

ICEX ESPAÑA EXPORTACIÓN E INVERSIONES, E.P.E.

OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN MÉXICO

Dirección: Avda. Presidente Masaryk 473, Col. Polanco, 11530 CDMX

E-mail: tenders@icex.es

SOLICITUD DE PROPUESTAS

Presentación tenders@icex.es

Fecha límite: 11 Junio 2025

12:00 pm hora CDMX (UTC - 6:00)

¿Quién contrata?	ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E. (ICEX), representado por la Oficina Comercial de España en México
Número de expediente	X047-01-2025
Solicitud de propuestas	Seleccionar una agencia de marketing, relaciones públicas, gestión de eventos y comunicación con experiencia en la promoción de restaurantes, alimentos y bebidas para idear y ejecutar la comunicación y relaciones públicas de la campaña Eat Spain, Drink Spain (ESDS) en 2025.
Plazos, fechas y número de posibles renovaciones	Fecha de firma hasta 30 Octubre 2025, con dos posibles prórrogas.
Presupuesto máximo del contrato sin incluir renovaciones	47.500 USD (cuarenta y siete mil quinientos dólares americanos) impuestos excluidos
Valor total del contrato incluyendo renovaciones	142.500 USD (ciento cuarenta y dos mil quinientos dólares americanos), plazo total + prórrogas + modificaciones, impuestos excluidos
Requisitos de calificación	<p>Solvencia financiera: Cuentas anuales de los mejores tres últimos ejercicios y un mínimo de 990.000 MXN Pesos mexicanos.</p> <p>- Solvencia técnica: experiencia demostrable en actividades en el sector gastronomía y/o restauración durante los últimos tres años.</p> <p>- Requisitos del equipo: un mínimo de 2 miembros del equipo y una persona designada como contacto principal.</p>
Criterios de evaluación y puntuación	Precio (máx. 30 puntos), Técnico (máx. 70 puntos)
Documentos que en conjunto forman la propuesta a presentar por separado	<ul style="list-style-type: none"> • La propuesta Consiste en tres documentos separados, que en conjunto constituyen la propuesta. Cada uno debe enviarse únicamente a esta dirección de correo electrónico: tenders@icex.es hasta el 11 de junio a las 12:00 pm hora CDMX (UTC – 6:00) Tamaño máximo de archivos: 4 MB si se envían como adjuntos. Para archivos más grandes, utilizar un servicio de transferencia de archivos. • Los 3 envíos: <ol style="list-style-type: none"> 1. Documentación que acredite el cumplimiento de los requisitos de solvencia y administrativos. 2. Oferta técnica (propuesta de trabajo / alcance del trabajo). 3. Oferta económica (precio)
Contacto para consultas	Solo se aceptarán preguntas por escrito enviadas por correo electrónico antes del 5 de junio a las 12:00 pm hora CDMX (UTC – 6:00) a tenders@icex.es

ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E. (en lo sucesivo, ICEX), representada por la Oficina Económica y Comercial de España en Ciudad de México, invita a las empresas a presentar sus propuestas para para apoyar a la Oficina en la implementación exitosa de la campaña de medios relacionada con el festival EAT AND DRINK SPAIN (en adelante, ESDS) 2025 for Foods & Wines from Spain (en adelante, FWFS) en México.

ESDS es una iniciativa concebida para promocionar los vinos y productos alimentarios españoles entre los consumidores, el comercio y los medios de comunicación en México.

ICEX (www.icex.es) es una entidad pública española, fundada en 1982, cuyo objetivo principal es promover la internacionalización de la economía española. ICEX depende del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa del Gobierno de España (www.mineco.gob.es), cuya política económica internacional implementa. No obstante, ICEX no forma parte de la Administración del Estado y goza de cierto grado de autonomía presupuestaria y operativa. Para cumplir con su misión, ICEX cuenta con una red de profesionales especializados en la internacionalización empresarial. Estos profesionales trabajan en la sede central de ICEX en Madrid, en las 30 Direcciones Territoriales y Provinciales establecidas en diversas ciudades españolas, y en casi 100 **Oficinas Económicas y Comerciales** ubicadas en embajadas y consulados españoles en todo el mundo.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. ANTECEDENTES

La gastronomía española ha logrado consolidarse en México como un símbolo de calidad, diseño y distinción, destacando especialmente productos como el vino, el jamón ibérico o el aceite de oliva. Si bien es cierto que su consumo sigue reservado a sectores específicos de la población, debido a su consideración de productos gourmet, en los últimos años el interés por los productos de alta calidad ha aumentado, gracias a un mayor conocimiento del producto y de sus características. Además, el auge de la alta cocina en México ha impulsado la presencia de estos alimentos en restaurantes y tiendas especializadas de grandes urbes, apreciándolos tanto por su sabor como su herencia cultural.

A. Vinos españoles.

La percepción del vino español en México es sumamente positiva entre consumidores, expertos y medios especializados, destacándose como líder en importaciones por valor, seguido de Francia, Italia y Chile. A diferencia del mercado europeo, en México el vino es considerado un producto gourmet, asociado a la sofisticación y la alta cocina. Sin embargo, su consumo ha crecido en los últimos años, impulsado por la proliferación de eventos de cata, su presencia en tiendas especializadas y su integración en la oferta gastronómica de prestigiosos restaurantes. Además, la fuerte influencia cultural española y la presencia de una amplia comunidad española han favorecido el interés por sus vinos, elevando la apreciación de sus Denominaciones de Origen y consolidando su posición en el mercado mexicano.

Los vinos de España ofrecen una amplia gama de vinos de clase mundial, elaborados a partir de variedades de uva autóctonas, reflejada a través de sus más de 71 Denominaciones de Origen. Actualmente, España es el segundo mayor exportador mundial en volumen (por detrás de Italia), el tercer mayor productor y el líder en superficie de viñedos ecológicos.

En los que se refiere a la tipología de vino, la marca España en México es líder en el producto envasado y a granel, además de haber registrado un aumento de los vinos espumosos en los últimos años. Los consumidores mexicanos siguen siendo bastante tradicionales en sus preferencias. Predominantemente, optan por las Denominaciones de Origen españolas más clásicas, como Ribera del Duero y Rioja, debido a su reconocimiento generalizado. Sin embargo, se observa un cambio gradual hacia la preferencia por vinos jóvenes y rosados.

La distribución de los vinos de importación en México se define por la destacada figura del importador-distribuidor, quien juega un papel crucial en un mercado altamente concentrado. Entre los canales más significativos, sobresale el sector Horeca, dado el protagonismo que el vino tiene en los restaurantes de gama media-alta, donde se valora como parte esencial de la experiencia culinaria. Además, las tiendas especializadas juegan un rol clave, ofreciendo una selección exclusiva y sofisticada, fortaleciendo así la presencia de estos productos en el mercado mexicano.

B. Alimentos de España

Los alimentos de España han conquistado un lugar privilegiado en el mercado gourmet de México, donde son apreciados por su calidad, tradición y autenticidad. Son concebidos como productos exclusivos, siendo el canal Horeca junto con las tiendas especializadas, dos de sus principales prescriptores y puntos de venta. Fundamentalmente se destacan los siguientes productos: embutidos y jamón ibérico y serrano, aceite de oliva y aceitunas.

En el sector de embutidos, España ocupa la segunda posición en importaciones por valor, solo superada por Estados Unidos. Sin embargo, sigue siendo el líder indiscutible en jamones curados y paletas, adelantando a su principal competidor, el prosciutto. El etiquetado que resalta la procedencia española se convierte en un elemento esencial, ya que permite al consumidor mexicano identificar y valorar la calidad superior de los productos españoles, reforzando su reputación en el mercado.

En cuanto al aceite de oliva, España mantiene un liderazgo histórico, con un 86 % del total importado, muy por delante de Italia. Las marcas más prominentes y consumidas incluyen Carbonell, La Española, Ybarra, Borges, así como la mayoría de las marcas blancas de los autoservicios que son también de origen español. Pese a ello, todo tipo de aceite de oliva se considera un producto gourmet, centrado en consumidores de alto poder adquisitivo con una mayor conciencia sobre una dieta saludable y restaurantes de gama media-alta.

España es también líder en el mercado de la aceituna. El mercado mexicano ha mostrado un creciente interés por las aceitunas españolas, especialmente en el sector gourmet. Pese a que el consumo per cápita de aceitunas en México es relativamente menor a otros países, este producto se valora por su calidad y versatilidad en la gastronomía.

C. Potencial de mercado

En los últimos años se ha registrado un aumento en la demanda de productos españoles gourmet en México, especialmente asociado a la influencia de la cultura española en el mercado mexicano y la percepción de calidad asociada.

Con el objetivo de promocionar el producto español, se celebra cada año un evento de Exposición de Vinos y Alimentos Gourmet en México, que en 2025 tendrá el nombre de Fusion Spain. Las actividades que dan forma a este evento son la exposición de vinos y alimentos por parte de las bodegas y empresas españolas a lo que se suman seminarios y catas. Además de la invitación a empresas españolas e importadores locales, en esta edición se presenta una fusión con la gastronomía, a través de la presencia de chefs profesionales en el evento.

El sector hostelero mexicano ha mostrado una gran apertura hacia la cocina española, especialmente en las principales ciudades del país y las zonas turísticas costeras, donde la gastronomía internacional tiene un público amplio y diverso. Restaurantes especializados en comida española, desde tabernas tradicionales hasta propuestas de alta cocina, han proliferado en estas urbes, ofreciendo desde tapas y paellas hasta sofisticados platos con productos ibéricos.

Además, hoteles y restaurantes de lujo han incorporado ingredientes españoles como el jamón ibérico, el aceite de oliva y los vinos de Denominación de Origen en sus menús, elevando la oferta culinaria.

Por último, cabe mencionar que actualmente en México se cuenta con 30 restaurantes certificados con el sello RfS, "Restaurants from Spain", así como 2 colmados, de forma que ya se cuenta con una masa crítica bastante fuerte para iniciar el festival español "Eat Spain, Drink Spain" previsto para la primera quincena de octubre. Aunque no es un festival cerrado a restaurantes de gastronomía española, sino que se invitará a restaurantes con producto español de calidad.

1.2. OBJETIVOS Y FINALIDAD DE LA CAMPAÑA ESDS

La campaña de promoción "Eat Spain, Drink Spain", ESDS, está diseñada para difundir y promocionar la amplia variedad de la gastronomía y vinos españoles presentes en México. Durante el periodo de la campaña ESDS, los establecimientos participantes realizarán catas, cenas de maridaje, promociones de producto español, entre otras actividades, para aquellos amantes de la gastronomía y el vino que acudan a sus establecimientos.

Algunos de los mejores minoristas, comerciantes de vino y establecimientos hosteleros de Ciudad de México ofrecerán promociones, descuentos y degustaciones para probar una variedad de especialidades regionales españolas.

El objetivo es generar entusiasmo y aprecio por el vasto y diverso panorama de la gastronomía, las bebidas, los vinos y los sabores españoles.

Mercados objetivo:

- Consumidores (público interesado en cocinas y vinos internacionales, amantes de la gastronomía que buscan experiencias auténticas).
- Bares, tiendas especializadas en productos gourmet, hoteles y restaurantes (restaurantes de lujo, bares de tapas, tiendas de vinos, vinotecas).
- Medios de comunicación (periodistas especializados en alimentos y bebidas, escritores de viajes, personas influyentes en las redes sociales especializadas en alimentos, etc.)
- Importadores y minoristas.

1.3 ALCANCE Y COLABORACIÓN

Buscamos colaboradores que nos ayuden a crear un programa de una quincena de duración repleto de catas, visitas guiadas y ofertas y promociones especiales en bares, restaurantes y tiendas de alimentación y vinos.

Trabajaremos con una Agencia de Marketing / RRPP / Gestión de Eventos y Comunicación junto con otros «colaboradores» que son expertos españoles en gastronomía y vinos del sector. Esta colaboración, tanto con la agencia como con los colaboradores, garantizará que todas las actividades de la campaña ESDS estén alineadas para maximizar las sinergias y una cobertura exhaustiva de las distintas actividades de la campaña, entre las que se incluyen:

- Promociones en bares / restaurantes y tiendas
- Campaña de comunicación y RR.PP.
- Otros actos relacionados con el consumo y el comercio

Para este briefing, la Oficina Económica y Comercial de España en México invita a las Agencias cualificadas a presentar propuestas para idear e implementar la Campaña de Comunicación y Relaciones Públicas de la ESDS.

2. QUÉ SOLICITAMOS - LAS PROPUESTAS DEBERÁN INCLUIR

La empresa se encargará de:

1) Comunicación y relaciones públicas

Objetivos:

- Diseñar e implementar una estrategia de comunicación para la campaña de la ESDS en México, siguiendo las directrices del ICEX, para promocionar todas las actividades de la ESDS en medios de comunicación y redes sociales, incluidos los canales de redes sociales de la Agencia (Instagram/Twitter, etc.).
- La agencia será la responsable de coordinar con los restaurantes y tiendas que participen en la campaña ESDS, las promociones que cada establecimiento decida realizar. Entre otras responsabilidades, la agencia se ocupará de: obtener la información de las distintas actividades de promoción, los logos de los establecimientos y demás información que necesiten para realizar la estrategia de comunicación y publicidad de esta campaña en los medios de comunicación y redes sociales seleccionadas.

- Aumentar la notoriedad de marca Foods&WinefromSpain (FWFS) y de la campaña ESDS.
- Impulsar las inscripciones y la asistencia a los actos de la ESDS en todo el país.
- Generar una cobertura mediática positiva sobre la cocina y los vinos españoles.

Tareas a realizar:

- **Convocatoria:** Será la Oficina Comercial la que se encargue de la **convocatoria** a los restaurantes certificados en México con el sello “Restaurants from Spain” y a las tiendas certificadas con el sello “Colmados from Spain”, sin perjuicio de que se pueda invitar, por parte de la Oficina Comercial y la agencia a otros restaurantes y tiendas gourmet.
- **Conocer a todos los establecimientos participantes**, así como sus actividades dentro de la campaña ESDS, para su eficaz **coordinación**.
- **Crear el plan de comunicación** en redes sociales para *Eat Spain, Drink Spain*.
- **Crear el calendario de publicaciones en los canales de medios sociales del ICEX** que se planificará, coordinará y sincronizará con ICEX directamente. También se espera que la Agencia promueva activamente la campaña en sus propios canales de medios sociales.
- Crear y emitir **comunicados de prensa** antes y después de la promoción.
- Crear **notificaciones previas a los eventos** en los principales sitios web y publicaciones del sector vinícola y alimentario.
- Buscar de forma proactiva **entrevistas/cobertura en los medios** de comunicación para los participantes en la ESDS, maximizando la cobertura antes, durante y después de la campaña de la ESDS.
- Identificar **influencers en los medios de comunicación, periodistas locales**, etc. a los que se quiere **invitar a los eventos de promoción** de la campaña ESDS.
- **Crear contenido a partir de la actividad de los influencers** en los establecimientos participantes en ESDS.
- Identificar y negociar **contenidos patrocinados y colaboraciones** con influencers del mundo de la alimentación y el vino.
- Colaborar con los **Influencers** para visitar todos los Restaurantes y Colmados (tiendas) participantes y asegurarse de que incluyen en sus publicaciones un enlace al sitio sobre [Restaurantes de España y Colmados de España](#) de Food&WinesfromSpain.

- Garantizar que los **Influencers** que participen en la campaña enlacen en sus publicaciones a las redes sociales de Food&WinesfromSpain.
- **Supervisar y medir la cobertura mediática**, la participación en los medios sociales y las reservas para los eventos a fin de evaluar el éxito de la campaña de comunicación.
- **Elaborar los materiales de promoción**, diseñados por ICEX, a colocar en todos los establecimientos que participen en ESDS.
- **Gestión de las redes sociales**: Generar contenido digital (fotos, vídeos, texto) y publicaciones periódicas para amplificar el alcance y el impacto del evento. Utilizar hashtags específicos del evento y crear contenido para nuestro canal principal de medios sociales ICEX: Instagram y FB.
- <https://www.instagram.com/spainfoodwine>
- <https://www.facebook.com/FoodsWinesFromSpain>

2) Evento: Lanzamiento de ESDS para la prensa y los influencers.

- Selección y contratación de un espacio para el evento de lanzamiento, incluyendo el cóctel en el mismo.
- Gestión invitaciones y confirmaciones de asistencia del público objetivo.
- Generación contenidos digitales (fotos, vídeos, texto) para ampliar el alcance y el impacto del evento.

3) Seguimiento e informes

- Contacto y seguimiento de los influencers y medios de comunicación después de los eventos.
- Analizar y recopilar toda la cobertura de los medios de comunicación y las redes sociales.
- Preparar un informe final con fotos que resuma todas las actividades, la evaluación de los resultados y las conclusiones/áreas de mejora para futuras ediciones.

El punto de contacto de la Agencia será la Oficina Económica y Comercial de España en México, que coordinará las actividades con la Agencia y supervisará el programa acordado de actividades promocionales y la facturación de las mismas.

La Agencia deberá presentar informes periódicos sobre todas las actividades realizadas, así como informes presupuestarios. Al final del contrato, la Agencia deberá entregar **un informe final** con los resultados de la campaña **antes del 25 de octubre de 2025**. La presentación de este informe final para revisión y su visto bueno es **condición indispensable** para el pago de la factura final de la Campaña.

Las ofertas que no incluyan todas las actividades/tareas solicitadas en el briefing serán automáticamente excluidas.

3. PLAZO Y EXTENSIÓN DEL CONTRATO

3.1. Plazo. Los servicios descritos en el contrato se prestarán desde la fecha en que el contrato sea firmado por ambas partes hasta el 30 de octubre de 2025.

3.2. Extensión. ICEX se reserva el derecho de prorrogar el contrato con la empresa adjudicataria por dos años adicionales al plazo inicial, sin necesidad de convocar a una nueva licitación, siempre que ambas partes contratantes estén de acuerdo en las cláusulas contractuales. No se admitirán revisiones de precios.

La empresa adjudicataria estará obligada a prorrogar el contrato siempre que se le notifique la necesidad de hacerlo con al menos dos (2) meses de antelación a la prórroga. Los términos y condiciones generales del briefing que rigen esta convocatoria se aplicarán a la prórroga. Cada prórroga deberá ser firmada por ambas partes.

4. PRESUPUESTO

4.1. Presupuesto máximo (impuestos no incluidos): el presupuesto máximo para la ejecución del proyecto será de 47.500 USD (cuarenta y siete mil quinientos dólares americanos). Las ofertas deberán presentarse en dólares americanos - USD. **(impuestos no incluidos).**

Sin embargo, los licitadores deberán especificar en sus ofertas, de forma independiente, los impuestos que sean aplicables, en su caso.

4.2. Valor estimado del contrato: El valor total estimado del contrato incluye el valor del contrato y el de sus posibles prórrogas o modificaciones, sin incluir los impuestos aplicables. En virtud de lo anterior, el valor total estimado del contrato es de un máximo

de 142.500 USD (impuestos no incluidos) que se desglosa en los siguientes importes máximos:

- Presupuesto máximo del contrato principal: 47.500 USD, impuestos excluidos
- Presupuesto máximo de la primera prórroga para 2026: 47.500 USD, impuestos excluidos.
- Presupuesto máximo de la segunda prórroga para 2027: 47.500 USD, impuestos excluidos.

En caso de que alguna de las actividades planificadas no se lleve a cabo, el presupuesto asignado a dicha(s) actividad(es) se deducirá del presupuesto global.

5. PAGOS Y FACTURAS

5.1. Importe del Contrato: Solo serán vinculantes para las partes las actividades, presupuestos y procedimientos incluidos en el Contrato. La empresa no podrá incurrir en gastos en nombre de ICEX antes de la fecha de firma del contrato correspondiente y de la aprobación previa de ICEX, representada por la Oficina Económica y Comercial de España en México.

5.2 Divisa del pago. Los pagos a la empresa se efectuarán en la divisa del Contrato, que serán dólares americanos.

5.3 Forma de pago. ICEX se compromete a que todas las actividades implementadas, completadas y aprobadas en este contrato se abonen antes del 30 octubre siempre y cuando se haya recibido la factura a tiempo.

ICEX espera ser facturado una vez que cada acción de comunicación y publicidad involucrada haya sido contratada, implementada, completada y aprobada por ICEX.

ICEX solo pagará por las acciones ejecutadas. En caso de que alguna acción de comunicación no se ejecute, no se pagará y se deducirán los honorarios de la agencia correspondientes.

Solo se permitirán anticipos en caso de necesidad de reserva de salón o petición similar de terceros y siempre que se entregue la evidencia de la factura pagada al proveedor tercero.

5.2. Detalles de la factura. Todas las facturas deberán dirigirse a:

ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

Paseo de la Castellana 278, 28046 Madrid, España

NIF: Q2891001F

R.F.C.: XEXX010101000

Pero se enviarán por correo electrónico a: mexico@comercio.mineco.es

La factura de la Agencia deberá incluir los siguientes datos:

Membrete/Logotipo de la empresa

Dirección

Fecha

Número de factura

NIF

Descripción de los ítems

Importe total

6. REQUISITOS

6.1 Requisitos de solvencia financiera: Se exigirá a todas las empresas licitadoras que presenten un informe de solvencia que incluya las cuentas financieras correspondientes a los últimos tres años. El requisito mínimo de facturación será de 990.000 pesos mexicanos, considerando el mejor de los últimos tres años.

6.2 Requisitos de solvencia técnica: La empresa debe contar con una trayectoria sólida y demostrada en la coordinación de campañas de comunicación en medios escritos, digitales y con influencers en RRSS. La solvencia técnica se demostrará mediante la presentación de actividades similares realizadas en los últimos tres años en México.

6.3 Requisitos del equipo: En la licitación se especificará el papel que desempeñará cada miembro del equipo asignado a este proyecto. Además, se deberá incluir el currículum vitae de cada uno en la oferta. La empresa deberá designar a una persona de contacto

principal, que esté al tanto de todos los aspectos del contrato, incluidos los asuntos administrativos, y que mantenga una comunicación directa y continua con ICEX, representado por la Oficina Económica y Comercial.

Se espera que el equipo asignado a este proyecto cuente con un mínimo de dos personas:

- Un Director de Proyecto: al menos 5 años de experiencia en México en gestión de equipos, y al menos 2 años de experiencia en promoción de alimentos y bebidas en el mercado mexicano.
- Un Consultor Senior: al menos 2 años de experiencia en promoción de alimentos y bebidas.

Sus currículos detallados deberán incluirse en la propuesta. Las agencias que no presenten en su oferta un equipo que cumpla todos los requisitos, serán excluidas. No obstante, es posible cumplir los requisitos mediante subcontratación o empresas conjuntas, entre otros.

La empresa notificará a la Oficina Económica y Comercial cualquier cambio en el equipo que pudiera repercutir en el desarrollo del proyecto. Cualquier miembro que abandone el equipo deberá ser sustituido por una persona que cumpla con los requisitos establecidos en este briefing. Cualquier cambio en el personal clave podría afectar su posible prórroga. El equipo de la empresa se reunirá periódicamente con el equipo de la Oficina Económica y Comercial en Ciudad de México para dar seguimiento al desarrollo del proyecto. Estas reuniones podrán llevarse a cabo mediante videoconferencia.

6.4 Cesión. No se permite la cesión del contrato.

7. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

7.1. Criterios de evaluación Todas las ofertas serán evaluadas y comparadas en igualdad de condiciones utilizando los siguientes criterios y ponderaciones:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
	Puntuaciones (máx.)
I. Precio	30

<p>La oferta con el presupuesto más bajo recibirá la puntuación máxima para este ítem, y el resto obtendrá una puntuación proporcional.</p> <p>Oferta más económica = puntuación máxima. A las demás ofertas se les aplicará la siguiente fórmula: puntos por oferta = (precio de la oferta más económica / precio de la oferta) x puntuación</p> <ul style="list-style-type: none"> Las Propuestas Económicas que superen el presupuesto máximo disponible para el contrato no serán consideradas. 	
<p>II. Propuesta Técnica</p>	<p>70</p>
<p>ICEX evaluará la calidad del plan propuesto y la medida en que éste satisface de manera eficiente los objetivos de los eventos, asignando puntos a cada uno de los criterios de la Propuesta Técnica, según se describe a continuación.</p> <p>Las Propuestas Técnicas que no obtengan al menos 10 puntos en la Campaña de Promoción, 10 puntos en el Plan de Medios y 7,5 puntos en el Evento de Lanzamiento, serán automáticamente desestimadas.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> Propuesta de los medios de comunicación e Influencers que participarán en la campaña de promoción (20 puntos). <p>El ICEX evaluará la idoneidad y perfil de los medios de comunicación e influencers propuestos de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medios de comunicación: Se valorará la idoneidad de los distintos medios propuestos sobre la base de un análisis que justifique los medios escogidos, basado en métricas u otros criterios. 10 - Influencers: Se valorará la idoneidad de los distintos influencers propuestos sobre la base de un análisis que justifique los influencers escogidos basado en métricas u otros criterios 10 	<p>20</p>
<ul style="list-style-type: none"> Plan de medios (20 puntos): descripción detallada de cómo se desarrollará la estrategia de marketing y comunicación. <p>El ICEX evaluará la idoneidad y calidad del plan de medios de la siguiente manera:</p>	<p>20</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Programación de acciones que se desarrollarán (notificaciones previas, notas de prensa, entrevistas, artículos, posts, videos, etc.) y justificación de las mismas (10 puntos). Se valorarán las programaciones hasta un máximo de 10 puntos teniendo en cuenta la variedad de acciones, calendarios, y justificación. 	<p>10</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Contenidos que se utilizarán para canalizar a los medios descritos en la campaña de promoción (medios digitales, RRSS, influencers) para llegar al público objetivo (10 puntos). Se valorarán las propuestas hasta un máximo de 10 puntos según la calidad de los contenidos y su adecuación a los distintos medios. 	<p>10</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Evento de lanzamiento: se valorará la idoneidad del lugar propuesto, así como el diseño de la actividad de lanzamiento y la identificación precisa de los medios de comunicación (prensa escrita y digital) así como de los Influencers que se invitarán al evento y la posible dinámica que se generará en el evento para atraer el interés de los medios y las publicaciones que se vayan a generar por el mismo. <ul style="list-style-type: none"> – Lugar: Se valorarán las propuestas hasta un máximo de 5 puntos, según la idoneidad del lugar, teniendo en cuenta la debida justificación que se aporte. – Convocatoria: Se valorará el perfil de los invitados (influencers, medios de comunicación...), basándose en la justificación de la elección de invitados que aporte la agencia. – Divulgación del evento: Se valorará la idoneidad de los medios elegidos para la divulgación del evento lanzamiento 	<p>15</p> <p>5</p> <p>5</p> <p>5</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión y medición de la cobertura mediática (7,5 puntos): Se valorarán las propuestas hasta un máximo de 7.5 puntos, otorgando la máxima puntuación a las propuestas que presenten la valoración y generación de KPIs más alta de los medios, comunicadores e influencers propuestos. 	<p>7,5</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Calendario (7,5 puntos): Se valorarán las propuestas hasta un máximo de 7,5 puntos, otorgando la máxima puntuación a las propuestas que presenten el calendario de publicaciones más detallado (diario, semanal y mensual) en el que se describa la distribución temporal de cada actividad. Este calendario puede ser una pauta general, con cierta flexibilidad para realizar ajustes durante la campaña. 	7,5
TOTAL	100

Los elementos de las propuestas —aparte del precio - serán puntuados de la siguiente manera:

<1% de los puntos asignados:	Información insuficiente
Del 1% hasta el 25% de los puntos asignados:	Casi adecuada
Del 26% hasta el 50% de los puntos asignados:	Adecuada
Del 51% hasta el 75% de los puntos asignados:	Muy buena
Del 76% hasta el 100% de los puntos asignados:	Excelente

8. CONTENIDO DE LAS PROPUESTAS

8.1. Contenido de la propuesta. Se espera que los licitadores presenten una propuesta que incluya tres (3) documentos separados (Requisitos Administrativos; Propuesta Técnica; y Propuesta Económica), según se detalla a continuación. Las propuestas que omitan alguno de dichos documentos serán consideradas incompletas y desestimadas.

8.2. Documento 1: Requisitos Administrativos (archivo PDF). Todas las empresas concursantes deberán presentar un archivo electrónico en formato PDF, que comprenda los siguientes documentos:

- **Carta de aceptación.** Todos los licitadores deberán aportar una carta de aceptación, firmada por un representante legal de la empresa, en la que se acepten todos y cada uno de los términos y condiciones estipulados en el presente briefing.
- **Referencias de proyectos.** El expediente deberá detallar eventos promocionales de similar escala realizados en los últimos 3 años, incluyendo **presupuestos totales, fechas y clientes**, ya sean del **sector público o privado**, para los que se hayan prestado los servicios y/o trabajos. Se requiere una **experiencia mínima de tres años** en proyectos similares.
- **Solvencia financiera.** Los licitadores deberán demostrar una facturación anual superior a 990.000 pesos mexicanos, en el mejor de los últimos tres años.
- Los licitadores deberán indicar claramente en su oferta si utilizan alguna de estas opciones (joint ventures, subcontratación) para cumplir con los requisitos, aportando la documentación que demuestre legalmente el alcance y la seriedad de dicha relación.

8.3. Documento 2: Propuesta Técnica (archivo PDF). La propuesta técnica no deberá hacer referencia alguna al precio. Todas las empresas concursantes deberán presentar una propuesta de trabajo detallada que incluya un desglose detallado de lo indicado en el Apartado 2, esto es:

- **Campaña de Comunicación y relaciones públicas** – Desglose detallado de los medios, RRSS y su gestión. Elaboración de comunicados de prensa, seguimiento de influencers.
- **Diseño y gestión de evento de lanzamiento de ESDS**
- **Informes mensuales e informe final de la Campaña**

Es, por tanto, necesario el desglose incluyendo medios de comunicación escrita, digitales e influencers (RRSS) con los que se va a trabajar.

8.4. Documento 3: Propuesta Económica (archivo MS Excel). Todas las empresas concursantes deberán presentar una propuesta económica, que incluya un presupuesto detallado para el proyecto y su desglose por cada área de actividad.

8.4.1. Impuestos. ICEX evaluará la Propuesta Económica en base a los precios ofertados, sin incluir impuestos. Por lo tanto, las propuestas deberán incluir un desglose con el precio ofertado, de manera que los impuestos aparezcan claramente diferenciados.

8.4.2. Divisa. La propuesta se redactará en **dólares americanos**.

9. PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS

9.1. Invitación a licitar. ICEX, representada por la Oficina Económica y Comercial de España en México, enviará este briefing a diversas empresas. El pliego también se publicará en la página web de la [Oficina Económica y Comercial de España en México](#).

9.2. Presentación de las propuestas. Las empresas que deseen participar en la licitación deberán enviar la documentación exclusivamente en formato digital (PDF), **ÚNICAMENTE** al correo electrónico tenders@icex.es antes del **indicar fecha y hora en el huso horario local**. Las propuestas que no se presenten dentro del plazo serán automáticamente desestimadas.

9.2.1. Archivos electrónicos. Todos los archivos deberán estar en formato digital (PDF y MS Excel únicamente). Ni los correos electrónicos ni los archivos individuales enviados como adjunto deberán exceder los 4MB de tamaño. En caso de que los archivos sean mayores, las empresas licitadoras deberán utilizar un servicio de transferencia de archivos previamente verificado (por ejemplo, WeTransfer, Dropbox u otro)

9.2.2. Gastos. Tenga en cuenta que cualquier gasto incurrido por las empresas concursantes en la preparación de las propuestas, presentaciones y presupuestos será a cargo de dichas empresas. La presentación de la oferta no generará honorarios ni reembolso alguno de gastos por parte de ICEX.

9.2.3. Idioma. La propuesta se redactará y presentará en idioma español.

- 9.2.4. Aceptación de los términos.** La presentación de una propuesta y la participación en esta licitación implican la aceptación expresa de todas las cláusulas contenidas en este pliego por parte de las empresas concursantes.
- 9.3. Modificaciones de las propuestas** Una vez que las empresas concursantes hayan presentado sus propuestas, ICEX no aceptará la presentación de ninguna enmienda, adición o corrección, a menos que estas sean el resultado de una aclaración solicitada por ICEX.
- 9.4. Aclaración de propuestas.** Las empresas concursantes que cumplan con los requisitos administrativos establecidos en este briefing podrán ser invitadas por ICEX a aclarar aspectos específicos de sus propuestas técnicas o económicas, lo cual se realizará por escrito.
- 9.5. Cumplimiento de las propuestas.** Todas las empresas concursantes que presenten una propuesta deben tener en cuenta que el Servicio Jurídico de ICEX revisará la documentación presentada por cada una, a fin de garantizar el cumplimiento de todos los requisitos establecidos en este briefing. El incumplimiento de cualquiera de estos requisitos resultará en la descalificación automática de la empresa correspondiente.
- 9.6. Evaluación de las propuestas.** El documento 1 (Requisitos Administrativos) será el primero en abrirse y ser evaluado. Una vez verificado que la empresa licitadora cumple con todos los requisitos establecidos en este briefing, se procederá a abrir, evaluar y asignar puntuaciones al documento 2 (Propuesta Técnica). Por último, se abrirá, evaluará y calificará el documento 3 (Propuesta Económica). De esta forma, el precio contenido en la oferta de la propuesta económica no se conocerá hasta ese momento.
- 9.7. Selección de la empresa.** Se tomará una decisión lo antes posible a partir de la fecha de cierre de la presentación de propuestas publicada. La decisión se notificará por correo electrónico a todas las empresas licitadoras, a fin de que la empresa seleccionada pueda iniciar el trabajo de forma inmediata.
- 9.8. Personas de contacto.** Las preguntas relacionadas con este pliego podrán enviarse por escrito hasta **indicar fecha y hora en el huso horario local-como tarde 2-3 días antes de la finalización del plazo de presentación de ofertas** únicamente a través del correo electrónico **tenders@icex.es**. En aras de la equidad, cualquier pregunta formulada por

las empresas concursantes, así como las respuestas correspondientes por parte de ICEX, podrán compartirse con todas las demás empresas.

10. MESA DE CONTRATACIÓN

10.1. Los miembros designados de la Mesa de Contratación para los efectos de esta licitación serán:

Presidente	María Naranjo Crespo	Directora de Industria Agroalimentaria/Agrifood Director
Sustituto	Salomé Martínez Aparicio	Directora Adjunta de la Industria Agroalimentaria
Miembro	Laura Velasco	Jefe de Departamento de Gastronomía y programas para socios locales
Sustituto	Lidia Escribano	Jefa departamento de Alimentos y Bebidas
Secretario/a	Pedro Patiño	Director Adjunto de Contratación
Sustituto	Isabel Arias	Técnico de Contratación

Consejo de Administración de ICEX
Por Delegación (Resolución de 5 de marzo de 2025, BOE
[Boletín Oficial del Estado] n.º 67 de 19 de marzo de 2025

María Peña Mateos
Consejera Económico y Comercial Principal
Oficina Económica y Comercial de España en México

CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS

1. CALIFICACIONES DE LA PROPUESTA ECONÓMICA

Oferta desproporcionada o anormalmente baja. Las propuestas económicas se evaluarán para determinar si pueden considerarse desproporcionadas o anormalmente bajas. Se considerarán desproporcionadas o anormalmente bajas aquellas ofertas en las que:

- La propuesta económica sea un 20% inferior al presupuesto máximo, en caso de que haya menos de tres licitadores.
- La propuesta económica sea un 10% inferior a la media aritmética de las ofertas presentadas, en caso de que haya tres o más licitadores. No obstante, la oferta más costosa se excluirá al calcular la media aritmética.

Siempre que se considere que una oferta es desproporcionada o anormalmente baja, se solicitará a la parte interesada que justifique su propuesta, junto con sus términos y condiciones, dentro de las 72 horas siguientes a su notificación. Una vez recibida dicha justificación, o transcurrido el plazo mencionado, ICEX decidirá, previa asesoría técnica si fuese necesario, si se considera la oferta desproporcionada o anormalmente baja, excluyéndola en consecuencia.

Criterios de desempate. En caso de empate en la puntuación obtenida por dos o más licitadores, se resolverá aplicando los criterios sociales que se indican a continuación, en el orden establecido y mencionados al final del plazo de presentación de ofertas. La documentación justificativa relativa a los criterios de desempate deberá ser aportada por los licitadores en el momento en que se produzca el empate, y no con anterioridad:

- Mayor porcentaje de trabajadores con discapacidad o en situación de exclusión social en la plantilla de cada empresa, dando prioridad, en caso de igualdad, al mayor número de trabajadores permanentes con discapacidad, o al mayor número de trabajadores en situación de inclusión.
- Menor porcentaje de contratos temporales en la plantilla de cada empresa.
- Mayor porcentaje de mujeres empleadas en la plantilla de cada empresa.
- Por sorteo, en caso de que la aplicación de los criterios anteriores no haya resuelto el empate.

2. OBLIGACIONES

a) Calidad Técnica. La empresa adjudicataria será responsable de la calidad técnica del trabajo y de los servicios que pueda prestar durante la vigencia de este contrato. Asimismo, será responsable de cualquier consecuencia que pudiera derivarse para ICEX o terceros, como

resultado de errores, omisiones, métodos inadecuados o conclusiones erróneas en el desempeño del contrato. En particular, la empresa adjudicataria será responsable de:

- Asegurar que tanto el desarrollo como el resultado de los servicios y trabajos contratados cumplan con las especificaciones de calidad requeridas por ICEX.
- Cumplir con los plazos establecidos con ICEX en cada caso.
- Las omisiones, errores, conclusiones incorrectas o métodos inapropiados que pueda recomendar e implementar durante la vigencia de este contrato.
- El personal que forme parte del equipo del proyecto asignado al desarrollo y ejecución del Contrato, siendo la empresa la única responsable, en materia laboral, de la conducta y funcionamiento de dicho equipo.
- El tratamiento de cualquier información y datos puestos a su disposición.

b) Derechos de autor y derechos de información. Los derechos de propiedad intelectual o industrial de todas las obras creadas por la empresa, así como toda la información recabada por ésta en nombre de ICEX en relación con este contrato, pertenecerán a ICEX, sin coste adicional, una vez abonadas todas las tarifas de consultoría y gastos pertinentes acordados en este documento. Esto incluye el derecho a usar, reproducir, modificar y distribuir públicamente, tanto de forma online como offline. Dichos derechos serán de carácter global y se mantendrán durante el máximo periodo de protección de los derechos de autor, aplicable a todos los tipos de archivo, en cualquier formato o idioma, y con todos los efectos determinados por la ley.

- i. Todos los materiales producidos serán propiedad de ICEX, incluyendo cualquier propiedad intelectual, materiales impresos, fotografías, sitio web, videos y otras publicaciones, tanto offline como online.
- ii. La empresa adjudicataria se asegurará de que todos los archivos vectoriales de los materiales producidos, en cualquier medio o formato, sean entregados a ICEX. Esto incluye todas las fotografías originales y editadas, videos y archivos de redes sociales, que la empresa garantiza han sido producidos para ICEX y no son propiedad de terceros.

- iii. La empresa, a su cargo, defenderá cualquier reclamación o amenaza de reclamación presentada por terceros contra ICEX, en la medida en que dicha reclamación se base en la alegación de que el trabajo realizado por la empresa en el marco de este contrato infringe derechos de propiedad intelectual o industrial de terceros o constituye una apropiación indebida de secretos comerciales o industriales pertenecientes a terceros.

c) Confidencialidad La empresa adjudicataria está obligada a mantener la confidencialidad profesional respecto a la información y documentación proporcionada por ICEX para la ejecución de los servicios. Esta obligación permanecerá vigente tanto durante como después de la finalización de las actividades relacionadas con el contrato, hasta que dicha información pase al dominio público o, por cualquier otra causa legítima, pierda su carácter confidencial. Esta cláusula no se aplicará a la información que se encuentre (i) en el dominio público, (ii) ya sea conocida por la parte receptora o (iii) se divulgue en cumplimiento de órdenes judiciales o en virtud de obligaciones legales.

- i. La empresa solo permitirá el acceso a la información confidencial a aquellas personas que tengan la necesidad de conocerla para la realización de las actividades y servicios previstos en el contrato. La empresa será responsable de garantizar el cumplimiento de las obligaciones de confidencialidad por parte del personal que emplea, así como de cualquier persona o entidad que colabore con la empresa o que haya sido subcontratada por ésta.
- ii. La empresa se compromete, asimismo, a no utilizar la información confidencial de ICEX a la que tenga acceso para fines propios o privados, ni para ningún otro propósito.
- iii. El incumplimiento de las obligaciones señaladas facultará a ICEX para interponer acciones civiles o incluso penales contra la empresa por cualquier responsabilidad que pudiera derivarse.

3. RESCISIÓN O CANCELACIÓN

a) Resolución. ICEX se reserva el derecho de resolver unilateralmente el contrato si la empresa no presta los servicios conforme a las instrucciones recibidas de ICEX, si no se cumplen los plazos establecidos o en caso de incumplimiento de las obligaciones establecidas en el contrato. Todo ello sin perjuicio de las posibles reclamaciones por daños y perjuicios que pudieran derivarse.

b) Cancelación, aplazamiento o modificaciones de las acciones.

c) Cancelación. En caso de cancelación de un evento, ICEX reembolsará únicamente los gastos incurridos por la empresa desde la fecha del contrato (y en relación con el mismo) hasta la fecha de notificación formal de la cancelación por parte de ICEX. Para su reembolso, la empresa deberá presentar todas las facturas documentales de los gastos incurridos hasta dicha fecha.

d) Aplazamiento. En caso de que la acción se posponga debido a condiciones sanitarias y a las restricciones nacionales, provinciales o locales vigentes, las partes intentarán llegar a un acuerdo de buena fe que beneficie en la medida de lo posible sus respectivos intereses, a fin de posponer los eventos para la fecha más próxima posible. Concretamente, una disposición gubernamental, formal o informal, aplicable a la ciudad de celebración del evento que limite el número de visitantes esperados a la mitad de lo requerido, constituirá causa para el aplazamiento de los eventos. Asimismo, la imposición de requisitos sanitarios onerosos a visitantes y expositores (cuarentenas, pruebas sanitarias, etc.) que puedan limitar la asistencia, también constituirá causa para su aplazamiento.

e) Modificaciones. En caso de que las restricciones sanitarias o de viaje vigentes limiten o impidan la celebración de uno de los eventos en una fecha adecuada, las partes intentarán llegar a un acuerdo de buena fe para modificar el alcance o el lugar de la actividad.

4. CONTRATO Y JURISDICCIÓN

Para resolver cualquier controversia, desacuerdo, cuestión o reclamación que pueda surgir de la ejecución del contrato celebrado con la empresa adjudicataria de esta licitación, el asunto se someterá a los Juzgados y Tribunales Ordinarios de Madrid (España), renunciando expresamente a cualquier otra jurisdicción. El idioma utilizado en cualquier controversia será el español. Será aplicable la legislación española al contenido de esta licitación.

5. PROTECCIÓN DE DATOS

Para resolver cualquier controversia, desacuerdo, cuestión o reclamación que pueda surgir de la ejecución del Acuerdo celebrado con la empresa adjudicataria de esta licitación, el asunto se someterá a los Juzgados y Tribunales Ordinarios de Madrid (España), renunciando expresamente a cualquier otra jurisdicción. El idioma utilizado en cualquier controversia será el español.

Las partes se comprometen a respetar la normativa vigente en materia de protección de datos (Reglamento General de Protección de Datos 679/2016 y la Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos y Garantía de los Derechos Digitales). Los datos personales de los contactos de ambas partes, incluidos aquellos relacionados con los firmantes del acuerdo y con el personal que deba ser contactado, serán tratados por cada una de las partes con el fin de gestionar la relación derivada de la ejecución del contrato que legitima dicho tratamiento. El período de conservación de estos datos será la duración de la relación contractual y mientras sean necesarios, o hasta que surjan responsabilidades de acuerdo con la normativa aplicable o según lo exijan las autoridades.

Los interesados podrán ejercer sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, limitación del tratamiento y portabilidad poniéndose en contacto con las partes. En caso de que considere que se han vulnerado sus derechos de protección de datos, podrá dirigirse a la Autoridad de Protección de Datos.

6. FINANCIACIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Este proyecto puede estar sujeto a financiación de la Unión Europea a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional. La empresa adjudicataria estará obligada a cumplir con las obligaciones de información y publicidad establecidas en el Anexo XII, sección 2.2, del Reglamento (UE) 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013¹, y, en particular, con lo siguiente:

- En los documentos de trabajo, así como en los informes y en cualquier medio utilizado en las acciones necesarias para el objeto del contrato, deberá aparecer de forma evidente

¹ Reglamento (UE) n.º 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013 por el que se establecen disposiciones comunes relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo, al Fondo de Cohesión, al Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural y al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca, y por el que se establecen disposiciones generales relativas

al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo, al Fondo de Cohesión y al Fondo Europeo Marítimo y de la Pesca, y se deroga el Reglamento (CE) no 1083/2006 del Consejo <http://data.europa.eu/eli/reg/2013/1303/2020-12-29>

y notoria el emblema de la UE, haciendo referencia explícita a la Unión Europea y al Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

- En cualquier difusión pública o referencia a las acciones previstas en el contrato, sean cuales fueren los medios elegidos (folletos, carteles, etc.), se deberán incluir de forma destacada los siguientes elementos: el emblema de la Unión Europea, de acuerdo con los estándares gráficos establecidos, así como la referencia a la Unión Europea y al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, incluyendo el lema “A way of making Europe”.