

ICEX ESPAÑA EXPORTACIÓN E INVERSIONES, E.P.E.
OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN MÉXICO
Dirección: Av. Pdte. Masaryk 473, Col. Planco, 11550 CDMX
E-mail: tenders@icex.es

SOLICITUD DE PROPUESTAS

Presentación tenders@icex.es
Fecha límite: 8 de octubre de 2025
12:00pm hora CDMX (UTC – 6:00)

Fecha: 22 de septiembre de 2025

¿Quién contrata?	ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E. (ICEX), representado por la Oficina Comercial de España en México.
Número de expediente	X047-05-2025
Solicitud de propuestas	Seleccionar un medio de comunicación especializado en moda en México para producir y difundir contenido editorial sobre Spain Fashion y las marcas españolas presentes en México. Este contenido será el eje principal de la campaña, promoviendo la plataforma www.spainfashion.com.mx y aumentando la visibilidad de las marcas participantes. Para amplificar su alcance, el contenido se difundirá en todas las cabeceras que el grupo editorial considere pertinente y que tengan contenido sobre moda y <i>lifestyle</i> . También se difundirá en redes sociales mediante Reels, TikToks y publicaciones con enlaces a la plataforma.
Plazos, fechas y número de posibles renovaciones	Fecha de firma hasta 30 de diciembre de 2025 sin prórrogas
Presupuesto máximo del contrato sin incluir renovaciones	20.000 USD (veinte mil dólares estadounidenses), impuestos excluidos
Requisitos de calificación	- Solvencia financiera: Cuentas anuales del mejor de los tres últimos ejercicios y un mínimo de 20.000 USD. - Solvencia técnica: experiencia demostrable la producción de contenidos editoriales y en la ejecución de campañas de marketing digital y de redes sociales en el sector moda y <i>lifestyle</i> en México durante los últimos tres años. - Requisitos del equipo: un mínimo de 3 miembros del equipo, siendo una la persona designada como contacto principal.
Criterios de evaluación y puntuación	Precio (30 puntos), Técnico (70 puntos)
Documentos que en conjunto forman la propuesta a presentar por separado	- 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 antes del 8 de octubre de 2025 a las 12:00pm 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: 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 3 de octubre de 2025 a las 12:00pm 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 la producción y diseño de una campaña de marketing en redes sociales que tendrá como objetivo la promoción de la moda española en México, de la plataforma www.spainfashion.com.mx y de las marcas presentes en dicha plataforma.

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 31 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

Spain Fashion (<https://spainfashion.com.mx/>) es una iniciativa impulsada por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México, cuyo objetivo es promover la moda española presente en el mercado mexicano. La plataforma agrupa actualmente a más de 120 marcas españolas de distintos segmentos (moda femenina, masculina, infantil, calzado, accesorios, baño, entre otros) y continúa en proceso de expansión con la incorporación de nuevas firmas. Todas las marcas de la plataforma están presentes en México con venta física.

De manera específica, los **objetivos generales** son:

- **Promocionar la plataforma Spain Fashion** (www.spainfashion.com.mx) como punto de referencia del sector, visibilizando su papel como escaparate de la moda española en México.
- **Generar tráfico hacia la plataforma Spain Fashion** y fortalecer su reconocimiento entre profesionales del sector, medios de comunicación, prescriptores e *influencers*.
- **Alcanzar y fidelizar a un público especializado e interesado en la moda y el lifestyle**, a través de contenidos editoriales en medios de prestigio y campañas digitales dinámicas y aspiracionales.
- **Incrementar la notoriedad de las marcas españolas de moda con presencia en México**, destacando su diversidad, calidad y propuesta de valor en segmentos como moda femenina, masculina, infantil, calzado, accesorios y baño.
- **Consolidar la imagen de la moda española como una oferta contemporánea, innovadora y competitiva** dentro del mercado mexicano.

Como parte de la estrategia de posicionamiento de Spain Fashion, se contempla la ejecución de varias acciones en los siguientes ejes:

A. Contenido editorial especializado

La empresa adjudicataria deberá **producir y difundir contenido editorial** centrado en Spain Fashion y en una selección representativa de marcas españolas presentes en México. Este contenido deberá reflejar el dinamismo, la calidad y el valor diferencial de la moda española, y podrá adoptar distintos formatos editoriales (reportaje, artículo, *branded content*, etc.), dependiendo del perfil y capacidades del proponente.

Este contenido editorial deberá difundirse a través de medios especializados en moda, *lifestyle* o negocios.

Se valorará especialmente el alcance, la calidad del formato y la audiencia objetivo.

Los **objetivos de esta acción** editorial son:

- **Visibilizar marcas españolas** de moda con presencia en México ante un público especializado.
- **Reforzar el posicionamiento de Spain Fashion** como plataforma sectorial activa y en expansión.
- **Incrementar la notoriedad de la moda española** a través de una narrativa editorial aspiracional, contemporánea y estratégica.

B. Campaña digital en redes sociales

La empresa adjudicataria deberá **diseñar y ejecutar una campaña digital en redes sociales** con el fin de dar mayor alcance y complementar la acción editorial. La campaña deberá incluir la producción de contenidos en formato audiovisual (Reels, TikTok, videos cortos...) y gráficos, adaptados a los canales digitales más relevantes para la audiencia objetivo.

Asimismo, la campaña deberá integrar la promoción del contenido editorial, enlaces directos a la plataforma Spain Fashion y menciones de marcas participantes.

Se valorará la creatividad, la calidad de los contenidos, la frecuencia de publicaciones y la capacidad de generar *engagement* con audiencias especializadas e interesadas en la moda.

Los **objetivos de esta acción** editorial son:

- **Aumentar la visibilidad** del contenido editorial y de la plataforma Spain Fashion, así como de las marcas participantes de la misma, a través de canales digitales.
- **Generar tráfico** hacia la web <https://spainfashion.com.mx/>.
- **Posicionar la moda española** como referente de innovación, calidad y diseño en el mercado mexicano.

C. Seguimiento e informes

La empresa adjudicataria deberá garantizar un seguimiento continuo de las acciones de comunicación implementadas, con el fin de evaluar su alcance e impacto.

Los **objetivos de esta acción** son:

- **Evaluar** el impacto de las acciones de comunicación y marketing desarrolladas, tanto en medios editoriales como en redes sociales.
- **Medir el alcance, engagement y efectividad** de la campaña para determinar el retorno de visibilidad de la plataforma Spain Fashion y de las marcas participantes.
- **Generar información y conclusiones** que permitan mejorar futuras campañas y optimizar la estrategia de comunicación del sector moda española en México.

2. QUÉ SOLICITAMOS - LAS PROPUESTAS DEBERÁN INCLUIR

A continuación, se detallan las tareas a realizar por la empresa adjudicataria para cada una de las acciones de los ejes previstos en la campaña. Estas tareas están diseñadas para garantizar

la correcta ejecución de los objetivos de Spain Fashion. Cada apartado describe de manera específica las responsabilidades y actividades que el equipo asignado deberá llevar a cabo para cumplir con los objetivos de visibilidad, posicionamiento y promoción de la moda española en México.

A. Producción editorial especializada en moda

- **Elaborar contenido editorial** alineado con la identidad y objetivos de Spain Fashion.
- **Difundir los contenidos** a través de medios propios (revista impresa/digital, redes sociales, *newsletters*, etc.) o mediante alianzas estratégicas con medios especializados en moda y *lifestyle*.
- **Seleccionar las marcas españolas** que se publicarán en la campaña. Dado que la plataforma www.spainfashion.com.mx reúne actualmente más de 120 marcas de distintos segmentos (moda femenina, masculina, infantil, calzado, accesorios, baño, entre otros), la revista será responsable de realizar una curaduría que asegure la presencia de una cantidad representativa de marcas.
- **Coordinar directamente con las marcas españolas seleccionadas**, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de España en México, para la recopilación de información, material gráfico y recursos necesarios.
- **Diseñar y ejecutar la narrativa editorial de la campaña**, alineada con los valores de Spain Fashion, reforzando la proyección internacional de la moda española.
- **Redactar, diseñar y publicar contenido editorial** (versión digital y/o impresa) sobre la plataforma Spain Fashion.
- **Garantizar la integración** de enlaces a www.spainfashion.com.mx en todos los contenidos difundidos.

B. Marketing digital especializado en moda

- **Diseñar y ejecutar la campaña digital** en redes sociales (principalmente Instagram y TikTok), incluyendo producción de Reels, TikToks y otras publicaciones digitales.
- **Coordinar la promoción del contenido editorial** en redes sociales, asegurando visibilidad de la plataforma y de las marcas participantes.
- **Adaptar los contenidos a cada canal digital** para maximizar alcance y *engagement* con el público objetivo.
- **Monitorear la actividad** en redes sociales, midiendo alcance, interacciones y tráfico generado hacia la plataforma.

C. Seguimiento e informes

- **Analizar y recopilar** toda la cobertura de los medios de comunicación y las redes sociales.
- **Elaborar un informe final** que resuma todas las actividades realizadas, evalúe los resultados frente a los objetivos planteados e identifique conclusiones y áreas de mejora para futuras ediciones.

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 diciembre de 2025**.

4. PRESUPUESTO

- 4.1. Presupuesto máximo (impuestos no incluidos).** El presupuesto máximo para la ejecución del proyecto será de **20.000 USD (veinte mil dólares estadounidenses)**. Las ofertas deberán presentarse en **dólares estadounidenses – USD (impuestos no incluidos)**.

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

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 Ciudad de México.
- 5.2. Divisa del pago.** Los pagos a la empresa se efectuarán en la divisa del Contrato, que será **dólares estadounidenses - USD**. Los costes de cambio de divisa serán asumidos por el licitador.
- 5.3. Pagos a cuentas en el extranjero.** Los pagos a cuentas bancarias de la empresa ubicadas en el extranjero estarán sujetos al cumplimiento de la legislación nacional en materia de cambio de divisas. Las comisiones o costes de transferencia bancaria internacional serán a cargo del licitador.
- 5.4. 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, Spain
NIF: ES-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 al mejor de los últimos tres años. El requisito mínimo de facturación será de 20.000 dólares

estadounidenses (o su equivalente en 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 producción de contenidos editoriales y en la ejecución de campañas de marketing digital y de redes sociales en el sector moda y *lifestyle* en México. 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 3 personas:

- **Un director/a de proyecto.** Experiencia mínima de 5 años en gestión y coordinación de campañas de comunicación o marketing en el sector moda y *lifestyle*. Responsable de la supervisión general de la campaña, la coordinación con la Oficina Económica y Comercial de España en México y la interlocución con las marcas participantes.
- **Un editor/a o periodista especializado/a en moda.** Experiencia mínima de 3 años en redacción y producción de contenidos editoriales en medios de comunicación especializados en moda.
- **Un especialista en marketing digital y redes sociales:** Experiencia mínima de 3 años en la gestión de campañas en redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook), preferiblemente en proyectos relacionados con moda o *lifestyle*.

Sus currículos detallados deberán incluirse en la propuesta. Los 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.

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. 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
La oferta con el presupuesto más bajo recibirá la puntuación máxima para este ítem, y el resto obtendrá una puntuación proporcional. 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 máxima del criterio. Las Propuestas Económicas que superen el presupuesto máximo disponible para el contrato no serán consideradas.		
II. Propuesta Técnica		70
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. Las Propuestas Técnicas que no obtengan al menos 35 puntos serán automáticamente desestimadas.		
• Propuesta editorial (20 puntos). El ICEX evaluará la idoneidad y coherencia de la propuesta editorial que servirá de base para el contenido digital y/o impreso a desarrollar:		20
• Narrativa y alineación con Spain Fashion: hasta 10 puntos. Se valorará cómo la propuesta refleja los valores de la plataforma y la moda española en México. Se tendrá en cuenta la capacidad de la narrativa para transmitir el valor diferencial de las marcas españolas, su relevancia para el público objetivo, la coherencia de la historia con los objetivos de la campaña, y la claridad y fuerza del mensaje que se quiere comunicar.		10
• Formato y enfoque creativo: hasta 10 puntos. Se valorará la originalidad y enfoque del contenido. Se considerará la adecuación de los contenidos al público especializado y a los canales de difusión propuestos, la calidad y atractivo visual de los materiales, la creatividad en la presentación de la información, la diversidad de recursos narrativos y gráficos, y la capacidad del enfoque propuesto para generar interés, <i>engagement</i> y notoriedad de la plataforma y de las marcas participantes.		10
• Estrategia en redes sociales (20 puntos) Se evaluará la propuesta de marketing digital y redes sociales:		20
• Tipos de contenidos propuestos (Reels, TikToks, publicaciones): hasta 10 puntos. Se valorará la creatividad y calidad de los contenidos audiovisuales y gráficos (Reels, TikToks, publicaciones), su coherencia con la narrativa editorial, su adecuación a cada red social, y su capacidad para captar la atención del público objetivo. Se considerará también la innovación en formatos, la capacidad de generar <i>engagement</i> y la integración de elementos visuales que refuercen el mensaje de la campaña.		10
• Plan de activación digital (Instagram, TikTok, newsletters, enlaces a la web): hasta 10 puntos. Se valorará la claridad de la estrategia para difundir los contenidos y dirigir tráfico hacia la plataforma www.spainfashion.com.mx. Se analizará la frecuencia y planificación de publicaciones, la selección de hashtags y formatos y en su caso la propuesta de colaboración con otros medios digitales para maximizar la visibilidad y el alcance de la campaña.		10

• Difusión y plan de medios (15 puntos) Se evaluará la idoneidad y alcance de los medios propuestos para garantizar la máxima visibilidad de la campaña: • Selección de medios de comunicación: hasta 5 puntos. Se valorará la pertinencia de los medios especializados propuestos para alcanzar al público objetivo y generar visibilidad. Se tendrán en cuenta la reputación de los medios, la relevancia de su audiencia y su afinidad con la temática de moda y <i>lifestyle</i>. • Alianzas estratégicas: hasta 5 puntos. Se valorará la existencia de colaboraciones o acuerdos que potencien la difusión, y la capacidad de aprovechar sinergias con medios e <i>influencers</i> para incrementar el impacto de la campaña. • Justificación y métricas de alcance: hasta 5 puntos. Se valorará la solidez del análisis que respalde la elección de medios, incluyendo datos cuantitativos y cualitativos de alcance, audiencia y resultados anteriores. También se tendrá en cuenta la capacidad de la propuesta para prever y maximizar la visibilidad y notoriedad de la campaña.	15 5 5 5
• Supervisión y medición de resultados (7,5 puntos) Se valorará cómo la propuesta define indicadores clave de desempeño (KPIs) y métricas que permitan medir el impacto de la campaña, incluyendo la recopilación de evidencias de publicación y resultados, la evaluación de la efectividad de los contenidos, y la capacidad de extraer conclusiones y recomendaciones que contribuyan a mejorar futuras ediciones.	7,5
• Calendario (7,5 puntos) Se valorará la planificación temporal de todas las acciones de la campaña, incluyendo la coordinación entre contenidos editoriales, difusión en medios y redes sociales. Se considerará la claridad y detalle del calendario, su coherencia con los objetivos de la campaña y la distribución de tareas de manera que todas las acciones estén debidamente sincronizadas y optimicen el impacto de la campaña.	7,5
TOTAL	100

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

0% 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.
- **Currículums de los miembros del equipo.** Cada licitador deberá incluir en su oferta los currículums vitae de los miembros del equipo que participarán en el proyecto, indicando la experiencia relevante de cada uno y el papel que desempeñará en el proyecto.
- **Solvencia financiera.** Los licitadores deberán demostrar una facturación anual superior a 20.000 dólares estadounidenses (o su equivalente en 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:

- **Propuesta editorial** – Desglose de la propuesta del contenido digital y/o impreso, incluyendo el enfoque narrativo, los formatos editoriales sugeridos (reportaje, entrevista, *branded content*, etc.) y la justificación de su alineación con los valores de Spain Fashion.
- **Estrategia en redes sociales** – Descripción de la campaña de marketing digital a desarrollar, con detalle de los tipos de contenidos propuestos (Reels, TikToks, posts), el plan de activación digital (Instagram, TikTok, *newsletters*) y la forma en que se enlazarán a la plataforma www.spainfashion.com.mx.
- **Plan de difusión y medios** – Identificación de los medios impresos y digitales especializados en moda y *lifestyle* que se utilizarán, así como de posibles alianzas estratégicas para garantizar la mayor visibilidad de la campaña.
- **Supervisión y medición de resultados** – Metodología para evaluar la cobertura de la campaña, incluyendo KPIs, métricas de alcance y evidencias de publicación.
- **Calendario de actividades** – Cronograma detallado de la distribución temporal de las acciones previstas durante la campaña.

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 estadounidenses - USD.**

9. PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS

9.1. Invitación a licitar. ICEX, representada por la Oficina Económica y Comercial de España en Ciudad de 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 Ciudad de 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 **8 de octubre de 2025 a las 12:00pm CDMX (UTC – 6:00)**. 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 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 **3 de octubre de 2025 a las 12:00pm CDMX (UTC – 6:00)** 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.

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
Consejero/a Económico y Comercial Principal
Oficina Económica y Comercial de España en Ciudad de 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.

- 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.
- 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.
- 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.

- 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.
- 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.**
 - i. **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.
 - ii. **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.
 - iii. **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.