

Nº DE EXPEDIENTE: SP20-00051

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIO DE ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS DE LAS PÁGINAS WEB Y PERFILES EN REDES SOCIALES DE MATADERO MADRID ASÍ COMO OTRAS ACCIONES DE APOYO A LA COMUNICACIÓN DEL CENTRO, A ADJUDICAR MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO.

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	2
2.	REQUERIMIENTOS TÉCNICOS MÍNIMOS DEL SERVICIO.....	2
3.	CALENDARIO DE TRABAJO.....	146
4.	RESPONSABLE DEL SERVICIO/SUSTITUTO.....	6
5.	OBLIGACIONES LABORALES Y SOCIALES.....	15
6.	CLÁUSULAS SOCIALES DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO.....	16
7.	SOLICITUD DE INFORMACIÓN.....	8

Nº DE EXPEDIENTE: SP20-00051

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS DE LAS PÁGINAS WEB Y PERFILES EN REDES SOCIALES DE MATADERO MADRID ASÍ COMO OTRAS ACCIONES DE APOYO A LA COMUNICACIÓN DEL CENTRO A ADJUDICAR MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO.

1. INTRODUCCIÓN.

La sociedad mercantil municipal Madrid Destino Cultura Turismo Negocio, S.A., (en adelante, Madrid Destino) tiene, entre otros objetivos, la gestión de programas y actividades culturales, formativas y artísticas, la organización, apoyo y difusión de las mismas, la prestación de todos los servicios e infraestructuras integrantes o complementarios de estos programas y actividades, la gestión de cualesquiera centros, espacios, recintos, dependencias y/o servicios culturales, cuya gestión le fuera encomendada temporal o indefinidamente, o cuyo uso le fuera cedido por el Ayuntamiento de Madrid, incluida la contratación y ejecución de las obras, instalaciones, servicios y suministros para los mismos, la gestión de las políticas municipales de promoción e información turística de la Ciudad de Madrid, la proyección de su imagen a nivel nacional e internacional y la gestión y explotación de los derechos de propiedad intelectual derivados de las obras susceptibles de generar tales derechos resultantes de las anteriores actividades, así como la prestación por cuenta propia o ajena de todo tipo de servicios relacionados con la organización, dirección, producción y administración de eventos, ya sean deportivos, exposiciones, congresos, convenciones, seminarios, ferias, y cualquier otro evento de naturaleza similar.

Desde 2012, Matadero Madrid fue cedido en régimen de gestión directa a Madrid Destino, Cultura, Turismo y Negocio, empresa pública del Ayuntamiento de Madrid. Entre los objetivos de este centro se encuentra la difusión del trabajo de los creadores y de todas las actividades relacionadas con su programación. Parte fundamental de esa tarea es la publicación y difusión de la actividad de los centros tanto en su página web, como en redes sociales, como en otros soportes de difusión impresos y medios.

A estos efectos, Madrid Destino requiere la contratación del trabajo de servicios de actualización y gestión de contenidos en inglés y español de las páginas web de Matadero Madrid; gestión de perfiles en redes sociales; y gestión de email marketing, así como otros trabajos de apoyo a la comunicación.

2. REQUERIMIENTOS TÉCNICOS MÍNIMOS DEL SERVICIO.

La necesidad de que las proposiciones de las empresas licitadoras se adecúen a los requisitos exigidos con carácter de mínimos obligatorios en los pliegos, obedece a la propia finalidad de la contratación que se quiere llevar a cabo y a las necesidades que con ella se pretende satisfacer. En consecuencia, las ofertas de las empresas que no los cumplan, no pueden ser objeto de valoración y, por tanto, serán excluidas de la licitación.

1.1. Objeto del contrato.

La comunicación digital de Matadero Madrid incluye todas las actividades, convocatorias y eventos relacionados con la programación del centro que se elaboran desde la Oficina de Coordinación, Centro de residencias artísticas, Intermediae Matadero y Cineteca Madrid.

En la web y las redes sociales de Matadero Madrid también se da difusión a la programación de los socios públicos y privados del centro como son las Naves del Español en Matadero Madrid, Central de Diseño, AVAM, Factoría Cultural y Casa del Lector, así como las actividades acogidas por el centro en función de diferentes acuerdos institucionales.

En 2020 la estrategia digital del centro tiene como objetivo ofrecer una agenda pormenorizada y permanentemente actualizada y, al mismo tiempo, ofrecer contenido editorial de calidad que complemente y complete la información práctica sobre cada actividad.

En esa dirección se requieren los siguientes trabajos:

Apartado 1. Gestión de la web, redes sociales, email marketing y apoyo a la comunicación de Matadero Madrid y Centro de residencias artísticas

Gestión Web Matadero Madrid

- Actualización de contenidos de la página web tanto en inglés como en español (en torno a 1.500 actividades anuales) incluyendo:
 - Las actividades que se elaboran desde la Oficina de Coordinación, el Centro de residencias artísticas, Intermediae Matadero y Cineteca Madrid.
 - Las actividades que se elaboran desde los socios públicos y privados del centro como son las Naves del Español en Matadero Madrid, Central de Diseño, AVAM, Factoría Cultural y Casa del Lector
 - Las actividades acogidas por el centro en función de diferentes acuerdos institucionales.
- Traducción de los contenidos (español-inglés).
- Gestión y actualización diaria de la home.
- Generación de contenidos editoriales
- Redacción y subida a la web de un máximo de 5 contenidos editoriales a la semana sobre una actividad del programa o sobre un tema relacionado con la programación, objetivos y misión de Matadero Madrid. Como contenido editorial se entiende la redacción de noticias, crónicas, reportajes o entrevistas.
- Gestión de contenidos audiovisuales editoriales. Selección, edición, retoque y subida a la web de fotografías y vídeos.
- Gestión de la sala de prensa, subida de contenidos periodísticos, dossiers de prensa, imágenes y vídeos.
- Monitorización del site y elaboración de informes mensuales de evaluación sobre las siguientes KPIs
 - Tráfico, Audiencia, Adquisición y Comportamiento

Gestión Email Marketing Matadero Madrid

- Elaboración de plan estratégico anual de Email Marketing.
- Elaboración y envío de newsletter de programación (máximo 5 al mes).
- Elaboración y envío de invitaciones digitales a eventos, actividades o convocatorias específicas de Matadero Madrid (máximo de 8 al mes).
- Monitorización y elaboración de informes mensuales de evaluación del envío de las newsletters e invitaciones digitales sobre las siguientes KPIs
 - Aperturas totales / Clics / Desubscripciones / Ratio de apertura / Ratio de clics / Tasa de rebote / Tasa de desubscripciones

Gestión de perfiles en redes sociales Matadero Madrid.

- Plan estratégico anual de comunicación en RRSS incluyendo plan de captación de públicos objetivo y asesoramiento en la definición y desarrollo de estrategia en RRSS.
- Gestión de crisis. Protocolo de actuación.
- Estrategia de publicidad online y asesoramiento en la redacción de briefing para dos campañas especiales anuales.
- Elaboración de campañas específicas para programas o proyectos específicos. Se solicitará la generación de un informe de estrategia y la propuesta de ejecución y dinamización en el resto de perfiles de Matadero Madrid (máximo 2 al mes).
- Elaboración de campañas específicas para programas o proyectos patrocinados. Se solicitará la generación de informe de estrategia y propuesta de ejecución y coordinación con los patrocinadores o socios del proyecto (máximo 2 al mes).
- Gestión diaria del perfil de Matadero Madrid en Facebook (al menos 10 posts semanales, eventos y seguimiento y respuesta a mensajes directos).
- Gestión diaria del perfil de Matadero Madrid en Twitter (al menos 21 tuits semanales, retuits y seguimiento y respuesta a menciones y mensajes directos).
- Gestión diaria del perfil de Matadero Madrid en Instagram (al menos 10 publicaciones semanales y 10 stories).
- Presencia física en algunas de las actividades para la obtención de recursos gráficos y seguimiento de las mismas. Cobertura del evento y emisión en directo (máximo 4 al mes).
- Mantenimiento del archivo fotográfico de Matadero Madrid en Flickr, abono de la suscripción anual a la plataforma, recopilación y subida de imágenes.
- Mantenimiento del archivo audiovisual de Matadero Madrid en Vimeo, abono de la suscripción anual a la plataforma, recopilación y subida de vídeos.
- Creación de formatos específicos para RRSS como vídeos o GIFs animados a partir de los materiales facilitados por el centro.
- Monitorización de RRSS y elaboración de informes mensuales sobre las siguientes KPIs:
 - TWITTER
 - Resumen mensual: Tamaño total de la audiencia (nº de seguidores actuales) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior / Nº de tuits / Impresiones de tuits / Visitas al perfil / Menciones

- Destacados: Tuit principal / Mención principal / Tuit con contenido multimedia principal / Seguidor principal
 - Tuits: Clics en el enlace / Retuits / Me gusta / Respuesta / Promedio por día de cada baremo
 - Publicaciones destacadas: 3 tuits con más impresiones / 3 tuits con mayor interacción
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones
- FACEBOOK
- Audiencia: Tamaño actual de la audiencia (nº total de seguidores) / Seguidores ganados respecto al mes anterior
 - Publicaciones: Nº de publicaciones / Nº de impresiones / Publicación con mayor alcance / Publicación con mayor interacción
 - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
 - Alcance: Rendimiento del alcance total medio en comparación con el periodo anterior.
 - Interacción: Nº de reacciones / comentarios / veces compartido
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones
- INSTAGRAM
- Audiencia: nº de seguidores actuales / nº de seguidores ganados respecto al mes anterior
 - Publicaciones: Nº de Posts / Publicación con mayor alcance / Interacciones / Nº de Me Gusta / Nº de comentarios
 - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
 - Alcance: Publicación con mayor alcance / Storie con mayor alcance
 - Stories: Nº de stories / Nº de vistas en las stories
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones

Gestión de perfiles en redes sociales Centro de Residencias Artísticas.

- Plan estratégico anual de comunicación online.
- Gestión de crisis. Protocolo de actuación.
- Elaboración de campañas específicas para programas o proyectos específicos. Se solicitará la generación de un informe de estrategia y la propuesta de ejecución y dinamización en el resto de perfiles de Matadero Madrid (máximo 2 al mes).
- Gestión diaria del perfil del Centro de residencias artísticas en Facebook (al menos 10 posts semanales, eventos y seguimiento y respuesta a mensajes directos).

- Gestión diaria del perfil de Centro de residencias artísticas en Instagram (al menos 10 publicaciones semanales y 10 stories).
- Presencia física en algunas de las actividades para la obtención de recursos gráficos y seguimiento de las mismas. Cobertura del evento y emisión en directo (máximo 4 al mes).
- Creación de formatos específicos para RRSS como vídeos o GIFs animados a partir de los materiales facilitados por el centro.
- Monitorización de RRSS y elaboración de informes mensuales sobre las siguientes KPIs:
 - TWITTER
 - Resumen mensual: Tamaño total de la audiencia (nº de seguidores actuales) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior / Nº de tuits / Impresiones de tuits / Visitas al perfil / Menciones
 - Destacados: Tuit principal / Mención principal / Tuit con contenido multimedia principal / Seguidor principal
 - Tuits: Clics en el enlace / Retuits / Me gusta / Respuesta / Promedio por día de cada baremo
 - Publicaciones destacadas: 3 tuits con más impresiones / 3 tuits con mayor interacción
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones
 - FACEBOOK
 - Audiencia: Tamaño actual de la audiencia (nº total de seguidores) / Seguidores ganados respecto al mes anterior
 - Publicaciones: Nº de publicaciones / Nº de impresiones / Publicación con mayor alcance / Publicación con mayor interacción
 - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
 - Alcance: Rendimiento del alcance total medio en comparación con el periodo anterior.
 - Interacción: Nº de reacciones / comentarios / veces compartido
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones
 - INSTAGRAM
 - Audiencia: nº de seguidores actuales / nº de seguidores ganados respecto al mes anterior
 - Publicaciones: Nº de Posts / Publicación con mayor alcance / Interacciones / Nº de Me Gusta / Nº de comentarios
 - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
 - Alcance: Publicación con mayor alcance / Storie con mayor alcance
 - Stories: Nº de stories / Nº de vistas en las stories



- Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
- Conclusiones

Apoyo en comunicación Matadero Madrid

- Asistencia a ruedas de prensa
- Subida contenidos a la plataforma madrid.cultura u otras webs corporativas de Madrid Destino o el Ayuntamiento de Madrid según proceda.
- Creación de canal de Matadero Madrid en Youtube y subida del material audiovisual del histórico de Matadero Madrid alojado en Vimeo a la nueva plataforma.
- Creación de canal de Matadero Madrid en Ivoox y subida del material sonoro de Matadero Madrid a la plataforma.
- Edición de calendario semanal y programa trimestral impreso.
 - Recopilación de la información suministrada por Matadero Madrid (texto y fotos) y los distintos programas e instituciones que lo integran.
 - Edición y traslado de la misma al diseñador/ maquetador designado por Matadero Madrid.
 - Correcciones, revisión y artefinalización.

Metodología de trabajo

- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada RRSS combinando contenidos de programación, editorial y de servicios.
- Inmersión inicial de una semana en el centro
- Dos reuniones semanales de coordinación en el centro.
- Reuniones periódicas con socios y patrocinadores de los diferentes proyectos del centro y preparación de informes.

Apartado 2. Gestión Web, Email Marketing y Redes Sociales de Intermediae Matadero

Entre los trabajos que se requieren para esa actualización se encuentran:

Gestión Web Intermediae.es

- Actualización de contenidos de la página web intermediae.es tanto en inglés como en español (en torno a 500 actividades anuales).
- Gestión y actualización diaria de la home.
- Generación de contenidos editoriales: al menos un post semanal sobre una actividad del programa o sobre un tema relacionado con la programación de Intermediae.
- Monitorización del site y elaboración de informes mensuales de evaluación sobre las siguientes KPIs: Tráfico, Audiencia, Adquisición y Comportamiento

Gestión Email Marketing Intermediae.

- Elaboración de plan estratégico anual de Email Marketing.
- Elaboración y envío de las newsletters de Intermediae (máximo de 4 al mes).
- Elaboración y envío de invitaciones digitales a eventos, actividades o convocatorias específicas de Intermediae (máximo de 4 al mes).
- Monitorización y elaboración de informes mensuales de evaluación del envío de las newsletters e invitaciones digitales sobre las siguientes KPIs

- Aperturas totales / Clics / Desuscripciones / Ratio de apertura / Ratio de clics / Tasa de rebote / Tasa de desuscripciones

Gestión de perfiles en redes sociales Intermediae

- Plan estratégico anual de comunicación online, incluyendo plan de captación de públicos objetivo y asesoramiento en la definición y desarrollo de estrategia en RRSS.
- Gestión de crisis. Protocolo de actuación.
- Elaboración de campañas para programas o proyectos específicos. Se solicitará la generación de un informe de estrategia y la propuesta de ejecución y dinamización en el resto de perfiles de Matadero Madrid (máximo 2 al mes).
- Gestión diaria del perfil de Intermediae en Facebook (al menos 10 posts semanales, eventos y seguimiento de mensajes directos).
- Creación de contenidos de vídeos, GIFs e imágenes para los cuales se requiere conocimientos básicos de edición de imagen y vídeo.
- Gestión diaria del perfil de Intermediae en Twitter (al menos 15 tuits semanales, retuits y seguimiento de mensajes directos).
- Gestión diaria del perfil de Intermediae en Instagram (al menos 10 publicaciones semanales y 10 stories).
- Presencia física en algunas de las actividades para la obtención de recursos gráficos y seguimiento de las mismas. Cobertura del evento y emisión en directo (máximo 4 al mes).
- Monitorización de RRSS y elaboración de informes mensuales sobre las siguientes KPIs:
 -
 - TWITTER
 - - Resumen mensual: Tamaño total de la audiencia (nº de seguidores actuales) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior / Nº de tuits / Impresiones de tuits / Visitas al perfil / Menciones
 - Destacados: Tuit principal / Mención principal / Tuit con contenido multimedia principal / Seguidor principal
 - Tuits: Clics en el enlace / Retuits / Me gusta / Respuesta / Promedio por día de cada baremo
 - Publicaciones destacadas: 3 tuits con más impresiones / 3 tuits con mayor interacción
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones
 -
 - FACEBOOK
 - Audiencia: Tamaño actual de la audiencia (nº total de seguidores) / Seguidores ganados respecto al mes anterior
 - Publicaciones: Nº de publicaciones / Nº de impresiones / Publicación con mayor alcance / Publicación con mayor interacción
 - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción

- Alcance: Rendimiento del alcance total medio en comparación con el periodo anterior.
 - Interacción: N° de reacciones / comentarios / veces compartido
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones
- INSTAGRAM
- Audiencia: n° de seguidores actuales / n° de seguidores ganados respecto al mes anterior
 - Publicaciones: N° de Posts / Publicación con mayor alcance / Interacciones / N° de Me Gusta / N° de comentarios
 - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
 - Alcance: Publicación con mayor alcance / Storie con mayor alcance
 - Stories: N° de stories / N° de vistas en las stories
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones

Apoyo en comunicación

- Creación de canal de Intermediae en Youtube y subida del material audiovisual del histórico de Intermediae e Imagina Madrid alojado en Vimeo a la nueva plataforma.
- Subida contenidos a la plataforma madrid.cultura u otras webs corporativas de Madrid Destino o el Ayuntamiento de Madrid según proceda.
- Mantenimiento del archivo fotográfico de Intermediae Matadero en Flickr, abono de la suscripción anual a la plataforma, recopilación y subida de imágenes.
- Gestión del archivo audiovisual de Intermediae Matadero en Vimeo, abono de la suscripción anual a la plataforma, recopilación y subida de vídeos.

Metodología de trabajo

- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada RRSS combinando contenidos de programación, editorial y de servicios.
- Reunión semanal de coordinación en Intermediae con los responsables indicados por el centro.

Apartado 3. Gestión Web, Email Marketing y Redes Sociales de Cineteca Madrid

Entre los trabajos que se requieren se encuentran:

Gestión Web Cineteca Madrid

- Actualización de contenidos de la página web tanto en inglés como en español (en torno a 300 actividades mensuales).
- Gestión y actualización diaria de la home.

- Monitorización del site y elaboración de informes mensuales de evaluación sobre las siguientes KPIs: Tráfico, Audiencia, Adquisición y Comportamiento.

Gestión de perfiles en redes sociales Cineteca Madrid

- Plan estratégico anual de comunicación online, incluyendo plan de captación de públicos objetivo y asesoramiento en la definición y desarrollo de estrategia en RRSS.
- Gestión de crisis. Protocolo de actuación.
- Estrategia de publicidad online y asesoramiento en la redacción de briefing para dos campañas especiales anuales.
- Desarrollo de contenidos y diseño de creatividades gráficas en base al material facilitado por el centro y la cobertura directa de actos y actividades, siguiendo siempre la identidad corporativa y con la supervisión del centro.
- Gestión diaria del perfil de Cineteca en Facebook (al menos 10 posts semanales, eventos y seguimiento de mensajes directos).
- Gestión diaria del perfil de Cineteca en Twitter (al menos 21 tuits semanales, retuits y seguimiento de menciones).
- Gestión diaria del perfil de Cineteca en Instagram (al menos 10 publicaciones semanales y 10 stories).
- Presencia física en algunas de las actividades para la obtención de recursos gráficos y seguimiento de las mismas. Cobertura del evento y emisión en directo (máximo 5 al mes).
- Monitorización de RRSS y elaboración de informes mensuales sobre las siguientes KPIs:

- TWITTER

- Resumen mensual: Tamaño total de la audiencia (nº de seguidores actuales) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior / Nº de tuits / Impresiones de tuits / Visitas al perfil / Menciones
- Destacados: Tuit principal / Mención principal / Tuit con contenido multimedia principal / Seguidor principal
- Tuits: Clics en el enlace / Retuits / Me gusta / Respuesta / Promedio por día de cada baremo
- Publicaciones destacadas: 3 tuits con más impresiones / 3 tuits con mayor interacción
- Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
- Conclusiones

- FACEBOOK

- Audiencia: Tamaño actual de la audiencia (nº total de seguidores) / Seguidores ganados respecto al mes anterior
- Publicaciones: Nº de publicaciones / Nº de impresiones / Publicación con mayor alcance / Publicación con mayor interacción
- Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción

- Alcance: Rendimiento del alcance total medio en comparación con el periodo anterior.
 - Interacción: N° de reacciones / comentarios / veces compartido
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones
- INSTAGRAM
- Audiencia: n° de seguidores actuales / n° de seguidores ganados respecto al mes anterior
 - Publicaciones: N° de Posts / Publicación con mayor alcance / Interacciones / N° de Me Gusta / N° de comentarios
 - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
 - Alcance: Publicación con mayor alcance / Storie con mayor alcance
 - Stories: N° de stories / N° de vistas en las stories
 - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
 - Conclusiones

Apoyo en comunicación Cineteca Madrid

- Asistencia a ruedas de prensa
- Monitorización subida contenidos a la plataforma madrid.cultura u otras webs corporativas de Madrid Destino o el Ayuntamiento de Madrid según proceda.
- Creación de canal de Cineteca Madrid en Youtube y subida del material audiovisual de archivo a esta plataforma.

Metodología de trabajo

- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada RRSS combinando contenidos de programación, editorial y de servicios.
- Inmersión inicial de una semana en el centro
- Reunión semanal de coordinación en el centro.
- Reuniones periódicas con socios y patrocinadores de los diferentes proyectos del centro y preparación de informes.

1.2. Plataforma tecnológica

La plataforma de gestión de contenidos de las distintas webs será la que suministre el departamento de tecnología de Madrid Destino. La misma estará basada en un gestor de contenidos Web estándar similar a los utilizados habitualmente en el sector. En el caso de que esta cambie durante el contrato la empresa adjudicataria se comprometerá a utilizar la nueva según las directrices de Madrid Destino y con un periodo de formación previo.

1.3. Equipos de trabajo y lugar de desarrollo. Seguimiento del proyecto.

Los licitadores deberán exponer en su propuesta con el mayor detalle posible el equipo de trabajo asignado al proyecto, así como la metodología de trabajo que consideren más acorde a las necesidades planteadas. En ella deberá definirse un planteamiento previo y análisis del contexto de comunicación online del centro; unos objetivos cuantificables, propuesta de estrategia de comunicación, líneas de trabajo y acciones concretas a desarrollar, así como un análisis y evaluación de resultados que incluya la información suministrada por Google Analytics, y otras herramientas de gestión de contenidos en redes sociales como Hootsuite, Twitter Analytics o Estadísticas Facebook. De igual manera deberá hacer una propuesta de protocolo de actuación de gestión de crisis y de estilo de comunicación. Todo ello según se establece en el Pliego de Condiciones Administrativas y los criterios de valoración de las propuestas.

La empresa licitadora deberá aportar sus propios equipos de trabajo y se requerirá la presencia física de trabajadores de la licitadora durante determinados periodos de tiempo semanales, mensuales o anuales.

Madrid Destino y los adjudicatarios crearán al inicio del proyecto un comité de seguimiento mixto del mismo. Este comité estará compuesto por al menos una persona por ambas partes y será el encargado de la supervisión de la ejecución de los trabajos contratados, siendo responsable del control de la ejecución del proyecto, el cumplimiento de hitos y la calidad de los entregables. La periodicidad de estas reuniones y el objeto de las mismas se decidirá según la evolución global del proyecto y adecuándose de la manera más flexible posible a las circunstancias de la producción.

El comité se reunirá a criterio del equipo técnico. Las reuniones del comité deberán convocarse con al menos con dos días de antelación y tras las mismas, el equipo del adjudicatario deberá entregar un acta resumen de la reunión.

Dicho comité será el responsable de introducir cambios adecuados a los resultados y que se consideren óptimos para la mejor consecución de los objetivos de comunicación planteados bajo las directrices de Madrid Destino.

1.4. Propiedad de los trabajos

Todos los trabajos que resulten de la ejecución del presente procedimiento pasarán a ser propiedad de Madrid Destino.

El adjudicatario deberá entregar los materiales creados en el desarrollo del proyecto como fotografías y/o sus adaptaciones, vídeos y/o sus adaptaciones, elementos gráficos, logotipos, imágenes, animaciones, textos, traducciones y cuantos otros elementos sean producto del presente contrato.

1.5. Seguridad de la información

El adjudicatario se compromete durante la duración del proyecto a:

- No introducir software microinformático ajeno a Madrid Destino.

- No divulgar las estructuras de carpetas ni los ficheros de información así como los aplicativos realizados a medida ni la información almacenada en ellos.
- No difundir ni publicar los sistemas de seguridad de la información existentes o previstos.
- No revelar la información obtenida de los sistemas de información de Madrid Destino, ni la documentación que se suministre o la que pudiera tener acceso, con independencia del soporte en que se encuentre.
- Mantener las contraseñas que pudieran conocer en secreto, tanto las propias como las de los sistemas.
- Respetar y promover las medidas de seguridad implantada o por implantar en Madrid Destino.
- No conectarse a otras redes o sistemas que sean ajenos a las propias de Madrid Destino sin el consentimiento previo y por escrito por parte de Madrid Destino.
- La conexiones externas que deban realizarse por necesidades del servicio se realizarán bien mediante VPN controladas por Madrid Destino, bien fuera de la redes de Madrid Destino.
- No se podrán instalar dispositivos de comunicación del tipo que sean sin el permiso expreso y por escrito de Madrid Destino.
- No se podrá extraer información de los sistemas de Madrid Destino sin el consentimiento expreso de ésta.
- En caso de que el adjudicatario deba instalar equipamiento propio aunque sea de forma temporal, deberá borrar de forma permanente aquella información que se haya extraído de los sistemas de Madrid Destino cuando se produzca la retirada del equipo.
- Los equipos que se retiren propiedad de Madrid Destino serán formateados. Antes de realizar la retirada de un equipo, ésta deberá ser aceptada por escrito por parte de Madrid Destino.
- El adjudicatario y el personal que éste asigne al proyecto se comprometerá a la no divulgación del sistema de instalaciones de cualquiera de los edificios objetos del contrato.

3. Calendario de trabajo

Los licitadores deberán presentar un calendario de trabajo mensual dividido en 3 partes:

- Una para la actualización web.
- Otra para el mantenimiento de contenidos y redes sociales.
- Y una última para las tareas requeridas de apoyo a la comunicación.

Los calendarios propuestos deberán incluir al menos la siguiente información:

- Desglose de todas las tareas a realizar y fases a llevar a cabo.
- Asignación de recursos, esfuerzos necesarios sin sobreasignaciones.
- Definición del número de recursos por perfil y marcación de las dedicaciones a cada tarea.
- Duración de cada fase y duración global del proyecto.
- Los licitadores deberán representar mediante un diagrama de Gantt o similar.
- Dependencias entre tareas.
- Hitos de entrega y descripción de lo que se entrega en cada hito.
- El calendario de trabajo que deberá usarse es el estándar con jornadas de 8 horas.

4. Responsable del servicio / sustituto.

El adjudicatario estará obligado a nombrar un responsable del servicio que será el interlocutor entre el responsable de los servicios de Madrid Destino y entre el personal de la empresa adjudicataria. Asimismo, la empresa adjudicataria deberá designar un sustituto del responsable del servicio. La función del responsable del servicio será actuar como interlocutor con Madrid Destino que garantice que la empresa adjudicataria cumple con sus obligaciones contractuales.

5. Obligaciones laborales y sociales.

El adjudicatario está obligado al cumplimiento de la normativa vigente en materia laboral, de seguridad social, de integración social de discapacitados y de prevención de riesgos laborales, conforme a lo dispuesto en la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, sobre Prevención de Riesgos Laborales y en el Reglamento de los Servicios de Prevención, aprobado por Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, así como de las que se promulguen durante la ejecución del contrato.

La relación del organismo u organismos donde los licitadores podrán obtener información sobre la fiscalidad, y sobre las disposiciones vigentes en materia de protección de empleo, condiciones de trabajo y prevención de riesgos laborales, aplicables a los servicios prestados durante la ejecución del contrato, serán los señalados en el Pliego de Cláusulas Administrativas.

No existirá vinculación laboral alguna entre el personal que se destine a la ejecución del contrato y Madrid Destino, por cuanto aquél queda expresamente sometido al poder direccional y de organización de la empresa adjudicataria en todo ámbito y orden legalmente establecido y siendo, por tanto, ésta la única responsable y obligada al cumplimiento de cuantas disposiciones legales resulten aplicables al caso, en especial en materia de contratación, Seguridad Social, prevención de riesgos laborales y tributaria, por cuanto dicho personal en ningún caso tendrá vinculación jurídico-laboral con Madrid Destino, y ello con independencia de las facultades de Control e Inspección que legal y/o contractualmente corresponden al mismo.

A la extinción de los contratos de servicios, no podrá producirse en ningún caso la consolidación de las personas que hayan realizado los trabajos objeto del contrato como personal de Madrid Destino.

6. Cláusulas sociales de obligado cumplimiento.

Siguiendo instrucciones del decreto publicado el 19 de enero de 2016 del Delegado del Área de Gobierno de Economía y Hacienda sobre la incorporación de cláusulas sociales en los contratos celebrados por el Ayuntamiento de Madrid, sus Organismos Autónomos y Entidades del Sector Público Municipal, el adjudicatario deberá cumplir las siguientes cláusulas:

- Es obligatorio que los bienes o servicios objeto del contrato hayan sido producidos o se desarrollen respetando las normas sociolaborales vigentes en España y en la Unión Europea o de la Organización Internacional del Trabajo.
- Debido a que la mano de obra es una parte fundamental del componente económico del presente procedimiento, se ha tenido en cuenta para la determinación del precio de contrato, el salario base más el complemento de antigüedad establecido en los convenios colectivos de los sectores objeto del presente contrato.
- En toda la documentación, publicidad, imagen o materiales que deban aportar el adjudicatario para el presente procedimiento o que sean necesarios para la ejecución del contrato, deberá hacerse un uso no sexista del lenguaje, evitar cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas, y fomentar con valores de igualdad la presencia equilibrada, la diversidad y la corresponsabilidad.
- La empresa adjudicataria tiene la obligación de adoptar las medidas de seguridad y salud en el trabajo que sean obligatorias para prevenir de manera rigurosa los riesgos que pueden afectar a la vida, integridad y salud de las personas trabajadoras. Asimismo, deberá acreditar el cumplimiento de las obligaciones siguientes:
 - La evaluación de riesgos y planificación de la actividad preventiva correspondiente a la actividad contratada.
 - La formación e información en materia preventiva a las personas adscritas a la ejecución del contrato.
 - El justificante de la entrega de equipos de protección individual que, en su caso, sean necesarios.
- La empresa adjudicataria deberá acreditar el cumplimiento de estos extremos mediante la documentación que corresponde al desempeño del contrato.
- La empresa adjudicataria deberá adoptar las medidas oportunas para evitar que de la ejecución del contrato puedan derivarse daños al personal de Madrid Destino, los empleados municipales o a los ciudadanos en general.

- La empresa adjudicataria deberá acreditar mediante declaración responsable la afiliación y el alta en la Seguridad Social de las personas trabajadoras destinadas a la ejecución del contrato. Esta obligación se extenderá a todo el personal subcontratado por la empresa adjudicataria principal destinado a la ejecución del contrato.
- Para la acreditación del cumplimiento de esta obligación, se exigirá a la empresa adjudicataria al inicio de la ejecución del contrato la presentación de una declaración responsable en la que se señale que las personas trabajadoras destinadas a la ejecución del contrato se encuentran afiliadas y dadas de alta en la Seguridad Social.
- En todo caso, el órgano de contratación podrá solicitar, cuando lo considere oportuno, la aportación de la documentación que acredite el contenido de la declaración responsable.
- Con carácter previo a la finalización del contrato, la empresa adjudicataria deberá presentar un informe relativo al cumplimiento de las obligaciones sociales que le fueran exigibles legal o contractualmente.

7. Solicitud de información.

Para solicitar información más detallada sobre este servicio o ampliar información sobre plazo del procedimiento de contratación, las empresas participantes podrán hacerlo a partir de la recogida de este documento a la dirección contratacion@madrid-destino.com para los aspectos administrativos, y la dirección myriam.gonzalez@madrid-destino.com para los aspectos técnicos.

Madrid Destino se reserva el derecho de solicitar la ampliación de la información presentada por cada una de las empresas en sus ofertas.

La mera presentación de propuestas implica la aceptación sin reservas de las condiciones establecidas en el presente documento para la ejecución de los trabajos objeto del Contrato.

Por Madrid Destino, S.A.

Por el ADJUDICATARIO

D.

D.