

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS GLOBAL MOBILITY CALL  
PARA EL SERVICIO DE CONSULTORÍA ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN, GESTIÓN DE  
MEDIOS Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNACIONAL**

**EXP 22/004, 2000019870**

**1. OBJETO DEL SERVICIO.-**

Con motivo de la organización del primer Congreso sobre movilidad sostenible 2022, **Global Mobility Call**, que nace con vocación de convertirse en un referente internacional, IFEMA MADRID, seleccionará el servicio de una agencia internacional de comunicación y relaciones públicas especializada en ámbito de la sostenibilidad y con capacidad de influencia entre los principales medios y agentes internacionales del sector.

La agencia seleccionada debe tener experiencia liderando operaciones de comunicación incluidas relaciones de prensa, preparación de portavoces y generación de contenidos para este tipo de eventos, así como forjando relaciones estratégicas con actores institucionales clave dentro de estos procesos.

Se valorará que la agencia sea conocedora de las tendencias y los procesos institucionales de acción sostenible y climática para que pueda aportar una visión estratégica a los equipos de generación contenidos de Global Mobility Call. Será necesario que la agencia tenga los conocimientos y la experiencia para concebir y organizar eventos internacionales de promoción de Global Mobility Call integrándolos en la narrativa general sobre sostenibilidad y acción climática.

La agencia seleccionada debe tener una amplia base de datos de medios y periodistas internacionales en todas las regiones del mundo y debe tener capacidad técnica para el monitoreo y análisis de las impresiones en medios de comunicación de las temáticas propias de Global Mobility Call y de los actos promocionales asociados, de tal manera que pueda medirse el impacto de las acciones de comunicación.

Su principal función será la **asesoría en estrategia de comunicación y dentro del ámbito multilateral de la sostenibilidad y ODS** para impulsar la proyección internacional del primer Congreso mundial de movilidad, y contribuir a inscribirlo en el Calendario Internacional de grandes eventos vinculados a la Sostenibilidad, Movilidad y Cambio Climático. Todo ello teniendo en cuenta como mercados objetivos, todos aquellos países con mayor desarrollo de políticas y estrategias, situando al GMC en el circuito internacional, y posicionándolo en el discurso global de sostenibilidad y movilidad, además de diseñar un plan de comunicación y relaciones con los medios a nivel internacional.

La agencia desarrollará toda una estrategia para conseguir el objetivo de la Organización de posicionar el congreso como la cita internacional imprescindible de los actores implicados en el desarrollo de una movilidad segura, inclusiva y sostenible.

El Plan de comunicación contemplará el conjunto de estrategias, acciones, contactos, líneas de actuación, identificación de oportunidades a nivel internacional en el ámbito multilateral de los ODS, así como identificación de personalidades y personajes que puedan aportar valor a los contenidos del Congreso, además de aportar en materia de soportes informativos propuestos y organizados en base a un calendario de trabajo.

## 2. ALCANCE DEL SERVICIO.-

**El objetivo de la colaboración** será trazar un plan de comunicación cuyo objetivo sea **posicionar el Congreso en el discurso público internacional como la cita imprescindible de los actores mundiales de la sostenibilidad y movilidad, así como en el Calendario Internacional de grandes eventos del sector**, al servicio del sector empresarial en el contexto de la recuperación post-Covid, la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el logro de las metas del Acuerdo de París sobre el cambio climático

Todas las acciones estarán enfocadas en conseguir **impacto en los principales medios del sector, además de generar una red de influencias que ayuden a posicionar la imagen del Congreso, identificar y captar personajes de interés.**

La labor de promoción deberá poner el foco en **construir y trasladar el peso real del evento como uno de las más importante del mundo, así como una imagen profesional y útil para el debate internacional, y punto de encuentro imprescindible de los principales líderes de opinión del sector, a través de todo el conjunto de acciones que se desarrollen para tal objeto.**

Entre otras áreas de trabajo se requiere:

### Asesoría, organización y planificación:

- **Propuesta, asesoramiento y gestión de acciones especiales** con los medios especializados, así como con entidades influyentes del sector de los distintos países.
- **Planificación y apoyo en el desarrollo de eventos internacionales o roadshow para la presentación y posicionamiento del Global Mobility Call.** Concepción de eventos, desarrollo de contenidos, selección de panelistas y difusión mediática. Apoyo presencial durante los eventos. Reuniones de coordinación y planificación del evento. Desarrollo de notas conceptuales, propuestas de contenidos, run of show, selección de panelistas, medios invitados y gestión de la cobertura de medios externos y propios.
- **Identificar los componentes de sostenibilidad y clima dentro de “la historia” o narrativa del GMC** Identificación de los posibles puntos de anclaje del GMC dentro del contexto internacional de lucha contra el cambio climático y por la sostenibilidad.
- **Identificación y acompañamiento de portavoces** Contribuir a identificar junto con IFEMA a los mejores portavoces del GMC en el ámbito internacional. Asesorarlos y

acompañarlos en sus interacciones con los medios de comunicación internacionales.

- **Asesoría en relaciones estratégicas con instituciones y líderes involucrados en la movilidad sostenible.** Contribuir a la elaboración de las agendas de los portavoces y líderes del GMC para un mayor impacto de la difusión del evento a través de sus respectivas actividades públicas.
- **Identificación de oportunidades en el ámbito internacional que contribuyan a incorporar GMC en el discurso y en el Calendario de Eventos clave del ámbito de la movilidad, la sostenibilidad y cambio climático**
- **Asesoría en el ámbito multilateral de los ODS**
- **Identificación de personalidades y líderes claves en el ámbito de actuación del GMC a nivel internacional y gestión de su participación en eventos del congreso.**
- **Interlocución con instituciones y organismos nacionales e internacionales con el objetivo de sumar su apoyo y su aportación al GMC**
- **Moderación de paneles y encuentros internacionales organizados por GMC**

#### Asesoría y Ejecución Plan de Comunicación

- **Identificación de Oportunidades de Comunicación a nivel internacional**
- **Asesoría y Organización de la comunicación y relaciones con los medios en eventos del GMC a nivel internacional**
- **Entrevistas a líderes internacionales vinculados al sector**
- **Gestión de medios internacionales**
- **Apoyo en la producción y asesoría de contenidos para redes sociales y web**
- **Apoyo en la organización de la gestión e invitación de prensa internacional acreditada**
- **Propuesta de periodistas líderes** para su inclusión en el programa de prensa invitada ( si lo hubiera, y si no, como principales destinatarios de gestiones).
- Mensualmente presentación de **propuesta de trabajo y acciones específicas** y a final de mes tendrá que presentar el resultado o acciones realizadas y/o conseguidas.
- **Participación en la organización y seguimiento de convocatorias de Prensa**, en coordinación con la Dirección de Comunicación y Prensa de IFEMA.

- **Atención a los medios internacionales** en colaboración con el equipo de Comunicación y Prensa de IFEMA, durante la celebración del Congreso. (Se les proporcionará asistencia para la elaboración de sus reportajes, seleccionando lo más significativo, las principales novedades, y los contactos con portavoces para declaraciones y entrevistas).
- **Bases de Datos.** La agencia contará con una base de datos de los principales medios especializados y de información general y económica de distintos países, a los que dirigirá la comunicación y establecerá contacto. El adjudicatario aportará su propia base de datos internacional al evento, y contribuirá con nuevos contactos a alimentar la base de datos ya existente de IFEMA MADRID.
- **Notas de Prensa (\*):** Propuesta de temas de interés, adaptación de los contenidos generales del Congreso, entrevistas, declaraciones de personajes influyentes, congresistas y organizadores, reportajes con entidad para ser ofrecido a los medios internacionales, distribución y seguimiento para su publicación. La agencia asesorará en los contenidos y ayudará a generar al menos dos piezas informativas con visión internacional al mes y contribuirá con contenidos de carácter internacional a la elaboración del dossier de prensa del Congreso.  
(\*).Las traducciones a distintos idiomas serán a cargo de IFEMA MADRID.
- Facilitará /generará **Informes sobre mercados internacionales** en torno a la movilidad y la sostenibilidad.. Todo ello respaldado por entidades, organismos y personalidades con entidad suficiente, así como declaraciones de los mismos, y de los ponentes y líderes de opinión.
- **Seguimiento de la información publicada,** con la elaboración de un clipping mensual para analizar la repercusión y reorientar estrategias y elaboración de una memoria final, así como elaboración de la memoria final de impacto informativo del congreso. El clipping mensual se entregará los 5 primeros días naturales del mes siguiente de referencia.
- **Informe de actuaciones:** mensualmente deberá presentar un informe que detalle y seguimiento las acciones desarrolladas. Así mismo, deberá presentar, en un plazo de 10 días posteriores a la clausura de la feria, un Informe Post-feria que resuma todas las gestiones realizadas durante el periodo de contratación.

### 3. PLAN DE CONSULTORÍA Y COMUNICACIÓN.

La agencia deberá proponer un proyecto en el que se realice una exposición de todos los objetivos a alcanzar, así como la propuesta de acciones específicas, con descripción de los medios y las herramientas que permitan la puesta en marcha del proyecto y la consecución de objetivos.

El plan de consultoría y comunicación, deberá contemplar las siguientes áreas de actuación, y proponer un calendario de trabajo, teniendo en cuenta que la colaboración se iniciará previsiblemente en el mes de marzo 2022

- **ASESORÍA ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN**
- Propuesta de estrategia
- Identificación de oportunidades en el ámbito internacional

- Establecimiento de objetivos y KPIs de comunicación
  - Análisis de las necesidades de comunicación y recomendaciones de cómo, dónde y cuándo queremos comunicar.
  - Identificar y gestionar contactos de interés para los objetivos de comunicación del congreso
  - Orientación estratégica en cuanto a contenidos y participantes en el programa del congreso
  - Informe final de trabajo, conclusiones y recomendaciones de cara a futuras ediciones del congreso
- **ESTRATEGIA DE INTEGRACIÓN EN EL DISCURSO INTERNACIONAL**
  - Identificar los componentes de sostenibilidad y movilidad dentro del discurso narrativo del Congreso, y proyectarlos internacionalmente, alineando y conectando esos mensajes con el discurso global de sostenibilidad
  - Asesorar a los responsables de contenidos y de programación para alinear dicho discurso global con el calendario internacional de acción por la sostenibilidad y a favor del clima y la movilidad.
  - Identificación de entidades y organismos nacionales e internacionales para la ejecución de acciones y búsqueda de alianzas
  - Identificación de eventos y “momentos de comunicación” en los que se recomienda posicionar y dar visibilidad al congreso
  - Asesoramiento en la organización de eventos internacionales o roadshow para la presentación del Global Mobility Call. Concepción de eventos, desarrollo de contenidos, selección de panelistas y difusión mediática.
- **LIDERAZGO VISIONARIO**
  - Identificación y acompañamiento de portavoces: quiénes son las personas mejor posicionadas para hablar sobre el congreso; dónde, cuándo y cómo se recomienda que comuniquen.
  - Asesoría en relaciones estratégicas con instituciones y líderes involucrados en la movilidad sostenible (ej. organizaciones públicas y privadas internacionales, ONGs, influencers,...).
- **MEDIA INTELLIGENCE**
  - Monitoreo, análisis y recomendaciones sobre la imagen del congreso que se proyecta en los medios de prensa y las redes sociales
  - Seguimiento del impacto
- **RELACIONES CON LA PRENSA**
  - Plan internacional de medios: en colaboración con el equipo comunicación del congreso, identificando principales medios e interlocutores y estableciendo los objetivos y calendario de actividades.
  - Gestión de Medios: contacto con medios internacionales para fomentar y facilitar la cobertura del lanzamiento, preparativos y la celebración del congreso.
  - Atención a medios.
  - Sugerencia y apoyo en identificar y desarrollar historias, entrevistas y ángulos posibles; facilitar contactos y material audiovisual.

- **CALENDARIO DE TRABAJO.** Planificación de acciones según cronograma cubriendo todas las necesidades planteadas por IFEMA y teniendo en cuenta los meses de vigencia del contrato definidos.

El desarrollo del calendario de trabajo debe contemplar la visión de estos objetivos:

En el mes de marzo 2022 | septiembre 2022 | septiembre 2023

Análisis de las necesidades de comunicación internacional y recomendaciones. Análisis del contexto internacional del sector. Propuesta de actuaciones internacionales

- Entrega de Informe de recomendaciones y conclusiones

En el mes de marzo 2022 | septiembre 2022 | septiembre 2023

Establecimiento de objetivos de comunicación internacional.

- Entrega de Documento de estrategia de comunicación con objetivos concretos
- Seguimiento de cumplimiento de objetivos mensual mediante informe

En el mes de marzo 2022 | septiembre 2022 | septiembre 2023

Identificación de medios internacionales; Generalistas, Económicos y Sectoriales hacia los que enfocar la comunicación. Actualización de contactos. Se entregará una actualización

En el mes de marzo 2022 | enero 2023 | enero 2024

Identificación de potenciales medios participantes en el Programa de Prensa Invitada Internacional

Y Gestión de las invitaciones/confirmaciones con la colaboración de Prensa GMC

Mensualmente

Con carácter continuo llevará a cabo la difusión internacional de noticias del Global Mobility Call. Al término de cada mes se enviará un informe del Clipping internacional de las campañas gestionadas

Mensualmente

Con carácter continuo trabajará en la gestión de entrevistas, artículos y noticias con medios internacionales para amplificar la difusión internacional y el reconocimiento del congreso.

Al término de cada mes se enviará un informe de las gestiones y resultados.

En el mes de marzo 2022 | septiembre 2022 | septiembre 2023

Identificación de "eventos y momentos de comunicación" para posicionar internacionalmente y dar visibilidad al Global Mobility Call.

- Elaboración de un calendario de citas internacionales y recomendaciones de participación mediante eventos y / o presencia mediática.
- Seguimiento trimestral de la evolución del calendario/gestiones

10 días tras la aprobación del evento por la Organización

Planificación, organización y desarrollo de eventos internacionales o roadshow definidos por la Organización para la presentación y posicionamiento del Global Mobility Call.

- Entrega del Planning de toda la operativa de organización:

Entendiendo que el trabajo recoge el desarrollo de todas las operaciones que se realizarán por parte de la agencia, teniendo en cuenta que van desde la concepción de eventos, al

desarrollo de contenidos, selección de panelistas y difusión mediática, medios invitados y gestión de la cobertura.

Identificación y Acompañamiento de portavoces junto con IFEMA. Asesorarlos y acompañarlos en sus interacciones con los medios de comunicación internacionales.

elaboración de las agendas de los portavoces y líderes del GMC para un mayor impacto de la difusión del evento a través de sus respectivas actividades públicas

Asesoría en relaciones estratégicas con instituciones y líderes involucrados en la movilidad sostenible para cada presentación).

#### 10 días después del evento

Informe de Gestión y Repercusión al cierre de cada Evento Internacional desarrollado y gestionado

#### En el mes de marzo 2022 | enero 2023 | enero 2024

Propuesta de Colaboración con medios internacionales y Media partnerships: gestión de alianzas establecimiento de acuerdos de colaboración con medios de comunicación internacionales para la cobertura del Global Mobility Call. -Presentación de informe

- (Propuesta de Media Partnerships globales/generalistas,) así como medios especializados de los distintos países, con los que colaborar, y gestionar publicaciones)
- Plan de medios internacionales: (complementarios a los medios "partners" o "colaboradores"): objetivos, calendario de actividades y contenidos. Desarrollo de un plan de medios internacionales tanto de "earned" como de "paid" media para asegurar la cobertura global del GMC. Elaboración de una base de datos de prensa generalista y especializada a nivel global y en mercados clave.
- Identificación constante de medios asociados para facilitar la cobertura, con especial atención en Europa, EE. UU., y América Latina.

#### Informes cada 2 meses

Gestión de medios: contacto con medios internacionales para fomentar y facilitar la cobertura del lanzamiento, preparativos y la celebración del congreso; sugerir historias, entrevistas y ángulos posibles; facilitar contactos y material audiovisual.

- Propuesta y calendario para el establecimiento de contactos con una selección de medios estratégicos.
- Planificación de coberturas en exclusividad como pueden ser entrevistas con los máximos responsables y los "ambassadors".
- . Monitoreo, análisis y recomendaciones sobre la imagen del congreso que se proyecta en los medios de prensa y las redes sociales.

#### Informe mensual

- Entrega de informe de cobertura internacional: Investigación y análisis mediante el uso de herramientas de monitoreo).
- Elaboración de recomendaciones.

### • **RELACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN POR PAÍSES**

La relación de los medios de comunicación por países a los que se quiere llegar. Identificación de medios clave y contactos

- Fase 1. Europeización: Unión Europea (principales países incluido Reino Unido) y América Latina.

- Fase 2. Internacionalización: USA, Asia (China, India Japón y Corea)

Para la identificación de medios para el programa de Invitados se requerirá un mínimo de 30 medios

#### **4. PERFILES MINIMOS REQUERIDOS**

El equipo dedicado a la gestión de la comunicación y asesoría para GMC deberá como mínimo contar con tres profesionales que cubran a lo largo del proceso todas y cada una de las funciones que se solicitan en el pliego para un perfecto cumplimiento de los objetivos de comunicación.

Director de Proyecto: El director del proyecto deberá tener una experiencia mínima 10 años en el mundo de la comunicación, así como de al menos 5 años en el ámbito de la sostenibilidad y multilateralidad de los ODS, en los que haya dirigido la planificación, organización y gestión de eventos de similares características al GMC, y en el desarrollo de planes de comunicación internacional para grandes eventos internacionales (Cop y similares). Su labor incluye el diseño de las campañas de comunicación, relaciones públicas, organización programa prensa invitada, y gestión de medios relacionados con sostenibilidad y movilidad; consultoría. Además, incluye relaciones públicas, identificación y gestión de oportunidades de comunicación, y aportar capacidad de influencia mediante la gestión de con personajes clave institucionales, actores principales y otros perfiles que puedan contribuir a la promoción del congreso, con su participación directa y colaboración en la organización de eventos internacionales.

Será requisito que hable al menos tres idiomas: español, inglés y francés o alemán. Se valorará su vinculación y experiencia con entidades como Naciones Unidas, así como su experiencia en estrategia de comunicación sobre cambio climático y sostenibilidad. Así como facilitadora de relaciones estratégica entre instituciones en el ámbito de la acción climática y la sostenibilidad

Junto al director de proyecto, el equipo deberá complementarse con al menos otros dos profesionales de la comunicación internacional que cumplan con los siguientes requisitos:

Experto 1:

Experiencia de al menos 10 años en: comunicación corporativa, gestión de gabinete de comunicación interna y externa, gestión y organización de eventos, diseño de estrategias de comunicación, marketing y gestión de contenidos editoriales.

Experto 2:

Experiencia de al menos 10 años en el ámbito internacional, desarrollo de estrategias y comunicación en distintos idiomas. Experta en relaciones internacionales.

La agencia deberá contar siempre con la autorización previa de la Dirección de Comunicación, para la realización de cualquier tipo de acción de comunicación que no esté contemplada en el pliego.

#### **5. RESPONSABLE DEL SERVICIO.**

El adjudicatario designará a una persona que actuará ante IFEMA MADRID como responsable e interlocutor válido para cualquier cuestión relacionada con los servicios encomendados, así como un responsable técnico del montaje a realizar, pudiendo recaer dicho cometido en la misma persona.

## 6. PERSONA DE CONTACTO

Les recordamos que, para cualquier consulta o aclaración de carácter administrativo, técnico o económico sobre este expediente, deben proceder conforme a lo previsto en los apartados 5.- CONSULTAS y 6.- PRESENTACIÓN DE LAS PROPOSICIONES. NOTIFICACIONES Y COMUNICACIONES- del cuadro de características-

Igualmente, les recordamos que, para aquellas cuestiones que puedan afectar a la operativa / funcionalidad del portal de licitación electrónica de IFEMA MADRID, existe un área de soporte y consulta a licitadores dentro de la web:

Preguntas frecuentes: <https://licitaciones2.ifema.es/html/preguntas-frecuentes>

Manual de uso de la plataforma:

[https://licitaciones2.ifema.es/resources/Guia\\_Licitadores.pdf](https://licitaciones2.ifema.es/resources/Guia_Licitadores.pdf)

Soporte y contacto con plataforma: <https://pixelware.com/servicios-soporte-licitadores/>

El contacto telefónico con el encargado de la gestión del expediente perteneciente a la Dirección de Compras y Logística de IFEMA MADRID, que se cita a continuación, se limitará a cuestiones meramente informativas no vinculantes sobre el propio proceso de licitación:

[Macarena.pastor@ifema.es](mailto:Macarena.pastor@ifema.es) con teléfono 91.533.97.23.