

**SERVICIO DE AGENCIA INTERNACIONAL ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURISTICO DE  
LATINOAMERICA PARA FITUR 2025**

**EXP.: 24/160 - 2000024862**

**- . RESPUESTAS A CONSULTAS. -**

**CONSULTAS REALIZADAS**

Les informamos de las consultas realizadas por las empresas interesadas y de las respuestas facilitadas por IFEMA MADRID, relacionadas con el expediente de referencia:

**1. ¿Con que cabeceras turísticas internacionales tiene FITUR acuerdos de colaboración?**

En este enlace se pueden consultar los *media partners*: <https://www.ifema.es/fitur/media-partners>.

**2. ¿La base de datos de los medios hay que presentarla en la propuesta o ya una vez adjudicado el proyecto? ¿Los listados los quieren en un formato específico? y ¿es únicamente con los nombres de los principales medios en los 10 países clave o ya hay que incluir más datos?**

La propuesta a presentar es la estipulada en el CRITERIO 2 del apartado 8.1.- CRITERIOS NO EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FÓRMULAS del Anexo 1 - Cuadro de Características.

No hay un formato específico para la presentación de la propuesta y se deben presentar únicamente los nombres de los principales medios en los diez países clave.

**4. ¿La comunicación ha de llevarse a cabo en los 10 países clave expositores en FITUR con el mismo peso?**

Aunque se prevé un mayor recorrido de México en medios por su papel de País Socio, el plan de comunicación debe recoger acciones equitativas en cada país clave teniendo en cuenta el mejor formato en cada uno de ellos.

**5. ¿En cuanto a tiempo dedicado, cual es la proporción que consideran adecuada por país?**

No se determina un tiempo adecuado dedicado por país ya que dependerá del perfil del equipo y de las relaciones que la agencia adjudicataria tenga en cada mercado. El objetivo es implementar con éxito las acciones propuestas en el plan de comunicación.

**6. ¿Tiene mayor peso la comunicación en México por ser país invitado?**

Sí, al ser México País Socio es previsible que su recorrido en medios sea mayor que el de otros países.

**7. ¿Como requisitos es suficiente haber realizado 3 servicios en el sector turístico en cualquiera de los 10 países clave o hay algunos países prioritarios dentro de estos 10?**

La solvencia técnica es la establecida en el apartado 7.4.- SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL del Anexo 1 - Cuadro de Características

**8. ¿El paquete informativo de FITUR que se elaborará desde IFEMA MADRID y que se ha de adaptar y distribuir en qué fecha lo proporcionan a la agencia a la que se haya adjudicado el proyecto?**

Se tratará de entregar las notas con una semana de antelación, aunque en ocasiones dependemos de terceros para cerrar estos paquetes informativos.

**9. ¿Cuántas personas consideran que deberían estar presentes durante la feria para la coordinación de encuentros y entrevistas con prensa durante la feria? O bien ¿Cuántas personas se han necesitado en ediciones anteriores?**

Con una o dos personas son suficientes, pero entra a valoración de la agencia adjudicataria. Por parte de IFEMA estará el equipo.

**10. ¿A qué se refiere con los medios de estudio e investigación?**

A la consulta de fuentes de información oficiales para elaborar la adaptación de los contenidos a cada país.

**11. ¿Cómo se gestiona el pago de los gastos de los medios invitados?**

Lo gestionamos desde IFEMA. La agencia adjudicataria realizará una propuesta y realizará el primer contacto para testar interés y proponer al medio formar parte del programa de invitados y una vez acepte la gestión de los gastos la realizará IFEMA.

**12. ¿El informe que hay que entregar como tarde 10 días después de la feria tiene un formato específico, nos dan indicaciones sobre lo que ha de incluir?**

Se trata de un informe de *clipping* al uso: medio, fecha de publicación, titular, país, audiencia, valoración económica, enlace en el caso de ser publicación online, página en caso de escrito o clips de audio y vídeo cuando sea radio o televisión sin url disponible.

**13. ¿El *clipping* que hay que entregar como tarde a los 2 meses de finalizar la feria, lo tienen contratado ya para los 10 países clave o tenemos que contratarlo nosotros dentro del fee de los 20K?**

El *clipping* debe aportarlo la agencia adjudicataria.

**14. ¿Podemos tener acceso al informe y *clipping* del 2024? ¿Cuándo nos lo proporcionarían?**

Podríamos aportar el acceso al informe de *clipping* de 2024 una vez la agencia esté adjudicada para la elaboración del análisis si la agencia lo considera necesario.

**15. ¿Todos los que optamos al concurso han que pagar la garantía provisional y si eres adjudicatario un porcentaje adicional se añade el adicional una vez se ha adjudicado? ¿Si no eres adjudicatario como y cuando devuelven la garantía?**

La información relativa a la garantía provisional y definitiva se establece en la CLÁUSULA 15.- Garantía provisional y CLÁUSULA 21. Garantía definitiva del documento PCAP (Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares)

**17. ¿La experiencia del equipo tiene que ser de Latinoamérica y España?**

Idealmente sí ya que el conocimiento del mercado latinoamericano es importante para la correcta adaptación de los contenidos a cada país.

**18. ¿En caso de que una de las personas del equipo propuesto se desvincule de la compañía como se ha de proceder?**

En ese caso, se presentaría al reemplazo en el equipo por parte de la agencia adjudicataria.



**EL PRESENTE DOCUMENTO PASA A FORMAR PARTE INTEGRANTE DEL PLIEGO DE BASES, QUEDANDO AFECTOS EN LOS TÉRMINOS PREVISTOS EN EL CITADO PLIEGO.**

**Dirección de Compras y Logística**  
30 de Julio de 2024