

SOLICITUD DE PROPUESTA: SERVICIOS DE COMUNICACIÓN DEL PROYECTO “UNIENDO MODA”

Desde CEOE Castilla y León, en colaboración con la Consejería de Industria, Comercio y Empleo de la Junta de Castilla y León, nos dirigimos a su entidad para invitarle a presentar una propuesta técnico-económica destinada a la prestación de los servicios de comunicación del proyecto UNIENDO MODA, iniciativa orientada a dinamizar el sector textil y potenciar su visibilidad a través de eventos, acciones de promoción y cobertura nacional.

A continuación, se detallan los objetivos, características, requisitos y criterios de valoración de la propuesta.

OBJETIVOS

Objetivo general

Garantizar la comunicación integral del proyecto UNIENDO MODA, aportando visibilidad, coherencia estratégica y difusión profesional a todos los eventos, acciones y contenidos previstos, tanto en Castilla y León como en el ámbito nacional.

Objetivos específicos

- Reforzar la notoriedad del sector textil de Castilla y León en entornos nacionales y profesionales.
- Asegurar la cobertura comunicativa de todos los eventos asociados al proyecto así como redacción de notas de prensa previamente consensuadas con CEOE Castilla y León, siempre bajo la coordinación del Departamento de Comunicación de CEOE Castilla y León.
- Generar contenidos que posicionen la marca “Uniendo Moda” como referente sectorial.
- Apoyar a las empresas del sector mediante acciones de difusión, dinamización digital y presencia mediática.
- Contribuir al impacto del proyecto a través de campañas coordinadas, notas de prensa, cobertura audiovisual y estrategias en redes sociales.

ÁMBITO DEL SERVICIO

La empresa adjudicataria deberá cubrir la comunicación de los siguientes eventos confirmados:

Eventos profesionales

- Premios Academia de la Moda Madrid (Junio)
- Atelier Couture Madrid (marzo)
- Mercedes-Benz Fashion Week Madrid – 2 ediciones (marzo y septiembre)
- Showroom nacional (fecha a determinar)
- Momad (julio)
- Pasarela Larios de Málaga (septiembre)
- Comunicación de la Pasarela Uniendo Moda 2026 (octubre)
- Difusión y visibilidad de jornadas dentro de la Comunidad (fechas a determinar)

Acciones de comunicación de continuidad

- Diseño y ejecución del plan de contenidos en redes sociales.
- Generación de contenidos audiovisuales y digitales (píldoras, historias, post, reels...) orientados a dinamizar el sector, "contenido de relleno" con dos publicaciones por semana.
- Relaciones con medios y gestión de entrevistas.
- Cobertura informativa, técnica y creativa en todas las actividades vinculadas al proyecto.
- Actualización continua de la web.
- Propuestas de mejora o valor añadido.

En caso de que para el correcto desarrollo del proyecto sea necesario realizar algún desplazamiento, la asunción de dichos costes por parte de la organización deberá ser **previamente consensuada, reservándose esta la decisión de asumirlos total o parcialmente, o de considerarlos como un coste adicional no incluido en el presupuesto base del proyecto. En ningún caso se asumirán las dietas asociadas a estos desplazamientos.*

RECURSOS ECONÓMICOS

- Presupuesto total desglosado (IVA incluido).
- El presupuesto total no podrá superar los 45.500€ IVA incluido.

CRITERIOS DE VALORACIÓN

Las propuestas serán evaluadas con arreglo al siguiente baremo, alineado con el modelo utilizado por CEOE Castilla y León:

1. Precio: 25%

- Se aplicará fórmula proporcional.
- Se descartarán ofertas con baja temeraria (más de un 10% por debajo de la media).

2. Valoración técnica: 30%

- Calidad y coherencia de la estrategia de comunicación.
- Integración de todo el calendario de eventos.
- Innovación, creatividad y adecuación al proyecto.

3. Solvencia económica: 5%

- Acreditación y documentación económica de los últimos 3 años.

4. Experiencia en proyectos similares: 20%

- Comunicación de moda, eventos, ferias, sectores creativos o proyectos institucionales.
- Referencias verificables.

5. Equipo profesional propuesto: 10%

- Perfil, experiencia y especialización del equipo asignado.

6. Entregables y metodología de seguimiento: 10%

- Claridad de los entregables, sistema de reporting, calendario y medición.

TOTAL: 100%

MODALIDAD, TEMPORALIZACIÓN Y CRONOGRAMA

- Modalidad: presencial y digital, según el evento.
- Cobertura de eventos nacionales: disponibilidad para desplazamientos.
- Cronograma estimado: febrero 2026 – octubre 2026.

PROCEDIMIENTO DE APLICACIÓN

Las entidades interesadas deberán enviar una propuesta única (técnica y económica) en un solo documento PDF.

Fecha límite: 23 de enero

Correos electrónicos de envío: rfrechoso@ceoecyl.es

Asunto: Propuesta de comunicación – Proyecto Uniendo Moda Castilla y León

IDENTIDAD GRÁFICA DEL PROYECTO “UNIENDO MODA”

La empresa adjudicataria deberá garantizar la correcta aplicación de la identidad gráfica asociada al proyecto UNIENDO MODA Castilla y León, asegurando coherencia visual en todas las acciones, soportes y contenidos.

Los requisitos mínimos incluyen:

1. Uso obligatorio de los logotipos institucionales

En toda la comunicación relacionada con el proyecto deberá incluirse:

- Logotipo oficial de CEOE Castilla y León.
- Logotipo oficial de la Consejería de Industria, Comercio y Empleo de la Junta de Castilla y León.
- Logotipo oficial del proyecto UNIENDO MODA.
- Otros logotipos de entidades colaboradoras cuando proceda.

La adjudicataria deberá respetar las normas de uso, áreas de seguridad, tamaños mínimos y disposiciones específicas proporcionadas por las entidades.

2. Paleta cromática

La identidad gráfica del proyecto utilizará una paleta cromática específica para su correcta aplicación en todos los soportes.

La empresa adjudicataria deberá:

- Respetar los colores corporativos definidos en el manual de identidad del proyecto así como los de CEOE Castilla y León.
- Mantener la coherencia entre soportes físicos, digitales, audiovisuales y redes sociales.

3. Tipografías corporativas

La empresa adjudicataria deberá utilizar las tipografías corporativas establecidas para el proyecto en todos los materiales.

- Uso principal de tipografía corporativa en títulos, encabezados y piezas de alto impacto.
- Sustituciones permitidas únicamente por tipografías equivalentes cuando existan limitaciones técnicas (p. ej., en web o redes sociales).

4. Aplicación en soportes

Toda la comunicación deberá aplicar la identidad gráfica en los siguientes formatos:

- Piezas digitales para redes sociales
- Material promocional y cartelería
- Presentaciones, notas de prensa y dossiers
- Creatividades para eventos y soportes de producción
- Contenidos audiovisuales
- Webs, landing pages o espacios digitales del proyecto

Las adaptaciones deberán mantener coherencia visual y cumplir los estándares de calidad y diseño del proyecto.

5. Creatividades y adaptaciones

La empresa adjudicataria deberá entregar:

- Piezas maestras editables.
- Versiones adaptadas a los diferentes canales (Instagram, Twitter/X, LinkedIn, Facebook, web, newsletters, etc.).
- Propuestas creativas alineadas con el concepto visual del proyecto.
- Versiones horizontales, verticales y cuadradas cuando proceda.

6. Manual de identidad gráfica

El proyecto ya cuenta con manual de identidad, la empresa adjudicataria deberá:

- Cumplirlo de forma obligatoria.
- Solicitar validación previa antes de modificar elementos gráficos.
- Mantener un repositorio organizado de todos los materiales generados (editables y finales).

7. Validación de piezas

Todas las piezas visuales deberán ser aprobadas por CEOE Castilla y León. Los plazos de validación se coordinarán en el plan de trabajo.