

INFORME PREVIO

PROYECTO: ESPAÑA, INVITADO DE HONOR EN LA FERIA DEL LIBRO DE GUADALAJARA (MÉXICO) 2024

LICITACIÓN: SELECCIÓN DE LA AGENCIA DE COMUNICACIÓN EN ESPAÑA DEL PABELLÓN DE ESPAÑA, INVITADO DE HONOR EN LA FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE GUADALAJARA (MEXICO) 2024. (30 DE NOVIEMBRE – 8 DE DICIEMBRE DE 2024).

I. SOBRE EL PROYECTO:

En 2024, en su 38ª edición y por segunda vez desde su creación, la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL), México, tendrá a España como Invitado de Honor, en virtud del acuerdo alcanzado por el Ministerio de Cultura y Acción Cultural Española (AC/E), con sus organizadores.

La FIL Guadalajara es la reunión editorial más importante de Iberoamérica y un extraordinario festival cultural. Fundada hace 37 años por la Universidad de Guadalajara, es una feria para profesionales donde el público es muy activo, lo que la distingue del resto de las principales ferias que se realizan en el mundo. Sin descuidar su vocación como un encuentro de negocios, la FIL fue concebida como un festival cultural en el que la literatura es la columna vertebral -con un programa en el que participan autores y autoras de todos los continentes y diferentes lenguas y un espacio para la discusión académica de los grandes temas que cruzan nuestra actualidad-, pero a su vez, brinda un marco excepcional para difundir el arte y la cultura.

La Feria Internacional del Libro de Guadalajara es una de las actividades culturales de habla hispana que más atención recibe de los medios en el continente americano. Esto se debe no sólo a su importancia como una de las citas más relevantes alrededor de la industria editorial en español, sino también a la talla de los autores, editores, intelectuales y artistas que visitan cada edición.

La FIL Guadalajara acredita cada año a más de 3.423 periodistas que representan aproximadamente a 500 medios de 24 países. A la cobertura que realizan estos periodistas se suman las notas, artículos y columnas de opinión que realizan a la distancia medios de comunicación impresos y electrónicos.

Durante los nueve días de la Feria el público escucha a sus autores preferidos, la industria del libro convierte a Guadalajara en su corazón, y la ciudad se llena de música, arte, cine y teatro del Invitado de Honor.

España ya fue Invitado de Honor de la FIL Guadalajara en el 2000 y, veinticuatro años después, esta es una oportunidad para mostrar la evolución del sector editorial y su internacionalización y para la promoción de autores de nuestro país, tanto en la América de habla hispana como en los mercados internacionales que se desplazan a Guadalajara para este evento.

España es parte integral de la modernidad europea, y desde su propia identidad, rica y variada, representa el vínculo de comunicación más privilegiado de Europa con América Latina, gracias a la comunidad de intereses, y gracias a la lengua compartida. Además de España, han sido invitadas otras regiones o comunidades españolas, como la Cultura Catalana, en 2004; Andalucía, en 2006, y Castilla y León, en 2010, además de la ciudad de Madrid, en 2017. En 2023 fue Invitada de Honor la Unión Europea, contando con 857.000 visitantes.

El espacio destinado al pabellón del Invitado de Honor cuenta con aproximadamente 1.200 m², y está dotado de un doble carácter -funcional y representativo-.

Ha de ser capaz de albergar determinadas actividades (desde lecturas, actuaciones musicales e intervenciones diversas hasta áreas comerciales y/o expositivas -como la tienda/librería-) y, al mismo tiempo, ayudar a transmitir la imagen y significar la relevancia de la participación de España como Invitado de Honor. Su configuración, por tanto, implica una gran creatividad, capaz de armonizar con las particularidades propias de un evento de esta naturaleza, que es corto en el tiempo, aunque amplio en su alcance y con la perspectiva de una elevada afluencia de personas.

Para la ejecución de las funciones de comunicación del pabellón es necesaria la tramitación de una licitación del **diseño y ejecución del plan estratégico de comunicación offline y digital (redes sociales)**.

La concepción y configuración de un plan estratégico de comunicación offline y digital (redes sociales) requiere de la contratación de una agencia de comunicación, teniendo en cuenta la dimensión del proyecto (de dedicación exclusiva) y el ámbito internacional.

Dado que AC/E carece de los recursos especializados necesarios para la realización del servicio objeto del contrato que se inicia, debe contar para ello con un equipo de profesionales de la comunicación y con experiencia en el ámbito señalado.

II. OBJETO:

El objeto de la licitación que se inicia es, por tanto, contratar los servicios para la elaboración y ejecución de un plan estratégico de comunicación offline y digital en redes sociales, que aporte credibilidad y una alta capacidad para conseguir la máxima difusión, posicionamiento, notoriedad y reputación de España como Invitado de Honor en la FIL Guadalajara, México 2024 a nivel nacional e internacional.

Este plan deberá incluir con detalle la prestación de los servicios: comunicación y gabinete de prensa (ruedas de prensa y/o inauguraciones); gestión, mantenimiento, monitorización y creación de contenidos (imagen y vídeo) para redes sociales; adaptación de la imagen del Invitado de Honor a distintas aplicaciones, personal para su ejecución e implementación, etc.

Se destacan a continuación los trabajos principales para llevar a cabo los servicios solicitados, cuyo desglose se desarrolla y detalla en el pliego de condiciones técnicas y su documentación anexa:

Servicios de gabinete de prensa

- La elaboración, implementación, desarrollo y seguimiento de la estrategia de Comunicación offline.
- Elaboración de contenidos:
 - Creación de contenidos y mensajes clave que resalten la riqueza cultural, literaria y editorial de España, en línea con los parámetros de la participación de España como IdH.
 - Desarrollo de contenidos específicos para los diferentes canales: prensa escrita, digital, radio y televisión para maximizar el impacto.
 - Preparación, organización y gestión de las ruedas de prensa de octubre y las diarias de los participantes en el programa literario y cultural en la FIL.
 - Gestión de las ruedas de prensa y la comunicación de los eventos clave tanto en la FIL como en otras sedes de la ciudad (exposiciones, chef, residencia artística, festival de cine...).

- Redacción, producción e impresión de los materiales de comunicación para prensa (notas, dossiers, USB con todo el material del programa general del Invitado de Honor y cualquier otro material que sea solicitado.).
- Gestión con medios de comunicación:
 - Atención y contacto continuo con los medios de comunicación de información general y especializada (cultura, literatura, arte, música, gastronomía, ocio, ámbito latinoamericano) y corresponsales españoles en México y mexicanos en España por los diferentes canales (presencial, telefónico, online., etc.) manteniendo una base de datos actualizada de medios y periodistas.
 - Envío de convocatorias a medios de comunicación, notas de prensa, comunicados, dossiers de prensa, etc.
 - Gestión de reportajes y agendas para las entrevistas con los portavoces del proyecto y los participantes en el programa general responsabilizándose de organizar los espacios donde se realicen dichas acciones.
 - Tramitación/Información de acreditaciones de los medios (*online* vía web de la FIL).
- Seguimiento y reporte:
 - Clipping diario: la agencia se encargará de elaborar un clipping diario con el impacto comunicativo que tengan las actividades de la FIL tanto en medios de comunicación (periódicos impresos y digitales, televisión, radio y agencias de noticias) como los impactos en redes sociales más destacados. Se enviará a primera hora de la mañana y servirá para evaluar el impacto de cada acción realizada y adaptar las siguientes en caso de detectar margen de mejora. El clipping incluirá la audiencia alcanzada de cada acción.
- Establecimiento de procedimientos para la rápida adaptación y respuesta ante situaciones imprevistas o crisis comunicativas.
- Disponibilidad del equipo: para coordinarse adecuadamente con la agencia mexicana y los equipos de AC/E y el Ministerio de Cultura, siempre habrá una persona disponible del equipo de la agencia con la que deberá ser fácil contactar. Se valorará también disponibilidad para viajar a México los días del desarrollo de la FIL en caso de requerirse.

Servicios de redes sociales

- Creación de perfiles en redes sociales:
 - Creación de perfiles oficiales de España como País Invitado de Honor en las principales redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube).
 - Diseño de los perfiles, incluyendo la imagen de perfil, la imagen de portada y la biografía.
 - Optimización de los perfiles para la búsqueda y el posicionamiento.
- Seguir perfiles de interés alineados con los objetivos generales de la participación de España en la Feria e integrar a los participantes en el día a día de las cuentas.
- Establecer un ritmo de publicación de, al menos, un post diario en cada red social (*stories* y contenido «temporal», no incluidas en este apartado).
- Este ritmo deberá verse incrementado a medida que la Feria se acerque, algo que tendrá que quedar reflejado en la estrategia de comunicación digital en redes sociales.
- Los *stories* publicados deberán recogerse en los **destacados** que se creen en función del contenido que se publique.
- Desarrollo de una estrategia de comunicación digital alineada con los objetivos generales de la participación de España en la FIL en coordinación tanto con la agencia local, como con los departamentos de Comunicación del Ministerio de Cultura y de Acción Cultural Española (AC/E):
 - Definición de los objetivos de la comunicación digital en redes sociales.
 - Identificación del público objetivo.

- Desarrollo de un plan de contenidos para las redes sociales.
- Establecimiento de un calendario de publicaciones.
- Creación y publicación de contenidos de alta calidad (textos, imágenes, vídeos, etc.) para las redes sociales oficiales, cumpliendo con las especificaciones de cada red social (miniaturas de imágenes, formatos, subtítulo, etc.) y alimentándolas a diario:
 - Redacción de textos creativos y atractivos para las publicaciones en redes sociales.
 - Diseño de imágenes y vídeos para las publicaciones en redes sociales cumpliendo con las especificaciones de cada red social (miniaturas de imágenes, formatos, subtítulo, etc.).
 - Creación de infografías y otros materiales visuales para las publicaciones en redes sociales.
 - Publicación de contenidos en las redes sociales oficiales de España como País Invitado de Honor, contenidos que también podrán ser utilizados en los perfiles del Ministerio de Cultura y de las cuentas que dependen del mismo, así como por las cuentas de AC/E.
 - Retroalimentación con los contenidos de actualidad generados por los equipos de Comunicación que se difundan desde la pestaña específica del País Invitado de Honor en la web oficial de la FIL, incluyendo enlaces que contribuyan a su difusión y a la generación de tráfico.
- Interacción con los usuarios:
 - Resolución de dudas y atención al usuario en las redes sociales.
 - Generación de conversaciones e interacciones con los usuarios en las redes sociales.
- Monitorización diaria y análisis de resultados, con el fin de optimizar la estrategia de comunicación, así como elaboración de informes quincenales durante los meses previos al evento y de manera diaria durante la celebración de la Feria que reportará tanto a AC/E como al Ministerio de Cultura.
 - Seguimiento del rendimiento de las redes sociales oficiales de España como País Invitado de Honor.
 - Análisis de las métricas de las redes sociales (alcance, *interacciones*, conversiones, etc.).
 - Elaboración de informes quincenales sobre el rendimiento de las redes sociales durante los meses previos al evento, un informe previo de la situación general justo antes del inicio y reporte diario durante la FIL.
- Otros contenidos digitales que debe incluir el contrato:
 - Creación de materiales gráficos y audiovisuales para la promoción de la participación de España en la Feria en las redes sociales, que sigan la línea establecida por la Feria.
 - Colaboración activa con la organización de la Feria para la difusión de la información sobre la participación de España (petición de información y contenidos digitales), en coordinación con la agencia local, AC/E y el Ministerio de Cultura.
 - Elaboración de informes periódicos sobre el rendimiento de las actividades de comunicación digital.
 - Todos los contenidos creativos elaborados para alimentar las redes sociales han de garantizar el respeto a las personas titulares de derechos de propiedad intelectual, atendiendo a la legislación vigente. Asimismo, tal como indica la *Guía de buenas prácticas relativas a la utilización de sistemas de inteligencia artificial en el ámbito del Ministerio de Cultura* ([descargar](#)), se optará preferentemente por obras protegidas por derechos de propiedad intelectual creadas por personas, quienes podrán emplear sistemas de inteligencia artificial como herramientas de apoyo en sus procesos creativos, pero no de manera sustitutiva al desempeño humano.

Servicios de diseño

- Diseño y adaptación de la imagen de la Feria a los distintos formatos de comunicación (proyección en los eventos, Roll-up, dossier de prensa, notas de prensas, convocatorias, clipping, invitaciones, etc.).
- Diseños de creatividades y vídeos para redes sociales, siguiendo las indicaciones que se especifican en el apartado anterior.

III. PROCEDIMIENTO, CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN y VALOR ESTIMADO:

Según se ha referido, considerando la naturaleza, características y particularidad de los servicios a realizar, para su contratación se acuerda la utilización del siguiente procedimiento: **licitación abierta**.

Criterios de adjudicación:

A. CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE FÓRMULAS MATEMÁTICAS: 51 PUNTOS

Se otorgarán 51 puntos a la oferta más baja ofertada, IVA excluido, y el resto, de acuerdo con el resultado de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\text{Puntos} = \frac{\text{Oferta más baja}}{\text{Oferta económica que se valora}} \times 51$$

Las ofertas cuya baja sea superior a la baja media más veinte (20) puntos serán consideradas desproporcionadas, de conformidad con lo establecido en el artículo 149 de la LCSP, entendiéndose que la oferta no podrá ser cumplida.

En caso de que el precio de la oferta sea superior presupuesto base de licitación la oferta será descartada.

Cuando se hubieran presentado ofertas de empresas que pertenezcan a un mismo grupo se atenderá a lo dispuesto en el artículo 149.3 de la LCSP.

B. CRITERIOS EVALUABLES MEDIANTE JUICIOS DE VALOR: 49 PUNTOS.

Estos criterios serán valorados por la Mesa de Contratación a tenor de la documentación que presenten los licitadores, que deberá desarrollar el modo de prestación del servicio objeto del contrato a partir de los aspectos reseñados en el pliego de prescripciones técnicas que constituyen una referencia de mínimos, pudiendo proveerse de los informes técnicos que estime oportunos.

Se evaluará:

OFERTA TÉCNICA	De 0 a 49 puntos
A. Coherencia Originalidad y Adecuación del Plan general de comunicación y estrategia digital	De 0 a 13 puntos
B. Propuesta de comunicación con los medios	De 0 a 10 puntos
C. Propuesta gestión y diseño de redes sociales y comunidad	De 0 a 8 puntos
D. Diseño elementos de comunicación y redes sociales	De 0 a 7 puntos
E. Equipo Humano	De 0 a 11 puntos

Valor estimado

Valor estimado del contrato es de 50.000,00 EUROS, IVA no incluido

21% I.V.A = 10.500,00 Euros

Presupuesto Base de Licitación: 60.500,00 Euros.

A todos los efectos se entenderá que en las ofertas y los precios aprobados estarán incluidos todos los gastos que la empresa deba realizar para el cumplimiento de las prestaciones contratadas, como son los generales, financieros, beneficio, seguros, transportes y desplazamientos, honorarios del personal técnico a su cargo, comprobación y ensayo, tasas y toda clase de Tributos.

Se hace constar expresamente que en este importe se incluyen los gastos de viajes y hotel en el desplazamiento de las personas que consideren deben viajar a la FIL.

El Impuesto Sobre el Valor Añadido (I.V.A.) se consignará como partida independiente en cada uno de los apartados y subapartados, en caso de que así corresponda según la naturaleza del servicio contratado.

El licitador deberá calcular la cantidad correspondiente a dicho impuesto teniendo en cuenta los distintos tipos y exenciones que pudieran resultar aplicables, en virtud de la legislación vigente.

Madrid, 5 de julio de 2024

Directora de Programación
AC/E