

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_55_2026

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 68 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 68 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 68 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.
- Posicionar el Spain Convention al mismo nivel que sus competidores internacionales en cuanto a comunicación y difusión en RRSS.

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.

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, adaptación y publicación en la web del SCB de hasta seis contenidos o notas de prensa durante la vigencia del contrato, incluidos los correspondientes a actividades y jornadas del Plan de Acción y al Encuentro y Asamblea Anual. La FEMP facilitará la información y materiales de base necesarios.
- Los contenidos relativos al Encuentro y Asamblea Anual se integrarán dentro del máximo indicado en el párrafo anterior y podrán incorporar los materiales audiovisuales generados durante su cobertura.

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 una persona con categoría de técnico/a para la cobertura presencial a la jornada principal del Encuentro y a la Asamblea de la Red Spain Convention Bureau, cuya celebración en 2027 está prevista en Torremolinos (Málaga) durante el primer semestre del año. La documentación contractual deberá indicar expresamente si los gastos de desplazamiento y alojamiento son asumidos por la FEMP o están incluidos en el precio.

La cobertura de dicha jornada comprenderá, como máximo, los siguientes trabajos:

- Hasta seis entrevistas breves en formato vídeo o vídeo-opinión, a las personas que indique la FEMP, susceptibles de reutilización en piezas para las RRSS del SCB.
- Grabación de imágenes y vídeos necesarios para la cobertura de la jornada y para la elaboración de los siguientes entregables:
 - Selección y entrega de mínimo 30 fotografías editadas representativas de cada jornada.
 - Hasta seis publicaciones y/o stories durante cada jornada, distribuidas entre los canales que resulten más adecuados
 - La cobertura de talleres y actividades se integrará, cuando proceda, en el máximo de publicaciones indicado en el apartado anterior.
 - Se realizará una publicación resumen del evento y un vídeo resumen breve, de aproximadamente 60 a 90 segundos.

2.4. Seguimiento del Asociado

Se requiere hacer un seguimiento de los contenidos informativos de los 68 destinos asociados al SCB, para recopilar las noticias de interés para el sector del turismo MICE.

Asimismo, la FEMP/SCB canalizará la información remitida por los 68 destinos asociados. La adjudicataria seleccionará, adaptará y propondrá para publicación los contenidos de interés para el sector MICE. Podrá realizar búsquedas puntuales de información cuando sean necesarias para completar la planificación editorial.

2.5. Gestión del trabajo

La adjudicataria utilizará una herramienta o sistema de trabajo que permita compartir con la FEMP la planificación, validación y publicación de contenidos. Podrán emplearse soluciones gratuitas, herramientas ya disponibles por cualquiera de las partes o sistemas equivalentes.

La adjudicataria presentará la planificación de contenidos con antelación suficiente para su validación por la FEMP, procurando, con carácter general, un margen de hasta 15 días cuando la naturaleza de los contenidos lo permita.

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.

Trimestralmente se presentará un cuadro de seguimiento de resultados y una propuesta sintética de contenidos y ajustes para el periodo siguiente. La revisión formal del Plan de Comunicación solo será necesaria cuando los resultados o las necesidades del servicio aconsejen modificarlo. 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).

No se exige dedicación exclusiva ni un número mínimo de profesionales, pudiendo una misma persona asumir distintas funciones siempre que quede garantizada la correcta ejecución del servicio.

5.- PRECIO DEL CONTRATO.

El precio del contrato será el que oferte la adjudicataria, sin que en ningún caso pueda exceder de DOCE MIL DOSCIENTOS NOVENTA Y OCHO EUROS CON CUARENTA Y CUATRO CÉNTIMOS (12.298,44 €), IVA incluido. Serán excluidas las ofertas que superen dicha cantidad. El precio tendrá carácter fijo para el conjunto de las prestaciones efectivamente incluidas en este documento.

El 100 % del precio de adjudicación corresponderá a la ejecución de los servicios descritos en la cláusula 2.

Los indicadores de crecimiento de seguidores reales, engagement, alcance, impresiones y visualizaciones se utilizarán como KPI de seguimiento y evaluación del servicio, sin condicionar por sí solos el derecho al cobro de las prestaciones correctamente ejecutadas.

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 coordinación periódica con la FEMP, siguiendo sus directrices y atendiendo las observaciones y correcciones que resulten necesarias dentro del alcance y de las prestaciones establecidos en el contrato.

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 una vez finalizado y conformado el primer trimestre de ejecución.
- El 25 % del importe total de adjudicación al finalizar y conformar cada uno de los trimestres segundo, tercero y cuarto, respectivamente.
- No se establece pago variable. Los KPI previstos en la cláusula 5 se incorporarán a los informes de seguimiento y al informe final.

El resto del importe correspondiente al coste final de los servicios prestados se abonará a la finalización de la vigencia del contrato, previa recepción de los trabajos y verificación de su correcta ejecución por la persona designada como responsable del contrato, a plena satisfacción de esta.

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 correspondiente al último trimestre deberá acompañarse del Informe Anual indicado en el apartado 2.5, que recogerá de forma sintética las principales actuaciones y resultados 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 Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, 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 currículo 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 diez (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

Las ofertas se valorarán sobre un máximo de 100 puntos, de acuerdo con criterios previamente ponderados que permitan identificar la mejor relación calidad-precio. Se propone la siguiente distribución:

- a. Calidad y adecuación de la propuesta a los objetivos de la contratación: hasta 25 puntos.

- b. Metodología, planificación, organización y cronograma: hasta 20 puntos.
- c. Estrategia de contenidos y gestión de RRSS: hasta 15 puntos; propuesta de cobertura del Encuentro y Asamblea: hasta 10 puntos; equipo y experiencia: hasta 10 puntos.
- d. Oferta económica: hasta 20 puntos, mediante la fórmula que se determine en el anuncio o documento de contratación.
- e. No se valorará como mejora el incremento gratuito del número de publicaciones, vídeos, entrevistas u otras prestaciones por encima de los máximos establecidos.

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.