

DOCUMENTO DE SOLICITUD DE OFERTAS PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PARA
LA MEJORA DEL POSICIONAMIENTO ONLINE EN LAS REDES SOCIALES DEL SPAIN
CONVENTION BUREAU (SCB) Y LA DINAMIZACIÓN DE SU PORTAL WEB

Expediente CM_37_2025

ANTECEDENTES

La Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) es la Asociación de Entidades Locales de ámbito estatal con mayor implantación, constituida al amparo de lo dispuesto en la Disposición Adicional Quinta de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local y fue declarada como Asociación de Utilidad Pública mediante Acuerdo de Consejo de Ministros de 26 de junio de 1985, que agrupa a municipios, provincia e islas.

El Spain Convention Bureau (SCB) es una Red, constituida dentro de la FEMP, formada por 67 entidades locales asociadas que, según recogen sus Normas de Funcionamiento, cada año aprueba en su Asamblea el Plan de Actividades y el Presupuesto Anual para el siguiente ejercicio. Posteriormente el Consejo de Gobierno del SCB, en sus reuniones ordinarias acuerda las actividades que se llevarán a cabo cada año junto con el presupuesto asignado para las mismas.

Con estos antecedentes, la FEMP pone en marcha el presente procedimiento de adjudicación con el objeto de contratar los servicios para la dinamización y mejora del posicionamiento online de la web y las RRSS del SCB.

1.- OBJETO

El objeto del contrato estará constituido por la prestación, por parte de la adjudicataria, de los servicios profesionales para la creación de contenido y gestión de las redes sociales de la red del Spain Convention Bureau así como para la dinamización de su portal web, pretendiéndose conseguir los siguientes objetivos:

- Unificar la imagen de todos los materiales que se utilizan en la promoción de los 67 destinos asociados a la red del Spain Convention Bureau.
- Conseguir un crecimiento del número de seguidores y del engagement de las publicaciones, con indicadores objetivables.
- Difundir la importancia del turismo de reuniones y eventos de los 67 destinos asociados al SCB.
- Posicionar el SCB como un interlocutor objetivo para la generación de contenido técnico y actualizado sobre el turismo de reuniones.

- Aportar valor añadido a los destinos asociados al SCB, mejorando el conocimiento sobre las últimas tendencias del sector MICE.
- Generar conocimiento y mejorar la profesionalización de los stakeholders del turismo de reuniones.

El contrato se ajustará al presente documento, cuyo contenido se considerará parte integrante de aquel y cuyas cláusulas y prescripciones deben regir la ejecución y condiciones de la prestación.

2. – ACTUACIONES

Las actuaciones a realizar por la adjudicataria serán:

2.1. Redes Sociales

El Spain Convention Bureau requiere la dinamización y gestión de sus perfiles en las siguientes Redes sociales (RRSS): LinkedIn, Instagram, Facebook, X(Twitter) y Youtube.

Sera necesario desarrollar al menos *4 posts a la semana*, con contenidos propios y de terceros en LinkedIn, Facebook y Twitter así como crear y publicar al menos 2 posts semanales en el Feed de Instagram y 2 stories semanales en esta misma red social.

Además se realizarán a demanda de la FEMP, publicaciones de archivos audiovisuales vinculados a actividades del Spain Convention Bureau o videos proporcionados por los destinos asociados a la red en Youtube.

2.2. Generación de Contenidos para los soportes y canales de comunicación de la red del Spain Convention Bureau

El SCB requiere la prestación de servicios de creación y publicación de contenidos para sus canales de comunicación que incluyen además de sus RRSS, la pestaña de “actualidad” de la Web del SCB (www.scb.es).

Con respecto a la Web se prestarán los siguientes servicios:

- Redacción y publicación en la web del SCB de Notas de Prensa tras la realización de las actividades y jornadas previstas en el plan de acción del SCB para el periodo de ejecución del contrato, así como otras notas de prensa adicionales, a demanda de la FEMP, cuya periodicidad será consensuada con la adjudicataria al inicio del contrato.
- Redacción y publicación en la web del SCB de las Notas de Prensa y contenidos audiovisuales elaborados durante el Encuentro y Asamblea Anual de la red del Spain Convention Bureau.

2.3. Cobertura y creación de Contenido Audiovisual durante el Encuentro y Asamblea anual de la red del Spain Convention Bureau.

Se requerirá el traslado de al menos una persona con categoría de técnico/a al Encuentro y Asamblea de la red Spain Convention Bureau cuya celebración, en 2026, está prevista en Gran Canaria.

Durante los días que dure el encuentro se realizará la cobertura del evento a través de entrevistas (a las personas que indique la FEMP), así como grabaciones de videos e imágenes para las RRSS que serán publicadas durante la celebración del Encuentro y Asamblea.

Las entrevistas se realizarán en formato de Vídeo o de Video Opiniones y posteriormente también podrán ser usadas para la animación de píldoras audiovisuales de las RRSS del SCB.

2.4. Seguimiento del Asociado

Se requiere hacer un seguimiento periódico de los contenidos informativos de los 67 destinos asociados al SCB, para recopilar las noticias de interés para el sector del turismo MICE.

2.5. Gestión del trabajo

Se proporcionará por parte de la adjudicataria una herramienta de colaboración en redes sociales que permita a la adjudicataria y al equipo de la FEMP, optimizar los procesos de validación, planificación y publicación de contenidos.

Así, con un margen mínimo de 15 días previo a la fecha de publicación establecida en el apartado 2.1 de este documento, la adjudicataria realizará la propuesta de publicaciones en dicha herramienta.

La adjudicataria elaborará un *Plan de Comunicación*, que será presentado a la FEMP en los primeros 10 días de vigencia del contrato y deberá ser validado por la FEMP en el que debe incluir al menos los objetivos y actuaciones generales así como los que se van a seguir para alcanzar los objetivos de crecimiento de seguidores reales y engagement, las frecuencias de las publicaciones, el tono y tipos de contenidos a generar y/o compartir en cada RRSS así como un benchmarking.

Además, trimestralmente se presentará una revisión del *Plan de Comunicación* con una propuesta de dinámicas y tipos de contenido previstos para dicho periodo, a validar por la FEMP y se elaborará un Informe que refleje el comportamiento de las RRSS del SCB durante ese periodo que servirá de apoyo para la propuesta de los contenidos del siguiente trimestre.

A la finalización del contrato se presentará un Informe Anual que refleje el comportamiento de las RRSS del SCB junto a una propuesta de mejoras.

3.- PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución de las prestaciones objeto del contrato será de un (1) año a contar desde la fecha de su adjudicación.

De acuerdo con lo establecido en el art. 193 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, cuando la contratista, por causas imputables al mismo, incurra en demora con respecto al cumplimiento del plazo de ejecución la FEMP podrá optar, atendidas las circunstancias del caso, por la resolución del contrato o por la imposición de las penalidades diarias en la proporción de 0,60 euros por cada 1.000 euros del precio del contrato, IVA excluido. La constitución en mora de la contratista no precisará intimación previa por parte de la FEMP.

4.- REQUISITOS DE PERSONAL

Para la realización de las prestaciones objeto del contrato la adjudicataria deberá aportar profesionales con la formación adecuada y con experiencia en proyectos similares.

Se presentarán referencias curriculares de las personas integrantes del equipo que van a trabajar en el proyecto y se acreditará su experiencia en la realización de proyectos similares, así como el organigrama del equipo.

La adjudicataria deberá identificar a la persona que ejercerá las tareas de control de calidad y dirección de los trabajos desarrollados (Director/a de Proyecto).

5.- PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN

El presupuesto base de licitación asciende a la cantidad de DIECISIETE MIL EUROS CON CINCUENTA CÉNTIMOS DE EURO (17.000,50 €) IVA incluido. Este presupuesto se desglosa en dos partes:

1. **Parte fija: HASTA EL 75 % DEL PRESUPUESTO OFERTADO**, que corresponde a los servicios descritos en la cláusula 2 del contrato.
2. **Parte variable: HASTA EL 25 % DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN**, sujetos a la mejora en el rendimiento de las redes sociales gestionadas. El cálculo del importe variable se basará en los siguientes tramos objetivos de crecimiento de seguidores reales y engagement alcanzados en cada red social, medidos en el informe a presentar al inicio y al final del contrato:
 - a) Para el objetivo de seguidores:

Red social	Linkedin			Instagram			Facebook		X (Twitter)	
Seguidores actuales	7.461			2.933			810		1.102	
Objetivo de seguidores	De 8.500 a	De 10.001 a	Más de 14.000	De 4.000 a	De 6.000 a	Más de 8.000	De 1.000 a	Más de 1600	De 1.500 a	Más de 2.000

	10.000	14.000		6.000	8.000		1.600		2.000	
Presupuesto variable máximo	275€	550€	825€	275€	550€	825€	225€	450€	225€	450€

b) Para el objetivo de engagement:

Red social	Linkedin		Instagram		Facebook		X (Twitter)	
Objetivo de Engagement	Crecimiento del 5-10 % en interacción mensual promedio	Crecimiento superior al 10 % en interacción mensual promedio	Crecimiento del 5-10 % en interacción mensual promedio	Crecimiento superior al 10 % en interacción mensual promedio	Crecimiento del 5-10 % en interacción mensual promedio	Crecimiento superior al 10 % en interacción mensual promedio	Crecimiento del 5-10 % en interacción mensual promedio	Crecimiento superior al 10 % en interacción mensual promedio
Presupuesto variable máximo	225€	450€	225€	450€	200€	400€	200€	400€

El presupuesto señalado tiene la consideración de presupuesto global y, por tanto, en el mismo se entienden incluidos toda clase de gastos y tributos, incluido el IVA.

A todos los efectos se entenderá que en las ofertas económicas que se presenten, y en el precio ofertado en ellas, estarán incluidos la totalidad de los gastos que deba realizar la adjudicataria para el cumplimiento de la prestación de servicios contratada, como son los generales, financieros, beneficios, seguros, honorarios de personal técnico a su cargo, sueldos y seguros sociales de los trabajadores a su servicio, etc.

6- EJECUCIÓN DEL CONTRATO.

El contrato se ejecutará a riesgo y ventura de la contratista, con sujeción a lo establecido en el presente Documento y en la oferta que presente.

El desarrollo de los trabajos se realizará en constante comunicación y colaboración con la FEMP, siguiendo las directrices de ésta y asumiendo las posibles modificaciones y/o correcciones que la misma formule.

De acuerdo con lo establecido en el art. 192 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, para el caso de cumplimiento defectuoso de la prestación objeto del contrato, la FEMP podrá imponer penalidades a la contratista de hasta el 10 por 100 del precio del contrato, IVA excluido, en función de la gravedad del incumplimiento.

7.- PAGO DEL PRECIO.

El pago del precio del contrato se hará de la siguiente forma:

- 25 % del importe total de adjudicación de la parte fija, al inicio de la vigencia del contrato, tras la aprobación por la FEMP del Plan de Comunicación presentado.
- El 75 % del importe total de adjudicación de la parte fija, a la finalización de la vigencia del contrato, previa recepción de los trabajos y verificación por parte de la persona designada por la FEMP como responsable del contrato de su calidad y a plena satisfacción de este.
- Pago variable: El importe correspondiente a la parte variable (hasta 4.250,00 €) se abonará de acuerdo con el rendimiento obtenido en la gestión de las redes sociales. El cálculo de la mejora en el número de seguidores y el engagement se realizará según los indicadores establecidos en la cláusula 5. Este pago se efectuará en base a los informes de evolución entregados por la adjudicataria y verificados por la FEMP.

Los pagos se realizarán contra las facturas expedidas de acuerdo con la normativa vigente y una vez conformadas por la persona designada por la FEMP como responsable del contrato.

La factura emitida a la finalización de la vigencia del contrato deberá ir acompañada del Informe indicado en el apartado 2.5 de este documento en el que se indicarán además todas las actuaciones llevadas a cabo para la correcta ejecución del contrato.

La FEMP deberá abonar el importe de las facturas, dentro de los treinta (30) días siguientes a la fecha de su expedición, salvo que el responsable del contrato comunique a la adjudicataria, en el plazo de los cinco (5) días hábiles siguientes a la recepción de la factura, reparos a los trabajos facturados. En este caso, el plazo de los treinta (30) días comenzará a contar a partir del siguiente al que el responsable del contrato dé su conformidad a la subsanación de los reparos.

En todo caso, el pago se realizará mediante transferencia a la entidad de crédito señalada por la contratista.

8.- PROPIEDAD INTELECTUAL.

Será obligación de la contratista reconocer los derechos de propiedad intelectual de la FEMP sobre el resultado de la prestación de los servicios contemplados en esta solicitud de ofertas, renunciando a ejercitar cualesquiera derechos sobre los mismos. La FEMP será la titular en exclusiva los derechos de explotación que pudieran derivarse de los trabajos realizados, por el plazo máximo de duración de los mismos previsto en el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las Disposiciones legales vigentes sobre la materia, es decir, hasta su paso al dominio público. La cesión de los derechos de explotación se extiende a todos los países del mundo.

9.- REQUISITOS DE CAPACIDAD Y SOLVENCIA DE LOS OFERTANTES

Conforme a lo establecido en el artículo 318,a) de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transpone al ordenamiento jurídico español las

Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero, podrán presentar ofertas las personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras, que tengan plena capacidad de obrar y no estén incurso en una prohibición de contratar con el Sector Público.

10.- CONTENIDO DE LAS OFERTAS, PLAZO Y FORMA DE PRESENTACIÓN.

Las ofertas se presentarán en castellano y constarán al menos de los siguientes contenidos:

- Datos identificativos persona física o jurídica que presenta la oferta. En caso de persona jurídica, además, datos identificativos de su representante y de la persona de contacto.
- Descripción detallada de los trabajos a realizar y a entregar y metodología para su ejecución.
- Plan y cronograma de trabajo.
- Equipo de trabajo, incluyendo el currículum de cada uno de sus componentes.
- Oferta económica, expresando su valor en euros e incluyendo como partida independiente el importe del IVA.
- Presupuesto detallado con expresión de los diferentes conceptos que integran la oferta económica.

La oferta no podrá tener una extensión superior a quince (10) páginas mecanografiadas en formato Times New Roman, tamaño 12, espaciado 1,5.

Junto a la Oferta los licitadores deberán presentar una Declaración Responsable firmada electrónicamente, conforme al modelo que se publique en el anuncio de licitación.

El plazo y la forma de presentación de las ofertas se fijarán en el anuncio de licitación, el cual se publicará en la página web de la FEMP. No se aceptará ninguna oferta que se presente después del día y hora que se indique en el anuncio.

La presentación de ofertas no genera ningún derecho para los ofertantes.

11.- VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

En la valoración de las ofertas recibidas se tendrá en cuenta la calidad y pertinencia de la propuesta, considerando, en concreto, los siguientes aspectos.

- a. La adaptación de la propuesta a los objetivos de la contratación.
- b. La claridad y adecuación del plan de trabajo, la metodología y el cronograma propuestos.
- c. La composición y currículum del equipo de trabajo.
- d. El enfoque innovador de la propuesta.
- e. La oferta económica.

La adjudicación del contrato, por parte del Órgano de Contratación de la FEMP, recaerá en la empresa cuya oferta sea la que técnicamente mejor se ajuste a los contenidos definidos en los apartados 1 y 2 de este documento y sea la oferta con la mejor relación calidad-precio.