

**Pliego de condiciones para la contratación de los servicios
para configurar y gestionar un plan estratégico de
comunicación y digital, con ocasión de la participación de
España en EXPO MILANO 2015 y del Pabellón de España.**

Nº Ref 180614/07 CT

1. OBJETO

El objeto del presente pliego es la contratación de los servicios para configurar y gestionar un plan estratégico de comunicación y digital, con ocasión de la participación oficial de España en la EXPO MILANO 2015 y del Pabellón de España en dicha Exposición Universal.

El adjudicatario, en coordinación y contacto permanente con AC/E, deberá comenzar a trabajar, de forma inmediata tras la adjudicación del contrato en el mes de julio de 2014, para iniciar la difusión en España e Italia de la presencia oficial de nuestro país en EXPO MILANO 2015, con el objetivo de dar a conocer lo que nuestro país prepara en esta Exposición Universal.

Asimismo el objetivo será atraer progresivamente la atención de la sociedad italiana y española hacia el contenido y continente del Pabellón de España, difundiendo en España e Italia las actividades del mismo durante el periodo de celebración de la EXPO de mayo a octubre de 2015.

PLAN DE COMUNICACIÓN

AC/E requiere los servicios profesionales para configurar y gestionar la estrategia de comunicación y digital, a través de un plan específico, con el objetivo de difusión, posicionamiento, notoriedad y reputación de la participación de España y su Pabellón en EXPO MILANO 2015, con presencia en Milán bien directa o bien a través de un colaborador en Italia, acreditándolo mediante la aportación de un documento de compromiso.

AC/E aportará la información necesaria para el desarrollo de la estrategia de comunicación más efectiva que deberá incluir objetivos, contenidos y mensajes, público al que se dirige, prácticas y canales de comunicación, relación con los medios, recursos y calendario.

El adjudicatario del proceso dará a AC/E apoyo y soporte, planteará e implantará directrices estratégicas, dispondrá de bases de datos de los medios de comunicación españoles e italianos relacionados con los sectores relevantes a la temática de la EXPO (gastronomía, agroalimentación, vitivinícola, sostenibilidad, arquitectura, turismo, ocio, etc.) y la mantendrá actualizada.

El adjudicatario establecerá relaciones directas con los medios de comunicación, realizará los dossiers y notas de prensa, entrevistas, videos e imágenes, etc. y todo lo necesario para garantizar el éxito del buen desarrollo de la estrategia de comunicación.

El adjudicatario deberá gestionar la difusión de la presencia de España en los medios de comunicación españoles e italianos en el periodo previo a la inauguración de la exposición universal, durante el funcionamiento del Pabellón y en la fase final a la clausura, así como el retorno hacia España de toda la información que se produzca en Milán y su difusión en los medios de comunicación españoles.

El plan de comunicación deberá incluir entre sus recursos humanos a:

- Un responsable del proyecto en España en coordinación con el responsable de comunicación de AC/E
- Un coordinador de prensa en el Pabellón de España en coordinación con el responsable del proyecto en España y con el responsable de comunicación de AC/E

ESTRATEGIA DIGITAL

Desarrollo de plan estratégico digital que incluya la producción y gestión de una página web en tres idiomas (español, inglés e italiano) con información sobre el pabellón, que difunda su agenda de actividades a través de vídeos (webcam), imágenes y noticias.

La estructura de la página web deberá incluir al menos secciones diferenciadas de Actividades (calendario y fichas de cada actividad), Pabellón (temática, participación española, colaboradores y patrocinadores), Prensa (noticias, notas y clippings), Información práctica (dirección y mapa, contactos, canales de participación)...

La página estar programada en HTML5 siguiendo los estándares Web y de accesibilidad. Deberá ser adaptable a cualquier dispositivo (responsive Web Design). Deberá tener en cuenta la usabilidad (fácil uso), accesibilidad (fácil navegación y visibilidad desde distintos dispositivos y buscadores), rápida de cargar y con indexación automática, etc. para un buen posicionamiento SEO.

La web deberá estar preparada en un sistema de gestión trilingüe (español, inglés e italiano). La propuesta debe incluir la traducción, edición y publicación de todos los contenidos a estos tres idiomas.

La web deberá estar preparada para emitir en streaming desde la webcam del pabellón, incorporar vídeo (también incrustado desde otras redes como Youtube o Vimeo), imagen (también desde otras redes como instagram), documentos para descargar (en formatos pdf, Word...).

El plan deberá incluir entre los recursos humanos un puesto de coordinador responsable de la gestión de contenidos: redacción, edición y publicación de contenidos (en tres idiomas); que trabaje en coordinación con la responsable digital de AC/E. Deberá enviar boletines de noticias con novedades sobre la participación española en Expo Milano, al menos una vez al mes, utilizando alguna plataforma web ya predefinida (tipo MailChimp).

La estrategia digital debe incluir la elaboración de un plan de comunicación del pabellón en las redes sociales, definir las redes en las que tomará parte, establecer las fórmulas para dinamizar la participación de AC/E y crear comunidad en torno a las temáticas del pabellón.

Las redes sociales deben ser las de AC/E: en la propuesta digital deberá incluirse entre los recursos humanos un puesto de Community Manager que gestione las temáticas del pabellón y trabaje en coordinación con el Community Manager de AC/E. Además será responsable de monitorizar y realizar informes mensuales sobre lo que se dice en los medios sociales sobre la participación de España en Expo Milano 2015.

Los puestos reseñados anteriormente podrán ser desarrollados por la misma persona.

A fin de crear una Web participativa, se deberán crear canales de participación de los internautas y visitantes al pabellón (compartir imágenes en instagram, comentarios, blogs de participación, concursos, etc.) a través de la misma web (wiki, blog...) y/u otras plataformas (instagram, tumblr...).

La propuesta digital deberá incluir junto a la creación de la página web, el hosting de la misma durante dos años y su mantenimiento técnico durante este mismo periodo.

En relación a la propuesta que, en su caso, resulte seleccionada, AC/E podrá indicar los aspectos que estime pertinentes, a fin de adaptarla, a lo largo de todo el periodo de vigencia del contrato, a las necesidades y particularidades que en cada momento considere AC/E adecuadas, debiendo el adjudicatario, cumplir con toda sugerencia y/o aportación al proyecto que establezca AC/E.

2. Fases de actuación

El conjunto de los servicios descritos en este apartado no pretende constituir una definición completa y exhaustiva de los mismos, y no es excluyente de otros complementarios que puedan ser necesarios para la correcta realización del contrato.

Su ordenación es la adecuada al régimen de actividades que se prevé realizar, aunque como es lógico, dicha ordenación puede ser modificada o complementada.

El proyecto cuenta con cuatro fases diferenciadas:

- Fase 1 (julio 2014/ octubre 2014): Coordinación con AC/E, para el conocimiento, desarrollo del plan estratégico de comunicación y digital y preparación del dossier de prensa para la presentación oficial en Madrid de la participación de España y su Pabellón en Expo Milano 2015 a todos los medios de comunicación y redes sociales. La página web y difusión en redes deberá estar en funcionamiento desde septiembre de 2014.
- Fase 2 (octubre 2014/abril 2015): Desarrollo de las acciones de la estrategia de comunicación y digital para difundir en los medios y redes sociales españoles como en los italianos la presencia de España en la Expo y el Pabellón con el objetivo de estimular el interés del público y de los medios de comunicación y en las redes sociales. Desarrollo de los contenidos en la página web y difusión en las redes.
- Fase 3 (1 de mayo a 31 de octubre de 2015). Periodo oficial de la Expo cuyo objetivo es promocionar activamente el interés mediático en las redes y del sector y del público en general por el Pabellón, por sus contenidos y programas, que dinamicen el Pabellón y su difusión general en Italia y España.

- Fase 4 (post-Expo – noviembre/diciembre de 2015). Campaña de cierre de la Expo con los medios. Elaboración de resúmenes, memoria, balance, recuperación de material informativo, tanto de prensa como de los canales digitales.

3. Equipo de trabajo

El adjudicatario propondrá el equipo (o equipos) de conformidad con los requisitos establecidos en las presentes bases, entregando un organigrama con la estructura propuesta para dicho equipo y justificando las tareas de cada miembro del equipo (adjuntando CV de cada uno de ellos), así como la idoneidad y adecuación de cada persona seleccionada para el desempeño de las tareas encomendadas. Deberá, de acuerdo a su categoría profesional y laboral, estar capacitado como mínimo para el desarrollo de los trabajos indicados en este pliego.

4. Criterios de Valoración de los proyectos presentados

1	Oferta económica	40 puntos
2	Plan estratégico de comunicación y digital para la participación de España en Expo Milano 2015	35 puntos
3	Adscripción de recursos humanos y materiales para desarrollar el proyecto	25 puntos

La oferta económica se valorará mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más baja, y el resto, de acuerdo con el resultado de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\text{Puntos} = \frac{\text{Oferta más baja}}{\text{Oferta económica que se valora}} \times 40$$

En el caso de empates en la puntuación total tendrá preferencia la licitadora que haya obtenido una mayor puntuación en la parte técnica. En el supuesto en que persista el empate se acudirá al sorteo con audiencia a los licitadores, especialmente a los afectados, que se celebrará en acto público.

5. PRECIO

El importe máximo del Presupuesto del Contrato es de CIENTO CINCUENTA MIL (150.000,00) EUROS, IVA INCLUIDO.

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, tasas y toda clase de tributos. El impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) se consignará como partida independiente.

LOS PRESUPUESTOS QUE SUPEREN EL IMPORTE TOTAL DE LICITACIÓN QUEDARÁN AUTOMÁTICAMENTE DESCARTADOS.

6. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR

Sobre A:

Documentación de carácter administrativa, económica y técnica detallados en las instrucciones para la adjudicación de contratos no sujetos a regulación armonizada de AC/E (disponibles en el perfil del contratante).

Sobre B:

- Adscripción de medios humanos y materiales destinados a la ejecución del proyecto. Currículum vitae completo del personal, detallando experiencia y, en su caso, cartas de adscripción al objeto del proceso, de conformidad con el punto 3 anterior.
- Infraestructura en Italia
- Plan estratégico de comunicación y digital para la participación de España en Expo Milano 2015

Sobre C: Oferta económica/presupuesto detallado y desglosado.

7. PLAZO DE PRESENTACIÓN

La fecha límite para la presentación de las propuestas será el día 7 de julio de 2014 hasta las 12:00 horas.

Podrán entregarse directamente o por correo certificado con acuse de recibo en la sede social de Madrid de la Sociedad Estatal de Acción Cultural, calle José Abascal 4 – 4ºB, c.p. 28003, en horario de 09.00 a 17.00 horas de lunes a viernes (excepto el último día hasta las 12.00 h). En el supuesto de enviarse por correo certificado con acuse de recibo, deberá remitirse por fax o por correo electrónico antes de las 12.00 horas del 7 de julio de 2014 el resguardo acreditativo de haber realizado la imposición del envío en Correos.

Madrid, 18 de junio de 2014



Directora General

**Sociedad
Estatual
de
Acción
Cultural**
CIF: A81553521