



**Nº DE EXPEDIENTE: SP24-00455**

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES QUE HAN DE REGIR EN LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE CONSULTORÍA ESTRATÉGICA PARA LA OFICINA MADRID CONVENTION BUREAU, QUE SON COMPETENCIA DE LA SOCIEDAD MERCANTIL MUNICIPAL MADRID DESTINO CULTURA TURISMO Y NEGOCIO, S.A., ADJUDICAR POR PROCEDIMIENTO ABIERTO SIMPLIFICADO**

**NOTA IMPORTANTE: Registro Oficial de Licitadores**

**Todos los licitadores que se presenten a licitaciones realizadas a través del procedimiento simplificado deberán estar inscritos en el correspondiente Registro Oficial de Licitadores, en la fecha final de presentación de ofertas siempre que no se vea limitada la concurrencia.**

**A estos efectos, también se considerará admisible la proposición del licitador que acredite haber presentado la solicitud de inscripción en el correspondiente Registro junto con la documentación preceptiva para ello, siempre que tal solicitud sea de fecha anterior a la fecha final de presentación de las ofertas.**

**Únicamente cuando el licitador haya presentado la solicitud de inscripción en el correspondiente Registro en los términos del artículo 159 4 letra a) LCSP, y ésta no haya sido resuelta, la acreditación de esta circunstancia tendrá lugar mediante la aportación del acuse de recibo de la solicitud emitido por el correspondiente Registro y de una declaración responsable de haber aportado la documentación preceptiva y de no haber recibido requerimiento de subsanación**

## ÍNDICE

### Contenido

1. INTRODUCCIÓN
2. REQUERIMIENTOS TÉCNICOS MÍNIMOS DEL SERVICIO.
  - 2.1. *Objeto del contrato.*
  - 2.2. *Implantación del proyecto. Fases*
  - 2.3. *Duración del Servicio*
3. RESPONSABLE DEL SERVICIO / SUSTITUTO.
4. OBLIGACIONES LABORALES Y SOCIALES.
5. CLÁUSULAS SOCIALES DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO.
6. SOLICITUD DE INFORMACIÓN

#### **1. INTRODUCCIÓN.**

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.

Para la consecución de estos objetivos, MADRID DESTINO, en relación con los cometidos que tiene encomendados de gestión de políticas municipales de promoción e información turística de la Ciudad de Madrid, desarrolla estrategias, planes y acciones, a través de su área de Turismo, entre las que se incluye la finalidad de reforzar el posicionamiento de la ciudad de Madrid como destino turístico y la promoción de la ciudad de Madrid como sede de turismo de negocios, con especial atención a la captación y a su promoción como sede de celebración de congresos, convenciones y otros encuentros nacionales e internacionales, así como facilitar técnica e institucionalmente su celebración, por sí misma o en coordinación con Administraciones Públicas y otras entidades públicas y privadas, actividad que lleva a cabo a través de su departamento especializado Madrid Convention Bureau, MCB.

Madrid Convention Bureau destaca el notable posicionamiento de Madrid como destino turístico, lo que ha impulsado el crecimiento del turismo de lujo. Este crecimiento ha traído consigo varios beneficios, como un aumento en la visibilidad internacional de la ciudad, la creación de empleo y el desarrollo de nuevas infraestructuras. Sin embargo, esta misma evolución ha generado una percepción de la ciudad como un



destino caro para la celebración de congresos. Esta percepción de alto coste puede ser disuasiva para algunos organizadores de eventos, que pueden optar por destinos alternativos que consideren más asequibles.

Además, el encarecimiento de la oferta hotelera en Madrid contribuye a esta percepción. Los precios más altos de alojamiento pueden influir negativamente en la decisión de los organizadores de eventos y los participantes a la hora de elegir Madrid como destino para sus congresos. Si no se aborda esta situación, existe el riesgo de que la ciudad pierda competitividad en el mercado de reuniones y eventos, especialmente en las reuniones asociativas, más sensibles a las variaciones de precio.

La capacidad de Madrid para atraer y albergar grandes congresos y convenciones se ve limitada por la falta de grandes espacios adecuados. El principal centro de convenciones de la ciudad, IFEMA, tiene su calendario de actividades prácticamente lleno, lo que deja poco espacio para nuevos eventos de gran envergadura. Esta situación se agrava por la falta de alternativas adecuadas en la ciudad que puedan albergar reuniones de gran tamaño, que requieren espacios con capacidad para entre 3.000 y 7.000 participantes.

La carencia de infraestructuras adecuadas no solo limita la capacidad de Madrid para atraer eventos de gran tamaño, sino que también afecta la percepción de la ciudad como un destino capaz de acoger eventos de primer nivel. Sin espacios suficientes, la demanda de grandes congresos y convenciones se retrae, lo que impacta negativamente en la economía local y en la proyección internacional de Madrid como un destino de reuniones y eventos.

Por todo ello, Madrid Convention Bureau tiene la necesidad de abordar y mitigar los desafíos actuales y futuros que enfrenta la industria de las reuniones y eventos en Madrid por lo que se precisa de una consultoría que se enfocará en analizar y desarrollar estrategias que permitan mejorar la captación de eventos, adaptándose a los cambios en el comportamiento de la demanda y optimizando los recursos disponibles en la ciudad.

## **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.

La propuesta presentada por la empresas licitadoras no podrá superar las 15 páginas a una cara u 8 páginas a doble cara.

La mera presentación de propuestas implica la aceptación sin reservas por parte del licitador y en todo caso por el adjudicatario, de las condiciones establecidas en los pliegos que rigen la presente contratación.

### **2.1 Objeto del contrato.**

El objeto de la contratación es la elaboración de una consultoría estratégica para Madrid Convention Bureau con el fin de abordar y mitigar los desafíos actuales y futuros que enfrenta la industria de las reuniones y eventos en Madrid. Esta consultoría se enfocará en analizar y desarrollar estrategias que permitan mejorar la captación de eventos, adaptándose a los cambios en el comportamiento de la demanda y optimizando los recursos disponibles en la ciudad. A continuación, se detallan los aspectos clave que justifican esta necesidad:

#### **1. Cambio en el Comportamiento de la Demanda**

Madrid está experimentando un notable posicionamiento como destino turístico, lo que ha impulsado el crecimiento del turismo de lujo. Este crecimiento ha traído consigo varios beneficios, como un aumento en



la visibilidad internacional de la ciudad, la creación de empleo y el desarrollo de nuevas infraestructuras. Sin embargo, esta misma evolución ha generado una percepción de la ciudad como un destino caro para la celebración de congresos. Esta percepción de alto coste puede ser disuasiva para algunos organizadores de eventos, que pueden optar por destinos alternativos que consideren más asequibles.

Además, el encarecimiento de la oferta hotelera en Madrid contribuye a esta percepción. Los precios más altos de alojamiento pueden influir negativamente en la decisión de los organizadores de eventos y los participantes a la hora de elegir Madrid como destino para sus congresos. Si no se aborda esta situación, existe el riesgo de que la ciudad pierda competitividad en el mercado de reuniones y eventos, especialmente en las reuniones asociativas, más sensibles a las variaciones de precio.

## 2. Falta de Grandes Espacios para Congresos y Convenciones

La capacidad de Madrid para atraer y albergar grandes congresos y convenciones se ve limitada por la falta de grandes espacios adecuados. El principal centro de convenciones de la ciudad, IFEMA, tiene su calendario de actividades prácticamente lleno, lo que deja poco espacio para nuevos eventos de gran envergadura. Esta situación se agrava por la falta de alternativas adecuadas en la ciudad que puedan albergar reuniones de gran tamaño, que requieren espacios con capacidad para entre 3.000 y 7.000 participantes.

La carencia de infraestructuras adecuadas no solo limita la capacidad de Madrid para atraer eventos de gran tamaño, sino que también afecta la percepción de la ciudad como un destino capaz de acoger eventos de primer nivel. Sin espacios suficientes, la demanda de grandes congresos y convenciones se retrae, lo que impacta negativamente en la economía local y en la proyección internacional de Madrid como un destino de reuniones y eventos.

## 3. Replanteamiento de la Estrategia de Captación de Eventos

Dado el contexto actual, Madrid Convention Bureau necesita revisar y adaptar su estrategia de captación de eventos. Es crucial diversificar los tipos de eventos que se atraen a la ciudad, enfocándose en aquellos de menor tamaño que puedan ser acomodados en los espacios disponibles. Esta diversificación puede incluir:

- **Conferencias comerciales:** Eventos orientados a profesionales y empresas de sectores específicos, que pueden atraer a un público especializado y generar oportunidades de negocio.
- **Exposiciones comerciales:** Eventos donde las empresas pueden mostrar y promocionar sus productos y servicios, atrayendo a visitantes y expositores de diferentes partes del mundo.
- **Conferencias corporativas:** Reuniones internas de grandes empresas, que pueden requerir instalaciones de alta calidad y servicios personalizados.

Al diversificar la oferta de eventos, Madrid puede maximizar el uso de sus infraestructuras actuales y atraer un mayor número de eventos, adaptándose mejor a las demandas del mercado.

## 4. Alineación con los Sectores Estratégicos del Destino

Para maximizar el impacto económico y estratégico de los eventos en Madrid, es fundamental que la estrategia de captación de eventos esté alineada con los principales sectores industriales y estratégicos de la ciudad. Estos sectores, que en algunos casos podrán estar organizados en un clúster, representan sectores clave de la economía madrileña, que pueden beneficiarse de la atracción de eventos relacionados con sus actividades.

Los sectores estratégicos de la ciudad de Madrid son los siguientes:

- **Big data:** El Big Data se refiere al manejo de grandes volúmenes de datos que no pueden ser procesados de manera tradicional debido a su tamaño, velocidad y variedad. En Madrid, el sector del Big Data está en auge, aprovechando la transformación digital de las empresas y la necesidad de análisis de datos para la toma de decisiones estratégicas.



- **Ciberseguridad:** La ciberseguridad se enfoca en la protección de sistemas informáticos y datos contra ataques y accesos no autorizados. En un mundo cada vez más digital, la seguridad de la información se ha vuelto crítica, y Madrid se destaca como un centro de referencia en este sector.
- **Fintech:** El sector fintech combina la tecnología con los servicios financieros, ofreciendo soluciones innovadoras en banca, pagos, inversiones y seguros. Madrid se ha convertido en un referente para la innovación financiera gracias a su fuerte ecosistema fintech.
- **E-salud:** La e-salud, o salud digital, se refiere al uso de tecnologías de la información y comunicación para mejorar la atención sanitaria y la gestión de la salud. Madrid está a la vanguardia en la implementación de soluciones de e-salud.
- **Videojuegos:** La industria de los videojuegos se dedica al desarrollo, comercialización y distribución de videojuegos. Este sector ha crecido significativamente en Madrid, convirtiéndose en un pilar importante de la economía creativa de la ciudad.

Alinear la estrategia de captación de eventos con estos sectores estratégicos no solo apoyará a las industrias estratégicas de Madrid, sino que también potenciará la reputación de la ciudad como un centro de innovación y desarrollo.

En Madrid, algunos de los sectores estratégicos están organizados en torno a clústeres que fomentan la colaboración entre empresas, instituciones académicas y entidades gubernamentales. A continuación, se detallan los sectores que tienen clústeres establecidos:

#### 4.1. Big Data

##### Clúster Big Data Madrid

- **Descripción:** Este clúster reúne a empresas, centros de investigación y entidades educativas que trabajan en el ámbito del Big Data.
- **Objetivos:** Promover la innovación y el desarrollo tecnológico en el análisis de datos, fomentar la colaboración entre los distintos actores del sector y facilitar la transferencia de conocimientos y tecnologías.
- **Actividades:** Organización de eventos, seminarios y talleres, además de proyectos colaborativos y programas de formación específicos.

#### 4.2. Ciberseguridad

##### Madrid Cybersecurity Cluster

- **Descripción:** Este clúster agrupa a empresas, startups, instituciones académicas y organismos públicos que operan en el ámbito de la ciberseguridad.
- **Objetivos:** Fortalecer la ciberseguridad en la región, impulsar la innovación y la competitividad del sector, y crear un ecosistema seguro y colaborativo.
- **Actividades:** Desarrollo de proyectos conjuntos, organización de eventos y conferencias, y promoción de iniciativas de formación y certificación en ciberseguridad.

#### 4.3. Fintech

##### Madrid Fintech Hub

- **Descripción:** Este clúster se centra en el desarrollo del ecosistema fintech en Madrid, integrando a startups, instituciones financieras, inversores y centros de innovación.
- **Objetivos:** Fomentar la innovación financiera, facilitar el acceso a financiación para startups fintech y crear un entorno regulatorio favorable.
- **Actividades:** Incubación y aceleración de startups, eventos de networking y pitch, colaboración con reguladores y programas de formación especializados.

#### 4.4. E-Salud

##### Madrid Health Cluster

- **Descripción:** Este clúster agrupa a empresas, instituciones sanitarias, centros de investigación y universidades que trabajan en el ámbito de la salud digital.



- **Objetivos:** Impulsar la transformación digital del sector salud, promover la investigación y el desarrollo de tecnologías e-salud, y mejorar la calidad de la atención sanitaria.
- **Actividades:** Proyectos colaborativos de I+D, eventos y conferencias, y programas de formación y certificación en tecnologías de la salud.

#### 4.5. Videojuegos

##### Madrid Game Cluster

- **Descripción:** Este clúster reúne a estudios de desarrollo de videojuegos, empresas tecnológicas, instituciones educativas y otros actores del sector.
- **Objetivos:** Promover la industria de los videojuegos en Madrid, facilitar el acceso a recursos y financiación, y fomentar la colaboración entre los distintos actores del sector.
- **Actividades:** Desarrollo de proyectos colaborativos, eventos y ferias de videojuegos, programas de formación y desarrollo de talento, y apoyo a la internacionalización de las empresas.

#### Conclusión

Los sectores de Big Data, Ciberseguridad, Fintech, E-Salud y Videojuegos en Madrid están organizados en torno a clústeres específicos que facilitan la colaboración, la innovación y el crecimiento del ecosistema. Estos clústeres juegan un papel crucial en el desarrollo de estos sectores estratégicos, fortaleciendo la posición de Madrid como un hub de innovación y tecnología a nivel global.

#### 5. Identificación y Captación de Eventos Vinculados a los Sectores Estratégicos

Para maximizar el impacto de los eventos en Madrid, es necesario identificar qué eventos están vinculados a los sectores estratégicos de la ciudad y desarrollar una estrategia específica para atraerlos. Conocer los eventos relevantes para cada sector permitirá una captación más efectiva y alineada con los intereses económicos y estratégicos de Madrid.

Este proceso implica:

##### a) Alineación con los Clústeres y Sectores Estratégicos

- Desarrollo de una estrategia de colaboración con los clústeres y stakeholders de la ciudad de Madrid

##### b) Identificación de Eventos Clave

- **Investigación de Mercado:** Realizar un análisis exhaustivo de los eventos nacionales e internacionales que están relacionados con cada sector estratégico.
- **Selección de eventos potencialmente interesantes:** Se realizará una selección de aquellos eventos que, por sus características, rotación, histórico de celebraciones o cualquier otro motivo, sean susceptibles de poder celebrarse en Madrid. Se especificará, además, cuales son los criterios de selección de los destinos por parte de estos eventos: apoyo económico, prescripción, por decisión de un grupo (board), etc.
- **Listado de Eventos:** Crear un listado de eventos prioritarios para cada clúster que tengan opciones reales de poder celebrarse en Madrid, basándose en su relevancia, tamaño y potencial impacto económico y estratégico.
- **Datos de contacto:** Facilitar los datos de contacto del interlocutor válido en cada caso. Esta información es crucial para poder llevar a cabo acciones encaminadas a presentar la candidatura de Madrid.

##### c) Análisis de Viabilidad

- **Evaluación de Infraestructuras:** Analizar la capacidad de los espacios actuales en Madrid para albergar estos eventos, considerando factores como tamaño, accesibilidad y equipamiento.
- **Estudio de Competencia:** Evaluar la competencia de otros destinos que también buscan atraer estos eventos, identificando las ventajas competitivas de Madrid.

##### d) Desarrollo de Estrategias de Captación

- **Marketing y Promoción:** Diseñar campañas de marketing específicas para cada clúster, destacando los atractivos y ventajas de Madrid como destino para estos eventos.



- **Colaboraciones Estratégicas:** Establecer alianzas con asociaciones industriales, cámaras de comercio y otras entidades relevantes para apoyar la captación de eventos.
- **Incentivos y Facilidades:** Ofrecer incentivos y facilidades a los organizadores de eventos, como subvenciones, descuentos en infraestructuras y apoyo logístico.

#### e) Implementación y Seguimiento

- **Plan de Acción:** Desarrollar un plan de acción detallado con pasos específicos y cronogramas para la implementación de la estrategia de captación de eventos. Este Plan contendrá propuestas de acciones a llevar a cabo por el MCB tanto en origen de los clientes como en destino (Madrid) tendentes a presentar Madrid como destino idóneo para la celebración de estos eventos. La consultora deberá tener la capacidad, la experiencia y los contactos necesarios para poner en marcha estas acciones, debiendo asumir la tarea. Deberá identificar e invitar a potenciales clientes, así como diseñar el evento más apropiado para garantizar la consecución de los objetivos marcados.
- **Monitoreo y Evaluación:** Establecer un sistema de monitoreo y evaluación para medir el éxito de las estrategias implementadas y realizar ajustes según sea necesario.

### 6. Análisis del Equipo Humano y Replanteamiento de Perfiles

Como parte del proyecto de consultoría estratégica, se realizará un análisis de la estructura actual del equipo del Madrid Convention Bureau con el objetivo de alinear los recursos humanos con los nuevos retos y objetivos de la organización.

Este análisis permitirá identificar las funciones clave y áreas de mejora dentro de la estructura actual. A partir de ello, se propondrá un replanteamiento de los perfiles profesionales, en el caso de que fuera necesario, al objeto de adaptar el organigrama y las funciones a las nuevas necesidades de la oficina.

La redefinición de estos perfiles garantizará una mayor flexibilidad y capacidad de adaptación a las exigencias cambiantes del mercado, posicionando al equipo del Madrid Convention Bureau para enfrentar con éxito los desafíos futuros.

#### Conclusión

Alinear la estrategia de captación de eventos con los clústeres y sectores estratégicos de Madrid no solo permitirá atraer eventos de alta calidad y relevancia, sino que también contribuirá al desarrollo y fortalecimiento de las industrias clave de la ciudad. Esta alineación estratégica es esencial para consolidar la posición de Madrid como un destino líder en el mercado de reuniones y eventos.

### 2.2 implantación del proyecto – fases

A partir de la información facilitada por algunas empresas de consultoría, y en base al conocimiento específico del MCB, se ha estimado que la implantación del proyecto podría desarrollarse a lo largo de un periodo aproximado de no más de 18 meses.

La empresa adjudicataria deberá presentar un cronograma detallado de las fases para la implementación de la consultoría estratégica para Madrid Convention Bureau que deberá incluir lo siguiente.

#### Preparación y Análisis Inicial

**Duración prevista máxima 2 meses**

**Preparación: Reunión Inicial con Madrid Convention Bureau para definir** objetivos y el alcance del proyecto.

Se requerirá la obtención de documentación y datos relevantes para realizar un **análisis de la situación actual que refleje lo siguiente:**

- Posicionamiento actual de Madrid como destino de congresos.
- Análisis de la oferta hotelera y de espacios para eventos.
- Identificación de clústeres estratégicos y su relación con la industria de eventos.
- Revisión de estrategias actuales de captación de eventos.



Análisis inicial: Mediante una Investigación del Mercado se obtendrá

- Investigación de la competencia y análisis comparativo con otros destinos de congresos.
- Identificación de tendencias en la industria de reuniones y eventos.
- Evaluación de la percepción de Madrid como destino de congresos entre organizadores y participantes.

**Diagnóstico y presentación de conclusiones: con los datos obtenidos se presentará a Madrid Convention Bureau el resultado de:**

- Análisis SWOT (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas) de Madrid como destino de eventos.
- Evaluación de la capacidad de los espacios actuales para acoger diferentes tipos de eventos.
- Identificación de barreras y oportunidades en la estrategia de captación de eventos.

### **Desarrollo de Estrategias**

**Duración máxima 4 meses**

Presentación a Madrid Convention Bureau de la nueva estrategia de diversificación de eventos en la que se deben detallar:

- a) los nuevos tipos de eventos a captar (conferencias comerciales, exposiciones comerciales, conferencias corporativas, etc.)
- b) Plan Estratégico de captación de estos nuevos eventos a Madrid.

**Para ello, se solicita que el Plan Estratégico esté alineado con los Clústeres Estratégicos de la ciudad de Madrid, por lo que se hace imprescindible:**

- Identificación de los Clústeres y Sectores Estratégicos de Madrid
- Identificación de eventos vinculados a los clústeres y sectores estratégicos de Madrid.
- Desarrollo de estrategias específicas para la captación de estos eventos.
- Alineación de la estrategia de captación con las necesidades de los clústeres industriales y sectores estratégicos.

### **Plan de Acción y Ejecución**

**Duración mínima 12 meses:**

En esta fase se presenta el plan de acción diseñado específicamente para Madrid Convention Bureau que incluye la identificación de perfiles y potenciales compradores en los nuevos segmentos identificados.

Para su ejecución inicial se identifican:

- Los canales adecuados para la captación de potenciales clientes.
- La capacitación del equipo para dar respuesta a los leads que se generen. Se entiende por lead a un **potencial evento** que, por sus características, podría ser susceptible de celebrarse en Madrid, pero que todavía no se ha confirmado.

Una vez el proceso inicial ha finalizado en un plazo inferior a 1 mes se procederá a iniciar la ejecución que incluirá:

- Proveer un mínimo de 400 leads (oportunidades de negocio) efectivas con la identificación del interlocutor adecuado. Estos leads se compartirán de manera progresiva durante los meses de inicio de esta fase hasta la finalización del contrato, coordinando con Madrid Convention Bureau la gestión óptima de los mismos.
- Facilitar al menos 70 perfiles de clientes efectivos potenciales, considerando cliente efectivo aquella empresa o asociación que organiza internacionalmente un mínimo de 10 eventos diferentes de carácter internacional.
- Diseño de 2 actividades específicas de captación de eventos incluidas en el plan de acción propuesto.



- Monitoreo de la implementación con el seguimiento de las actividades implementadas, evaluación de su efectividad y ajustes si fueran necesarios.

Esta última fase deberá ser la más larga del proyecto con el fin de que:

- a) Se realicen debidamente las adaptaciones del equipo a la nueva estructura y forma de trabajo,
- b) Haya capacidad para gestionar adecuadamente los leads que se generen.
- c) Se ejecuten con éxito y en tiempo y forma las acciones previstas en el calendario.
- d) Asegurar que los leads generados y los perfiles propuestos no quedan obsoletos

### **2.3 Duración del servicio**

El plazo de duración de la presente contratación se computa desde la fecha de entrada en vigor que se indique en el contrato formalizado entre las partes y hasta la finalización del servicio con una duración de 18 meses máximo en su totalidad

### **3. 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 del adjudicatario, debiendo estar disponible en todo momento para solventar cualquier cuestión referente al cumplimiento del objeto de la presente contratación.

Asimismo, el adjudicatario 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 y coordinar la ejecución del contrato.

### **4. 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 ABRIL, 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.

## **5. CLÁUSULAS SOCIALES DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO.**

Siguiendo instrucciones del decreto publicado el 19 de ABRIL 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.
- 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.

## 6. 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 para los aspectos técnicos lo podrán hacer a la siguiente dirección: [reyes.lopez@esmadrid.com](mailto:reyes.lopez@esmadrid.com) y/o [dnoack@esmadrid.com](mailto:dnoack@esmadrid.com)

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

Fdo.: Responsable del Contrato

D.

Fdo.: Órgano de contratación