

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE UN
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PARA LA PARTICIPACIÓN DE
ESPAÑA EN EXPO DUBÁI 2020**

**PROCEDIMIENTO ABIERTO NO SARA
(ARTÍCULO 156 A 158 LCSP)**

ÍNDICE

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SERVICIO QUE SE SOLICITA

1.1. SOBRE EXPO DUBÁI 2020

1.2. SOBRE PABELLON DE ESPAÑA EN EXPO DUBÁI 2020

2. OBJETO

3. TAREAS A DESARROLLAR POR EL ADJUDICATARIO

3.1. DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL

3.2. IMPLANTACIÓN, DESARROLLO Y SEGUIMIENTO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

3.3. IDENTIDAD CORPORATIVA

4. CONTENIDOS DE LA OFERTA

4.1. PLAN DE COMUNICACIÓN Y AVANCE DE DISEÑO

4.2. DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO ADSCRITO AL PROYECTO

4.3. PLAN DE TRABAJO

5. CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

6. ANEXOS TÉCNICOS

ANEXO 1 - DOSSIER DE PRESENTACIÓN DE LA PRESENCIA ESPAÑOLA EN EXPO DUBÁI 2020

ANEXO 2 - PLAN DE CONTENIDOS DEL PABELLÓN DE ESPAÑA

ANEXO 3 - PLANIFICACIÓN GENERAL DEL DESARROLLO DEL PROYECTO DEL PABELLÓN

1. ANTECEDENTES – CONTEXTUALIZACIÓN DEL SERVICIO QUE SE SOLICITA

La SOCIEDAD MERCANTIL ESTATAL DE ACCIÓN CULTURAL, S.A. (en adelante AC/E) es la entidad encargada de la concepción y desarrollo de los Pabellones de España en las Exposiciones Internacionales y Universales aprobadas por la Oficina Internacional de Exposiciones (BIE, por sus siglas en francés) y, como tal, responsable de la presencia española en la próxima Expo Universal Dubái 2020.

1.1. SOBRE EXPO DUBAI 2020

En 1971 la población de los EAU no alcanzaba los 280.000 habitantes. Hoy acogen a más de 9 millones de personas provenientes de todo el mundo. Dubái, capital de este emirato situado en la costa sudeste del Golfo Árabe, se encuentra al norte, y es la ciudad con mayor extensión y población. Conviven en ella personas de 200 nacionalidades, y recibe millones de visitantes: 14,9 mm en 2016.

Su posición comercial estratégica conecta las economías occidentales y orientales desarrolladas con los mercados emergentes en África y en Asia Central y Meridional; esto, unido al enfoque liberal de sus políticas fiscales y de concesión de licencias, la ha convertido en el emplazamiento ideal para las multinacionales que operan en esos mercados.

Dubái es el mayor puerto marítimo de Oriente Medio, centro estratégico marítimo y terrestre en la nueva ruta de la seda. El desarrollo de las infraestructuras del transporte y la logística atrae a grandes empresas internacionales de sectores específicos de la industria que operan, desde allí, en toda la región.

Expo Dubái conmemora los 50 años de la fundación de los EAU. Tendrá lugar entre el 20 de octubre de 2020 y el 10 de abril de 2021 y será la primera Expo en Medio Oriente, África y Asia meridional (MEASA).

EL EMPLAZAMIENTO

El recinto de *EXPO DUBAI 2020* se encuentra unos 10 Km al sur del actual centro metropolitano y a unos 10 Km al sudoeste de la línea de costa del Golfo Árabe, en el corazón de una zona en pleno desarrollo económico y urbanístico, que engloba el aeropuerto Dubái World Central, la Ciudad Industrial, la zona franca de Jebel Ali y el complejo Dubái Investments Park. Es una localización estratégica en el marco de expansión urbana de la ciudad de Dubái que fomenta el desarrollo del este poderoso frente Sur.

El proyecto *EXPO DUBÁI 2020* afecta a un territorio de unas 438 ha. El recinto estricto de la Expo ocupa 150 ha. En el resto del territorio se ubica una zona residencial, que es habitual en todas las Expos (Expo Village), los equipamientos hoteleros, las áreas comerciales y recreativas, y las zonas de servicios: instalaciones, red de transporte, almacenes y logística.

Las parcelas asignadas a los países participantes para la construcción de sus pabellones se distribuyen a lo largo de todo el recinto, perfilando tres distritos temáticos que se articulan en torno a la Plaza *Al Wasl*, punto central y espacio común de referencia dentro del recinto.

CONECTAR MENTES, CONSTRUIR EL FUTURO

El tema central de *EXPO DUBAI 2020*, **Conectar mentes, construir el futuro**, expresa la necesidad de fraguar colaboraciones y alianzas significativas. Los desafíos actuales son demasiado complejos para ser resueltos de forma aislada. La urgencia de encontrar soluciones sostenibles para los problemas comunes reclama la colaboración más allá de fronteras, límites institucionales, agrupaciones industriales, culturas y disciplinas.

El tema central se divide en tres subtemas, considerados por EXPO como “los tres motores fundamentales del progreso”: *Oportunidad, Movilidad y Sostenibilidad*.

1.2. SOBRE EL PABELLÓN DE ESPAÑA EN EXPO DUBAI 2020

La estructura territorial del recinto de *EXPO DUBAI 2020* plantea tres distritos temáticos dentro del recinto, asociados a los tres subtemas, *Sostenibilidad*, en el que se encuentra el Pabellón de España, *Movilidad y Oportunidad*. En cada zona los pabellones de los distintos países participantes se agrupan en torno a un pabellón central, emblema del barrio temático.

En relación al tema general, **Conectar mentes, construir el futuro**, el Pabellón se centrará en mostrar la contribución española a la configuración de una sociedad cada día más globalizada. Lo hará desde una perspectiva contemporánea, erigiéndose en escaparate de las aportaciones más relevantes que nutren de nuestro talento e ingenio a la sociedad global, sin olvidar que nuestro presente y nuestro futuro están marcados por nuestra historia. Dado que la Expo se celebra en un país árabe, nuestro pasado común y las aportaciones hispanoárabes a la transmisión y conexiones del conocimiento científico y técnico en su época, serán una referencia y fuente de inspiración.

En relación al subtema, **Sostenibilidad**, el Pabellón dará visibilidad a los compromisos que nuestro país tiene con las agendas orientadas a garantizar un desarrollo sostenible y mostrará iniciativas innovadoras españolas que trabajan para encontrar soluciones en esta línea.

Integrará intervenciones artísticas y contará con escenarios y espacios multiusos para desarrollar distintas actividades, talleres y espectáculos. Ofrecerá también, como se ha dicho, la posibilidad de degustar la cocina española, en los diferentes espacios dedicados a la restauración.

USUARIOS DEL PABELLÓN

El público potencial de una EXPO Internacional se mide en millones de personas. La Organizadora prevé la asistencia de 25 millones de personas durante los seis meses de duración. El conjunto de visitantes presentará gran diversidad lingüística y cultural. Se estima que un 70% de ellos provendrán de fuera de los EAU.

El Pabellón de España en *EXPO DUBAI 2020* aspira a acoger a unos 2,5 mm de visitantes a lo largo de esos seis meses de funcionamiento. Se estima que accederán al Pabellón entre 12 y 15 mil visitantes al día, a una media de 1.200 pax/hora. El acceso al Pabellón será pulsado, estimándose unas 300 pax cada 15 minutos.

El Pabellón debe servir a las siguientes tipologías de público:

Público general:

- Público individual, público familiar, pequeños grupos.
- Público escolar.
- Otros grupos.

Público especial (VIP):

- Mandatarios, representantes, y líderes de opinión de distintos países y organizaciones.
- Público especializado, vinculado a los contenidos de la EXPO: empresarios, especialistas, gestores, etc.
- Comunidad ejecutiva de EXPO: compuesta por diplomáticos, altos funcionarios y técnicos cualificados de cada país.

Además, para el funcionamiento interno del Pabellón se prevé un equipo de, en torno a, 100 personas por turno, que hará uso de las zonas privadas y públicas del Pabellón a diario.

Estará integrado por:

- Personal de operación
- Equipo de asistentes
- Equipo de atención al público
- Personal de mantenimiento
- Personal de restauración
- Personal de tienda
- Personal de seguridad
- Artistas, especialistas y otros invitados

2. OBJETO

El objeto de la presente licitación es la contratación de los servicios de definición, desarrollo y gestión integral de un **plan estratégico de comunicación** (incluida la comunicación digital), con ocasión de la participación de España en EXPO DUBÁI 2020.

El objetivo que se ha propuesto AC/E con esta estrategia global de comunicación es doble: por un lado, dar a conocer lo que nuestro país prepara para esta Exposición Universal con carácter general en España y en el entorno EXPO; y, por otro, y de modo muy especial, en el entorno empresarial e institucional español, potencialmente interesado en colaborar en el proyecto, para provocar su interés real en convertirse en colaboradores y/o patrocinadores del mismo.

El plan se desarrollará desde la adjudicación, **antes, durante y después** de la EXPO que, de manera resumida, incluye:

Antes de la Expo, y de modo progresivo, habrá que ir atrayendo la atención de la sociedad española hacia la Expo dubaití y hacia la participación española en ella, así como la de los potenciales visitantes internacionales y la sociedad emiratí. Este objetivo terminará en la etapa final de preparación de la Expo e inauguración de la misma, el 20 de octubre de 2020.

Durante el periodo de celebración de la Expo (20 octubre 2020 - 11 abril 2021), el adjudicatario apoyará la cobertura dentro y fuera de España de las informaciones relevantes relacionadas con la presencia española, en colaboración con el equipo de comunicación local a quien se le encomendará la comunicación en el entorno EXPO y Emiratos (la contratación del equipo local no se incluye en el objeto de este contrato, aunque sí la coordinación de ambos equipos con el fin de seguir una estrategia conjunta).

Después de la Expo, el adjudicatario deberá preparar y difundir los informes y balance del proyecto, así como los materiales que resulten necesarios para ello, incluidos gráficos y audiovisuales, el resumen de la repercusión de la participación española y definir los periodos en los que conviene dejar operativas las redes sociales e información digital.

Además, en sus tres fases, la estrategia objeto de esta licitación **incluye la comunicación digital**: producción y gestión de una página web en tres idiomas (español, inglés y árabe), un boletín, plataformas digitales de difusión multimedia y gestión de redes sociales **y una propuesta de identidad corporativa**, conforme se detalla más adelante.

3. TAREAS A DESARROLLAR POR EL ADJUDICATARIO

3.1. DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL

AC/E precisa de la contratación de los servicios profesionales para configurar, implantar y desarrollar una estrategia de comunicación orientada a lograr la difusión, posicionamiento, notoriedad y reputación requeridos por la participación de España en EXPO DUBÁI 2020, acorde a la inversión y a los recursos disponibles.

Requerimientos del Plan de Comunicación que se oferte, conforme a los contenidos e informaciones necesarias que AC/E proporcione:

- Se apoyará en una **investigación previa de las oportunidades** de comunicación que la participación española ofrece en la Expo dubaití, y en base a ella generará una propuesta de objetivos generales y específicos de comunicación, una propuesta de mensajes básicos y su modulación en tiempo y formato, adaptada a los diferentes perfiles de receptores.
- Uno de los **objetivos esenciales** del Plan es que sirva de apoyo en la búsqueda de patrocinadores y empresas e instituciones potenciales colaboradoras en el desarrollo del proyecto, y de actividades empresariales, culturales, etc. relacionadas.
- El plan debe **estructurarse cronológicamente** estableciendo las acciones, contenidos y materiales que se implementarán, antes, durante y después de la Expo.
- El adjudicatario deberá disponer de **bases de datos de los medios de comunicación** y redes sociales españoles e internacionales, en especial del entorno árabe, relacionados con los sectores relevantes a la temática de la EXPO, entre otros: imagen exterior de España, innovación, globalización, sostenibilidad, empresas, cultura, diseño y arquitectura etc., debiendo mantenerla actualizada durante la vigencia del contrato.

La estrategia de comunicación que se diseñe incluirá dos planes parciales diferenciados:

Plan de comunicación *offline*

Deberá proponer, a la luz de los objetivos marcados, los canales de comunicación más adecuados, el tipo de relación con los distintos medios, los recursos más adecuados a implementar en cada momento, la organización de eventos de comunicación si se consideran oportunos y un calendario de actuaciones e iniciativas, organizado en función del *Antes, Durante y Después* de la apertura de la Expo; todo ello concebido para que el esfuerzo que se implemente resulte eficiente y asegure que se logren los objetivos.

Plan de Comunicación digital

Contemplará la producción y gestión de una página web en tres idiomas (español, inglés y árabe), un boletín (*newsletter*), plataformas digitales de difusión de multimedia (Youtube, etc.) y gestión de redes sociales.

La estrategia digital, organizada en función del *Antes, Durante y Después* de la apertura de la Expo, 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.

Con respecto a las redes sociales, se establecerán las estrategias para fomentar la participación y el diálogo continuo con los sectores/influencers relacionados con las temáticas del Pabellón y el público en general.

El plan debe señalar los canales de participación que se crearán y los objetivos de cada uno de ellos. La propuesta debe incluir los trabajos de gestión, redacción y coordinación de las redes durante la vigencia del contrato.

3.2. IMPLANTACIÓN, DESARROLLO Y SEGUIMIENTO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

El adjudicatario será responsable del desarrollo, gestión y seguimiento del Plan de Comunicación diseñado, en sus dos facetas mencionadas, asumiendo, como mínimo, las siguientes tareas, que se realizarán bajo la supervisión y directrices del equipo de AC/E:

Implantación, desarrollo y seguimiento de la comunicación *Offline*

- El adjudicatario establecerá relaciones directas con los medios de comunicación, manteniendo informada a AC/E y siempre bajo su supervisión y aprobación previa.

- Dosieres y documentos: propondrá la edición de dosieres informativos y documentos que muestren el desarrollo del proyecto, tanto de carácter general como dirigidos a misiones y sectores específicos, necesarios para dar a conocer el proyecto, asumiendo su diseño y seguimiento de edición, bajo la supervisión y aprobación de AC/E, que asumirá los costes de edición de las tiradas que se acuerden para cada caso.

- Comunicados, notas de prensa, reportajes: elaborará los comunicados, notas de prensa, videos e imágenes, etc. que sean necesarios en cada caso.

- Entrevistas, ruedas de prensa, visitas y otros eventos de comunicación: concertará entrevistas y otros encuentros, visitas o presentaciones necesarios con los informadores y medios.

- Eventos: coordinará la comunicación relacionada con todos los eventos organizados con motivo de la participación de AC/E en Expo 2020, tanto si derivan de su propio plan de comunicación como si los organiza AC/E u otros organismos implicados.

- Hará un seguimiento sistemático de la presencia en medios de la participación española en la Expo 2020, así como de noticias relevantes relacionadas con este evento, elaborando los *clippings* e informes de prensa asociados a actividades de comunicación específicas e informes de seguimiento periódicos (periodicidad a definir por el adjudicatario).

Se entenderá incluido el coste de todas las acciones que se propongan, a excepción de las inserciones publicitarias u otras que conlleven costes específicos de publicación o difusión. Las acciones cuyo coste no se incluya en la oferta, deben estar debidamente identificadas en las propuestas técnica y económica que se presenten. AC/E entenderá incluidas en el presupuesto presentado por el adjudicatario todas las acciones que la oferta contemple y no especifique lo contrario, y no se aceptarán costes adicionales para llevarlas a cabo.

Implantación, desarrollo y seguimiento de la comunicación Digital

Desarrollo web

El adjudicatario será responsable de crear y mantener la página web de la participación española en la Expo de Dubái 2020. La página web deberá organizar y contener toda la información relativa al Pabellón de España en Expo Dubái que se vaya produciendo a lo largo de las diferentes etapas, en digital y que exista en Internet y plataformas digitales.

Para ello, el adjudicatario deberá desarrollar herramientas virtuales (multimedia, interactivas, 3D, realidad aumentada y/o virtual...) que permitan transmitir los conceptos y temáticas del Pabellón, creando una identidad virtual propia sobre el Pabellón y la participación de España en Expo Dubái. Gran parte de estos contenidos deberán estar disponibles y ser accesibles en el periodo previo a la Expo. La web deberá incluir además una parte con información sobre la agenda de actividades que se lleven a cabo en el Pabellón durante la Expo.

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), Zona virtual y multimedia, Zonas de interacción con el público e internautas, Zona de plataformas y redes sociales, entre otras.

La página ha de estar programada **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 y árabe). La propuesta debe incluir la traducción, edición y publicación de todos los contenidos a estos tres idiomas.

Al menos una vez al mes se enviarán boletines de noticias con novedades sobre la participación española en Expo Dubái, preferiblemente a través de un gestor que permita enlazar automáticamente con los contenidos y según diseño de la web.

La propuesta digital deberá incluir junto a la creación de la página web, el hosting de la misma hasta el 31 de diciembre del 2021, y su mantenimiento técnico hasta esa fecha. Así como los trabajos de redacción y edición durante todo el 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.

Redes Sociales

Crear, gestionará y mantendrá constantemente activa la comunicación e interacción en redes sociales que se hayan definido en el Plan de Comunicación.

Presentará Informes web y redes sociales mensuales que valoren específicamente, al menos:

- Visitantes web, procedencia, tipología, idiomas, etc.
- Crecimiento de la comunidad
- Interacción
- Acciones destacadas

- Valoración global de web y redes sociales, así como directrices para la retroalimentación y mejora.

Otros: accesibilidad

Se tendrá en cuenta y se valorará positivamente en la estrategia de comunicación digital todas aquellas propuestas que fomenten el uso de tecnologías digitales innovadoras y sostenibles, que faciliten la accesibilidad (de personas con diferentes capacidades técnicas, cognitivas o físicas) y que incrementen la interacción y participación (juegos, concursos, espacios de interacción y subida de contenidos, etc.).

Se entenderá incluido el coste de todas las acciones que se propongan, a excepción de las inserciones publicitarias u otras acciones que conlleven costes específicos de publicación o difusión. Las acciones cuyo coste no se incluya en la oferta, deben estar debidamente identificadas en la propuestas técnica y económica que se presente. AC/E entenderá incluidas en el presupuesto presentado por el adjudicatario todas las acciones que la oferta contemple y o especifique lo contrario, y no se aceptarán costes adicionales para llevarlas a cabo.

3.3. IDENTIDAD CORPORATIVA

Los candidatos propondrán en su oferta un lema y un logotipo que sirva para identificar el proyecto de la presencia española en Expo 2020, cuya versión final será decidida por AC/E, con el fin de que exista la sintonía debida con el diseño del Pabellón y otros recursos gráficos y de diseño con los que habrá de convivir.

Así, el contrato incluye la realización por el adjudicatario de un manual básico de la identidad corporativa que apruebe previamente AC/E, en base a la cual se desarrollen posteriormente los diseños de los diferentes soportes offline y digitales.

4. CONTENIDOS DE LA OFERTA.

4.1. PLAN DE COMUNICACIÓN Y AVANCE DE DISEÑO

Incluirá, como mínimo, los siguientes materiales:

- Avance del plan de comunicación general.
- Avance de las estrategias de comunicación *offline* y digital.
- Avance del diseño de un dossier tipo y de otros materiales de comunicación que se consideren relevantes.
- Avance de diseño y concepto de la página web.
- Propuesta de mensajes básicos, lema y logo (no vinculantes), que expresen los objetivos de comunicación del Pabellón que se desarrollan en el Plan de Contenidos (Anexo 2).
- Esbozo de un manual de Identidad Corporativa.
- Presupuesto ciego: copia idéntica del presupuesto de la oferta (sobre C) sin precio.

4.2. DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO ADSCRITO AL PROYECTO

El equipo deberá incluir entre sus recursos humanos, como mínimo:

- Un responsable del proyecto, que sea el interlocutor habitual para la definición de la estrategia y seguimiento del contrato.
- Un redactor coordinador, que asuma la relación con los medios.
- Un redactor, editor y coordinador de los contenidos para la página web.
- Un puesto de Community Manager (gestor de las redes sociales que gestione las temáticas del Pabellón y trabaje en coordinación con 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 Dubái 2020.

Una misma persona puede asumir varias de las tareas anteriores, siempre y cuando demuestre calificación pertinente para ello y se estime su dedicación al proyecto en consecuencia; así, por ejemplo, el responsable del proyecto podrá asumir algunos de los otros dos puestos mencionados; y el editor/coordinador web y de redes sociales puede ser el mismo, antes y después de la Expo, pero durante ésta el equipo deberá ser de al menos 2 puestos.

El equipo asignado al desarrollo del proyecto deberá tener y acreditar dominio del inglés hablado y escrito; se valorará el conocimiento del árabe.

Este equipo trabajará en coordinación con los responsables del Pabellón de España y los responsables de prensa y difusión digital de AC/E.

El adjudicatario propondrá el equipo (o equipos) de conformidad con los requisitos establecidos en las presentes bases, entregando un organigrama con la estructura propuesta y justificando las tareas de cada miembro del mismo (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.

4.3. PLAN DE TRABAJO

El adjudicatario debe presentar un plan detallado de trabajo y tareas a cumplir, organizado por fases.

Como referencia, se aporta un esquema básico de lo que se considera serán las necesidades de comunicación a lo largo del periodo de vigencia del contrato, que permitirá a los adjudicatarios armar su estrategia de comunicación:

Fase 1 Preparación de la estrategia y materiales de comunicación: abril/mayo 2019 Desarrollo de los planes estratégicos de comunicación y comunicación digital, en base a los presentados por el adjudicatario y las sugerencias de AC/E; preparación de dossieres de presentación del proyecto, así como de la página web y otros soportes que el adjudicatario proponga y su plan contemple. Puesta en marcha de las redes sociales a partir del plan estratégico; antes se debe generar listados de seguidores y hacerse un hueco en los espacios de diálogo de los sectores estratégicos para el Pabellón.

Fase 2 Desarrollo del proyecto del Pabellón: mayo 2019 – agosto 2020

- Apoyo en la **comunicación de hitos específicos** relacionados con la marcha del proyecto que se presenten en estos meses (adjudicación del concurso de diseño del recorrido expositivo, encargo de trabajos a artistas invitados, etc.).
- Al inicio de este proceso **será especialmente importante** la comunicación dirigida a la **búsqueda de patrocinadores y colaboradores** del proyecto.
- Desarrollo y seguimiento de las acciones de las estrategias de comunicación que contemple el plan estratégico propuesto por el adjudicatario.

En la planificación del proyecto están previstos una serie de acontecimientos que podrían ser ocasiones para intensificar la comunicación: adjudicación de licitaciones (de Construcción - mayo/junio 2019, y Producción - septiembre/octubre 2019); inicio de las obras (agosto 2019), etc. Y, previsiblemente, se irán produciendo muchos acontecimientos de distinta escala como es el caso de firmas de acuerdos de patrocinio, firmas de acuerdos de colaboración con Comunidades Autónomas y otras instituciones, hitos en la producción, etc.

Fase 3 Preapertura e inauguración: septiembre / octubre 2020

Intensificación de la comunicación previa a la inauguración para posicionar al Pabellón de España como uno de los acontecimientos relevantes de la Expo de Dubái 2020, que culminará con la inauguración de la Expo, el 20 de octubre 2020.

Fase 4 Difusión en medios españoles o internacionales de eventos que tengan interés informativo durante la Expo: octubre 2020-abril 2021

Para el periodo Expo, AC/E designará a un equipo local que garantice la difusión constante de noticias y eventos que emanen del Pabellón en la región del Golfo Árabe; durante esos meses, el adjudicatario de este contrato se coordinará con el referido equipo y será el responsable de intensificar la presencia de la Expo, sus contenidos y actividades en las redes sociales, generando interacción y diálogo y difundiendo todo lo que ocurre en el Pabellón español, en particular, y en la Expo, en general.

Fase 5 Campaña de cierre de la Expo: abril 2021-diciembre 2021

Elaboración, y difusión cuando proceda, de clips, resúmenes, memoria y balance de la participación española; recuperación de material informativo, tanto de prensa como de los canales digitales.

5. CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

1. Oferta económica (hasta 25 puntos)
2. Plan estratégico general y plan de comunicación offline (hasta 15 puntos)

Se valorará la credibilidad de la estrategia de comunicación propuesta a través del Plan Comunicación general y offline, y en especial su capacidad en lograr la máxima difusión, posicionamiento, notoriedad, y reputación de la participación de España y su Pabellón oficial en

DUBAI 2020, y la capacidad de atraer a potenciales patrocinadores y colaboradores, con los recursos disponibles.

3. Plan estratégico de comunicación digital (hasta 15 puntos)

Se valorará la credibilidad de la estrategia de comunicación propuesta a través del Plan General de Comunicación Online, y en especial su capacidad en lograr la máxima difusión, posicionamiento, notoriedad, y reputación de la participación de España y su Pabellón oficial en DUBAI 2020, y la capacidad de atraer a potenciales patrocinadores y colaboradores, con los recursos disponibles.

4. Calidad y atractivo de las propuestas de diseño (hasta 30 puntos)

Se valorará el atractivo del diseño y enfoque de los materiales editables, de la página web y el esbozo de identidad corporativa, así como a la propuesta de lema y logo.

5. Adscripción de recursos y plan de trabajo (hasta 15 puntos)

Se valorará la idoneidad, solvencia y experiencia de los candidatos propuestos, el conocimiento de idiomas, así como la dedicación estimada de los diferentes perfiles; la disponibilidad de recursos técnicos y la solidez de la propuesta organizativa; así como la presencia corporativa y proyección nacional e internacional de la candidatura.

6. ANEXOS TÉCNICOS

ANEXO 1 - DOSSIER DE LA PRESENTACIÓN DE LA PRESENCIA ESPAÑOLA EN EXPO DUBÁI 2020

ANEXO 2 - PLAN DE CONTENIDOS DEL PABELLÓN DE ESPAÑA

ANEXO - 3 PLANIFICACIÓN GENERAL DEL DESARROLLO DEL PROYECTO DEL PABELLÓN

Los ANEXOS 2 y 3 deberán ser solicitados a través de las siguientes direcciones de correo electrónico: elena.rodriguez@accioncultural.es, iber.devicente@accioncultural.es