialmente sin autorización expresa de sus autores.
- La agencia adjudicataria cederá los derechos de explotación de las piezas finales en los términos y territorios necesarios para la ejecución del Programa, conforme al contrato y al briefing.

## 11. Observaciones y normativa

La presente campaña se encuentra dentro del marco de un Programa Europeo con subvención del 70% por parte de la Unión Europea. La finalidad del concurso es la selección de una agencia creativa para un plan trianual de promoción en el mercado interior, que se regirá por lo establecido en el Reglamento (UE) 1144/2014, de 22 de octubre, relativo a acciones de información y promoción de los productos agrícolas en el mercado interior y en terceros países, así como por la normativa aplicable al Programa PROPER DIET 2.

Las propuestas deberán ajustarse estrictamente al presupuesto asignado y al briefing específico del Programa.

## ANEXO I. Checklist de documentación (Fase 1)

Documentación de credenciales (comparables):

- Dossier (máx. 15 páginas).
- Showreel/portfolio (enlace).
- Hasta 3 casos con ficha homogénea.
- Equipo propuesto + CVs resumidos.
- Exposición de motivos (máx. 1 página).

Documentación administrativa (obligatoria):

- Certificados AEAT y Seguridad Social vigentes.
- Declaración responsable art. 71 LCSP.
- Modelo DACI (MAPA) o equivalente solicitado.