

## **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 posicen 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](mailto: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.