

ACLARACIONES A LOS PLIEGOS DE CONDICIONES PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN DEL FESTIVAL “CELEBREMOS IBEROAMÉRICA” CIBfest 2022

Ref.: SIM. 11/2022

Con fecha 13 de junio de 2022 se publicó en la web y en las redes sociales de la Organización el anuncio del presente procedimiento.

Que una vez publicados los pliegos se han recibido solicitudes de aclaración a los mismos que se proceden a contestar con fecha 23 de junio.

El plazo para formular aclaraciones a los pliegos finalizó el 22 de junio de 2022.

1.- En relación con la celebración del festival, nos gustaría saber dónde se ubican las 4 sedes del festival.

La pregunta la relacionamos con nuestro interés en presentar una propuesta a la licitación sobre comunicación y nos gustaría saber si las sedes están suficientemente cerca para que el material audiovisual que hay que recoger se pueda hacer por un mismo equipo o si se requerirán 4 equipos distintos dado que las sedes estarán muy lejos unas de otras.

¿Cuáles son las 4 sedes donde se debe hacer el registro fotográfico durante 7 jornadas?

Aunque las sedes están próximas se debe tener en cuenta que puede haber modificaciones en las sedes y que habrá eventos que requieran de grabación y se solapen en fecha y hora en las distintas sedes.

2.- ¿Cuáles redes sociales incluye la campaña?

La organización cuenta con perfiles en todas las redes sociales mayoritarias. La agencia debe incluir en el plan de comunicación y difusión aquellas redes sociales que considere adecuadas para la consecución de los objetivos.

3.- ¿Tienen prevista la participación de influencers? En caso afirmativo, ¿hay presupuesto adicional para esto?

La organización se muestra abierta a la participación de influencers puntuales siempre y cuando sean adecuados a la estrategia y contenido del festival.

Dentro de esta licitación el candidato se debe ajustar al presupuesto indicado, si propone la participación de influencers en la oferta técnica deberá incluirlo en la oferta económica respetando el presupuesto base indicado.

4.- ¿Están considerando pauta en redes sociales? En caso afirmativo, ¿hay presupuesto adicional para esto?

La posibilidad de añadir publicidad dependerá de la estrategia de la agencia de comunicación.

Dentro de esta licitación el candidato se debe ajustar al presupuesto indicado.

5.- En cuáles momentos se estiman las convocatorias de prensa (al menos 5).

Las convocatorias de prensa deberán realizarse previo a los días de inicio del festival (aún por confirmar).

6.- ¿Cuántos carteles hay que diseñar?

Planteamos un único diseño pero con adaptaciones para cada uno de los componentes en los que se desarrollan las actividades.

7.- Diseño del folleto del festival: ¿la OEI proporciona el contenido?

El contenido de los folletos se proporcionará íntegro a la agencia.

8.- ¿Hay algún sitio donde podamos consultar las actividades previstas para poder estimar los recursos necesarios?

Aún no hay ningún espacio en el que puedan consultarse las actividades previstas. Una vez se realicen la primera reunión con la agencia seleccionada se trasladará más información.

9.- En el pliego indican que el festival es del 21 al 25 de septiembre, pero solicitan servicios de fotógrafo 7 jornadas, ¿podrían indicarnos a qué se debe? En la misma línea, la actividad se alargaría hasta el 30 de octubre, ¿prevén actividades después del 25?

Las actividades están previstas en las fechas señaladas pero se prevé la posibilidad de que alguna actividad institucional puedan ser fuera de esa fecha.

10.- Respecto a la experiencia del equipo, ¿los proyectos pueden ser para el mismo cliente o tiene que ser clientes distintos?

La experiencia que se valora puede ser para un único cliente o para clientes distintos.