



## LOTE 1.- SP25-00291, , LOTE 2: SP25-00292

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES QUE HA DE REGIR EN EL CONTRATO DE SERVICIOS DE AGENCIA DE MARKETING DIGITAL INCLUYENDO COMMUNITY MANAGEMENT DE PERFILES TURÍSTICOS Y SERVICIOS DE AGENCIA CREATIVA DE PUBLICIDAD PARA MADRID DESTINO CULTURA TURISMO Y NEGOCIO, S.A., A ADJUDICAR POR PROCEDIMIENTO ABIERTO SUJETO A REGULACIÓN ARMONIZADA.**

### Índice

1. OBJETO.....	2
2. LOTES EN LOS QUE SE ARTICULA EL PROCESO DE CONTRATACIÓN .....	3
LOTE 1.- <b>SP25-00291</b> Servicios de agencia de marketing digital incluyendo servicios de community management. ....	3
Objeto del contrato .....	3
Descripción de los servicios solicitados:.....	3
Características técnicas de los servicios. Gestión del contrato .....	4
<b>Ejercicio práctico</b> .....	12
LOTE 2: <b>SP25-00292</b> Servicios de agencia creativa de publicidad .....	14
Objeto del contrato .....	14
Descripción de los servicios solicitados.....	14
Características técnicas de los servicios. Gestión del contrato: .....	14
<b>Ejercicio práctico</b> .....	18
3. RESPONSABLE DEL SERVICIO / SUSTITUTO .....	21
4. RESPONSABLE DEL CONTRATO DE MADRID DESTINO .....	22
5. RESPONSABILIDAD .....	22
6. OBLIGACIONES LABORALES Y SOCIALES .....	22
7. CLÁUSULAS SOCIALES Y CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN .....	23
8. Control en la ejecución de las especificaciones técnicas, condiciones especiales de ejecución y criterios de adjudicación. ....	26
9. PROTECCIÓN DE DATOS Y CONFIDENCIALIDAD.....	26
9.1. Normativa .....	26
9.2. Tratamiento de Datos Personales.....	27
9.3. Estipulaciones como Encargado de Tratamiento .....	28
9.4. Sub-encargos de tratamiento asociados a Subcontrataciones .....	33
9.5. Información .....	33
10. Solicitud de información. ....	34



## 1. OBJETO

Madrid Destino Cultura Turismo y 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, respondiendo a su tarea, entre otras, 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, y muy especialmente a través del Departamento de Marketing Internacional.

Madrid Destino, a través de este departamento de marketing Internacional, viene ya desarrollando desde, al menos, hace dos años, una estrategia de marketing digital en el ámbito nacional e internacional cuyo objetivo principal es potenciar el poder de la marca turística de Madrid, a través de un plan de actuación en el entorno de social media y acciones de publicidad online. Este enfoque estratégico hacia un marketing digital responde a una necesidad real de adecuación a un entorno digital y social en la sociedad actual y especialmente en el Sector de Turismo. Por tanto, para las labores de promoción turística de la ciudad de Madrid, es de vital importancia la comunicación en el entorno online dado que es uno de los principales canales de inspiración, información, planificación, reserva, compra, y servicios post- viaje para muchos visitantes potenciales a la ciudad de Madrid.

Por todo lo anterior y para el correcto ejercicio de sus competencias, Madrid Destino está llevando a cabo el correspondiente procedimiento de contratación articulado en 2 lotes para servicios de agencia de marketing digital y servicios de agencia creativa de publicidad, conforme al cual se solicita a las empresas del sector que presenten sus mejores ofertas.

## REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

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 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. LOTES EN LOS QUE SE ARTICULA EL PROCESO DE CONTRATACIÓN

LOTE 1.- **SP25-00291** Servicios de agencia de marketing digital incluyendo servicios de community management.

Objeto del contrato

Este contrato tiene como objeto llevar a cabo los servicios de agencia de marketing digital, incluyendo servicios de community management durante 2 años, prorrogable a 2 años más o periodos inferiores. Madrid Destino requiere la contratación de estos servicios para realizar acciones de marketing en el entorno digital para la promoción turística de la ciudad de Madrid a nivel nacional e internacional. Esta promoción estará basada en la comunicación de los activos turísticos de Madrid y los valores intangibles de la ciudad, tales como su personalidad y su estilo de vida. También aquellos puntos claves del actual Plan Estratégico de Turismo (publicado en la web [www.madrid-destino.com](http://www.madrid-destino.com)) y que se refieren a aspectos como la descentralización, la desestacionalización, la sostenibilidad y la digitalización del destino. Dichos servicios estarán especialmente orientados a captar la atención de mercados emisores como el de Estados Unidos o el de Reino Unido, así como los de los principales países del continente asiático, en especial, el de China y Corea del Sur.

Descripción de los servicios solicitados:

- Servicios de consultoría y asesoramiento para la definición de estrategias de marketing digital. Para el cumplimiento de las funciones de promoción turística, se solicita servicios de asesoramiento en la elaboración de estrategia de marketing digital, desde el previo análisis de las audiencias objetivo para la promoción turística de Madrid (customer journey del usuario/mercado), la definición de objetivos pasando por qué tipo de acciones, canales y contenidos serían los óptimos para conseguir los objetivos marcados, así como un análisis de la first party data recibida a través de los diferentes canales digitales de Madrid Destino área turismo (web, newsletter, etc..) y elaboración de planes de medición de analítica web especialmente teniendo en cuenta la existencia de un ecosistema digital con diversos canales digitales conectados, destacando la web oficial de destino MADRID. El licitador deberá disponer de un equipo especializado y habilitado para la correcta ejecución de estos servicios.
- Servicios de community management basados en la estrategia digital que se defina, incluyendo objetivos, estrategia de contenidos y planes de actuación específicos para cada canal, mercado y segmentos objetivos. Estos servicios de community management se realizarán en español y en inglés, según se indica en el apartado *Características técnicas de los servicios. Gestión del contrato*. A continuación, se describen las tareas a realizar dentro de estos servicios: Gestión de los actuales perfiles turísticos de redes sociales de la ciudad de Madrid y de otros nuevos perfiles que Madrid Destino estimase necesarios crear (Mafenwgo, otras posibles redes sociales asiaticas, etc...); seguimiento de conversaciones generadas con los usuarios. Monitorización de las publicaciones, optimizaciones y analítica social; desarrollo de plan de contenidos, producción y creación de contenidos para redes sociales; definición y ejecución de acciones de dinamización para captar y fidelizar a la comunidad.
- Servicios de asesoramiento en la definición de estrategia de contenidos para la página web oficial de turismo en consonancia con la estrategia de contenidos propuesta para los perfiles de RRSS, para, así, crear una estrategia de contenidos sólida, transversal y común en todas las plataformas digitales de la marca turística Madrid. El adjudicatario no deberá ni crear, ni desarrollar ni gestionar dichos contenidos para esa web, únicamente servicios de asesoramiento

- Servicios de analítica web y social relativa a los canales digitales de promoción turística de Madrid Destino (web, perfiles de RRSS; etc.). El adjudicatario deberá asesorar a Madrid Destino sobre el Plan de medición de las acciones digitales en base a la estrategia y objetivos marcados anteriormente y deberá asesorar en la configuración y definición de eventos/kpi's en las plataformas de analítica de tráfico y otras plataformas de data del usuario que Madrid Destino disponga para la gestión de acciones de promoción digitales. Es decir, el adjudicatario deberá definir y configurar eventos clave en GA4 para evaluar el impacto en los objetivos de marketing y de negocio. Medición completa y captura de dimensiones clave para generar audiencias dinámicas en GA4 y segmentarlas para impactar de manera más efectiva en los usuarios interesados en la web. Implementar y configurar el código de GTM en la web. Centralizar todas las configuraciones en GTM para garantizar uniformidad y consistencia. Para ello, Madrid Destino proporcionará al adjudicatario los accesos y permisos necesarios a las herramientas de medición correspondientes y/o otras plataformas que Madrid Destino pueda disponer. Igualmente, se solicitan los servicios de diseño y configuración de dashboards (ej: *Google data studio*, etc..) así como asesoramiento en la obtención y tratamiento de la data a través de herramientas digitales.

Características técnicas de los servicios. Gestión del contrato

A continuación, se describe la actividad prevista en cuanto a los servicios de agencia de marketing digital incluyendo servicios de community management durante la duración del contrato, así como el proceso para la solicitud de los servicios por parte Madrid Destino y para la ejecución de los servicios por parte del adjudicatario:

**1) Definición de la estrategia social media para la promoción turística de Madrid a nivel nacional e internacional**, para lo que se exige un análisis de los perfiles de redes sociales de la marca turística Madrid, que actualmente son:

Perfiles de turismo:

- **Facebook:** <https://www.facebook.com/visitamadridoficial>) publicando contenidos en español e inglés 351.000 seguidores en mayo 2025
- **Equis** ([https://equis.com/Visita\\_Madrid](https://equis.com/Visita_Madrid)) publicando en español con 104.000 seguidores en mayo 2025
- **Instagram** ([https://www.instagram.com/visita\\_madrid/](https://www.instagram.com/visita_madrid/)) publicado en español e inglés con 395.000 seguidores en 2025
- **LinkedIn Visita Madrid** (<https://www.linkedin.com/company/visitmadrid/>) 7.000 seguidores en mayo 2025
- **LinkedIn Madrid Convention Bureau** <https://www.linkedin.com/company/madrid-convention-bureau> publicado en español e inglés, 13.000 seguidores en mayo 2025
- **YouTube:** (<https://www.youtube.com/user/esMADRIDtelevision>), publicando en español e inglés, con 15.100 suscriptores en mayo 2025

Objetivos generales para definir la estrategia social media

- Generar inspiración por el destino turístico Madrid presentando la ciudad a través de experiencias sensoriales, afectivas y de estilo de vida que generen deseo en el usuario final.
- Incremento de la notoriedad de la marca turística Madrid y de su oferta.
- Generar tráfico a los sites de la marca turística Madrid y mejorar su posicionamiento orgánico en buscadores, especialmente en mercados internacionales.
- Incrementar las referencias del destino Madrid y difundir contenidos del destino en publicaciones digitales y en redes sociales.
- Aumentar y fidelizar la comunidad de los perfiles turísticos de Madrid, concretamente y para un periodo de 12 meses contando a partir del inicio del servicio, siendo la prioridad conseguir seguidores residentes en mercados internacionales.

#### Objetivos concretos para cada perfil

- En **Facebook** (<https://www.facebook.com/visitamadridoficial>),  
Crecimiento en el número de seguidores de al menos un 7% anual partiendo de la fecha de inicio del contrato.  
El engagement rate (orgánico) se calculará mediante una herramienta digital propuesta por la empresa adjudicataria y aprobada por Madrid Destino, cuyo uso deberá mantenerse para realizar dicho cálculo a lo largo de toda la duración del contrato.  
ER% orgánico:  
$$\frac{\text{Nº Interacciones (de contenidos publicados)}}{\text{Alcance (orgánico)}}$$
Se plantea como objetivo para los próximos 12 meses a partir de la firma del contrato un promedio anual ER% de 5%.
- En **Equis** ([https://equis.com/Visita\\_Madrid](https://equis.com/Visita_Madrid))  
Crecimiento en el número de seguidores de al menos un 4% anual, partiendo de la fecha de inicio del contrato.  
El engagement rate (orgánico) se calculará realizando la siguiente fórmula:  
ER%:  
$$\frac{\text{Nº Interacciones (de contenidos publicados)}}{\text{Total Impresiones}}$$
Se plantea como objetivo para los próximos 12 meses a partir de la firma del contrato un promedio anual ER% de 2%.
- En **Instagram** ([https://www.instagram.com/visita\\_madrid/](https://www.instagram.com/visita_madrid/))  
Crecimiento en el número de seguidores de al menos un 35% anual, partiendo de la fecha de inicio del contrato.  
El engagement rate (orgánico) se calculará realizando la siguiente fórmula:  
$$\frac{\text{Nº Interacciones (de contenidos publicados)}}{\text{Alcance (orgánico)}}$$

Se plantea como objetivo para los próximos 12 meses a partir de la firma del contrato un promedio anual ER% de 7%.

- En LinkedIn (<https://www.linkedin.com/company/visitmadrid/>) perfil profesional de Visita Madrid. Las publicaciones deberán ser en español e inglés. Como objetivo se plantea 2.500 nuevos seguidores para los 12 meses a partir de la firma del contrato, de los cuales el 40% debe ser del mercado internacional.
- En LinkedIn (<https://www.linkedin.com/company/madrid-convention-bureau/>) perfil profesional de Madrid Convention Bureau. Las publicaciones deberán ser en inglés. Como objetivo se plantea un aumento del 9% anual para los 12 meses a partir de la firma del contrato con un aumento del ER del 30%

Estos objetivos se han definido para los 12 meses del contrato. Como norma general,) para los periodos de 12 meses sucesivos, y como normal general, los porcentajes de incremento en el número de seguidores serán los mismos, realizándose sobre el número de seguidores obtenido al finalizar los 12 meses justo anteriores. En el caso del indicador “promedio engagement rate” deberá ser al menos 2 puntos superior al solicitado para los 12 primeros meses del contrato y así sucesivamente. Aun así, Madrid Destino se reserva el derecho de revisar esta norma, no exigiendo al adjudicatario cifras que superen las marcadas como norma general.

#### RESUMEN DE LOS OBJETIVOS POR PLATAFORMA

	<b>Inc. % anual N° seguidores. Objetivo</b>	<b>Promedio Engagement Rate (% ER). Objetivo</b>
	12 meses	12 meses
FACEBOOK	<b>7%*</b>	<b>5%</b>
EQUIS (español)	<b>4%</b>	<b>2%</b>
INSTAGRAM	<b>35%**</b>	<b>7%</b>
LINKED IN VISITA MADRID	<b>2.500</b> nuevos seguidores***	
LINKEDIN MCB	<b>9%****</b>	30%

\* Incremento del 2% a final de año en el % de audiencia internacional sobre la audiencia total.

\*\*Incremento del 5% a final de año en el % de audiencia internacional sobre la audiencia total.

\*\*\* el 40% de esos 2.500 nuevos seguidores deben ser audiencia internacional

\*\*\*\*Incremento del 30% a final de año en el % de audiencia internacional sobre la audiencia total.

### Entregables de la estrategia social media

El adjudicatario deberá aportar 3 entregables:

- 1 informe con Estrategia Social media para el cumplimiento de los objetivos marcados para cada red social, que al menos deberá contemplar los siguientes aspectos para cada plataforma/red social:
  - Análisis de cada red, especialmente perfil del usuario general. Penetración por franja de edades.
  - Definición de nuestro target (edad, sexo, intereses, procedencia/origen).
  - Valores/territorios y tono de la comunicación. Propuesta de estrategia de contenidos
  - 1 entregable en las primeras 4 semanas a partir de la reunión de briefing/kick off con Madrid Destino
- 1 análisis benchmarking de perfiles redes sociales de los 5 principales destinos urbanos competidores de Madrid y 3 perfiles dedicados a temática de Madrid
  - 1 entregable en las primeras 4 semanas a partir de la reunión de briefing/kick off con Madrid Destino
- 1 plan de contenidos anual y calendario incluyendo también actividades de dinamización (captación de audiencias, por ejemplo,) para el logro de los objetivos
  - 1 Informe entregable en las primeras 6 semanas a partir de la reunión de briefing/kick off con Madrid Destino

El adjudicatario deberá presentar estos informes a Madrid Destino y cumplir las fechas de entrega establecidos anteriormente.

## **2) Gestión, optimización y dinamización diaria de los perfiles de RRSS turísticos de Madrid**

### Frecuencia de las publicaciones

El número mínimo de publicaciones que Madrid Destino estima conveniente es el siguiente para cada uno de los perfiles. El tipo y frecuencia de publicaciones podrá modificarse en función de la recomendación de las estrategias que el adjudicatario debe entregar y que Madrid Destino deberá valorar y aprobar.

- Facebook: publicación de contenidos bilingüe en español e inglés (<https://www.facebook.com/visitamadridoficial>). 2 x 7 días (lunes-domingo).
- Equis: publicación de contenidos en español, ([https://equis.com/Visita\\_Madrid](https://equis.com/Visita_Madrid)). 3 x 7 (lunes- domingo).
- Instagram: publicado de contenidos bilingüe en español e inglés ([https://www.instagram.com/visita\\_madrid/](https://www.instagram.com/visita_madrid/)): 1 x 7 (lunes-domingo).
- LinkedIn Visit Madrid, publicado en español o inglés según convenga en cada caso (<https://www.linkedin.com/company/visitmadrid/>). 3-4 publicaciones a la semana (lunes-viernes).
- LinkedIn Madrid Convention Bureau: publicado en inglés (<https://www.linkedin.com/company/madrid-convention-bureau>) 1 x 5 (lunes-viernes)

### Desarrollo de plan de contenidos para redes sociales



**Planillo mensual:** se preparará un plan de contenidos con una periodicidad MENSUAL y se presentará a MADRID DESTINO al menos con 4 semanas de antelación a la fecha de inicio de la actividad prevista.

**Calendario editorial quincenal:** se presentará un calendario de contenidos desarrollados con copy y planteamiento foto/video con una periodicidad QUINCENAL que se deberá entregar al menos 2 semanas antes de la fecha de inicio correspondiente. Para la realización de este plan editorial, el adjudicatario siempre deberá realizar labores de investigación y búsqueda de información, actividad y activos turísticos de la ciudad a través de fuentes oficiales o veraces que sean convenientes para el plan editorial. El adjudicatario deberá reflejar en los contenidos para las RRSS un conocimiento profundo de la ciudad y del destino (tanto sus novedades como sus activos turísticos, su historia y su cultura local). Para ello, el adjudicatario se compromete a que el equipo de community management reciba formación sobre el destino antes de los tres primeros meses desde el inicio del contrato. También deberá cubrir aquellos eventos ocurridos en la ciudad que sean estratégicos y relevantes para extraer información de primera mano y en tiempo real, así como material gráfico y audiovisual. El adjudicatario deberá también contrastar dicha información de tal manera que el contenido del plan editorial sea adecuado, veraz, riguroso en cuanto a la información que aporta, relevante para los usuarios y responda a la estrategia y expectativas de la marca.

Tanto el planillo mensual como el calendario editorial quincenal deberán ser aprobados por MADRID DESTINO antes de su publicación.

#### Tipo de contenidos

El plan de contenidos deberá contemplar, a grandes rasgos y, como orientación, los siguientes ejes temáticos, cuyo peso en la totalidad de las publicaciones dependerá de los objetivos, estrategia e intereses marcados para cada mercado:

- Campañas temporales: Madrid en Navidad, Semana Santa, verano, otoño, etc., para comunicar los productos y agenda que ofrece la ciudad en periodos temporales concretos.
- Activos de la ciudad: entendidos no solo todos aquellos espacios o lugares icónicos de la ciudad que forman parte de la riqueza del destino, sino también cualquier tipo de experiencia, actividad, que por sus características pueda ser de interés, y forme parte de la riqueza cultural, artística, patrimonial, de ocio o de otra índole del destino turístico.
- Productos específicos: desarrollo de contenidos en función de intereses, tales como un turismo familiar, gastronómico, arte & cultura, LGTBIQ, etc.
- Agenda de ciudad: eventos que acontecen en la ciudad (deportivos, culturales, musicales, etc.).
- Productos y servicios turísticos que vende Madrid Destino (Tarjeta turística, El Faro de Moncloa, visitas guiadas, etc.).
- Una videoagenda semanal que se publicará en el perfil de Instagram, Facebook y Equis.
- Entre dos y cuatro webinars al año, orientados al público profesional, para su publicación en Youtube y/o LinkedIn.
- Temáticas +relato Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Madrid: el planillo mensual incluirá contenidos relacionados con las temáticas centrales del Plan Estratégico de Turismo de Madrid, que son: sostenibilidad, descentralización, desestacionalización y digitalización. Además, serán objeto de diferentes campañas específicas y acciones especiales repartidas a lo largo del año.



- Infografías que recogerán información de relevancia sobre Madrid y el sector turístico, orientadas a su publicación en LinkedIn.

Para estos contenidos, será el equipo de la agencia quien deberá cubrir y generar el material necesario para elaborar los contenidos del plan editorial.

### Estilo fotográfico

Para ilustrar los contenidos del plan editorial, el adjudicatario deberá presentar a Madrid Destino propuestas de estilo de producción fotográfico y audiovisual que sean adecuadas para la comunicación en RRSS y que Madrid Destino deberá aprobar. El adjudicatario deberá generar todo el material necesario para la correcta ejecución y publicación de dicho plan: mínimo 20 fotografías originales y 5 videos breves al mes – estilo reel-, más una videoagenda semanal de 45-60”, pudiendo ser el resto contenido audiovisual compartido de terceros o UGC (user generated content). Todo el material original proporcionado por el adjudicatario pasará a ser propiedad de Madrid Destino pudiendo ser publicado en los canales que Madrid Destino considere oportuno.

En cuanto a la parte visual/gráfica de los perfiles de redes sociales, el adjudicatario deberá asesorar a Madrid Destino sobre cambios recomendados en cuanto al grafismo del perfil, mejoras, novedades y tendencias que las plataformas (Facebook, Equis, etc.) vayan ofreciendo. Igualmente, asesorará y propondrá a Madrid Destino nuevos e innovadores formatos que las plataformas incorporen y cuyo uso y eficacia se justifique para los perfiles de turismo Madrid.

### Código de estilo

Para ejecutar la comunicación en redes sociales, el adjudicatario deberá ceñirse y tener en cuenta el Código de Estilo planteado por el responsable de redes sociales de Madrid Destino. A modo orientativo, y de manera general, adaptándose a las peculiaridades de cada una de las redes sociales/plataformas, se detallan algunas de las directrices:

- Los copios deberán ser lo más breves posible y aportar la máxima información sobre el destino, que deberá ser útil y relevante para los seguidores. La publicación de estos mensajes y la respuesta activa a los seguidores se realizará de forma diferenciada y atendiendo a la peculiaridad de cada una de las redes, todos los días, tanto por la mañana como por la tarde.
- Se conversa, es decir, se escucha y se responde de la forma más inmediata y clara posible.
- No se transmitirán opiniones personales sobre ningún tema (política, sociedad, etc.).
- No se transmitirán contenidos que puedan resultar ofensivos, racistas, sexistas o discriminatorios en cualquier sentido.
- El tono de las publicaciones y conversaciones deberá ser educado, aunque cercano, no inclinándose excesivamente a la informalidad.
- Los contenidos se publicarán siempre desde el punto de vista de la ciudad de Madrid. Es decir, el emisor del mensaje es la ciudad de Madrid, no la empresa, administración u organismo público.
- Las fotos y videos publicados en los perfiles deberán ser de máxima calidad, en cuanto al enfoque y concepto de la foto y/o video y también en cuanto a la resolución o calidad técnica de la pieza.
- Siempre que sea pertinente, los contenidos publicados en los perfiles tendrán como referencia digital principal la web oficial de turismo de la ciudad de Madrid, [www.esmadrid.com](http://www.esmadrid.com) u otra URL si así lo indicara Madrid Destino.



**3) Realización de informes:** se aportarán **informes mensuales** que mostrarán los datos de medición, así como el status con respecto a la consecución de los objetivos (KPIs). El adjudicatario deberá disponer de herramientas de analítica *social* como, por ejemplo: Sprout Social, HubSpot, Buffer, Talkwalker, Hootsuite, Google Analytics... etc. Estos informes deberán contener también un análisis benchmarking de los canales digitales y redes sociales de 5 destinos urbanos competidores del destino Madrid y 3 perfiles dedicados a temática de Madrid, que se concretarán al inicio del contrato por parte de Madrid Destino. Por otro lado, un análisis de los contenidos de tendencia relacionados con Madrid y publicados por 3 perfiles que se concretarán por Madrid Destino al inicio del contrato.

También un **informe anual de tendencias de redes sociales** que al menos analicen Instagram, Facebook, LinkedIn y otras redes o plataformas que puedan surgir, así como un **análisis de tendencias de redes sociales en el mercado asiático** (China, Corea, Japón).

**4) Definición, ejecución y control de acciones de dinamización:** el adjudicatario deberá proponer diversas acciones para dinamizar las redes sociales y aumentar la interacción con los seguidores y nuevos seguidores. Las acciones podrán ser cualquier propuesta de valor que pueda cumplir los objetivos anteriormente establecidos. El número de acciones de dinamización irá en función de la recomendación planteada en la estrategia social media y de los objetivos planteados, pero como orientación, se prevé como mínimo 6 al año.

**5) Gabinete de crisis:** El área de Turismo de Madrid Destino está en constante revisión y redefinición de un **Plan de Comunicación de situaciones de crisis** que afectan al sector turístico, que recogerá los protocolos de actuación para la gestión de estas situaciones que pudieran afectar al sector del turismo y a la imagen y reputación de la marca Madrid como destino. Este manual incluye y detalla un protocolo específico para la comunicación offline y online ante cualquier incidente. El adjudicatario deberá, por tanto, incorporar entre sus funciones la puesta en marcha, ejecución y control de los comunicados y las conversaciones derivadas que debieran realizarse desde los perfiles turísticos de redes sociales de la ciudad de Madrid, siguiendo el protocolo mencionado.

**6) Contenidos específicos para campañas con partners estratégicos:** elaboración y redacción de textos para el entorno de social media para proyectos específicos que Madrid Destino lleve a cabo en colaboración con terceras partes o partners estratégicos en su actividad de promoción turística nacional e internacional.

## **EQUIPO**

El adjudicatario deberá disponer de recursos técnicos y un equipo humano cualificado y con experiencia de al menos 5 años en servicios de marketing digital y community management, proporcionando los perfiles adecuados para que el adjudicatario desempeñe las tareas incluidas en el contrato con la excelencia y calidad exigidas por Madrid Destino. Todos deberán residir en Madrid. El adjudicatario como parte de esta oferta, deberá entregar un organigrama del equipo que se encargará del cumplimiento de los servicios del contrato, detallando el número de profesionales, sus perfiles profesionales, y grado (expresado en %) de dedicación a la cuenta del 100% de su tiempo.



Estos medios materiales y personales con al menos 5 años de experiencia son considerados un requisito crítico ya que, por la complejidad del contrato, el volumen de trabajo, la calidad y precisión de las piezas que se exigen, así como la necesidad del buen entendimiento de nuestro público objetivo se necesitan personas con un buen conocimiento en servicios de marketing digital y community

Los perfiles demandados y una breve descripción son:

1. **Responsable de Medios Sociales (1) (Social media Manager):** Estrategia y planes contenidos. Supervisión, revisión y control de la estrategia de perfiles. Mejora rendimiento. Informes. Dedicación de la persona: 30%
2. **Fotógrafos y videomakers (2):** Realización de fotografías y videos para la alimentación de los diferentes perfiles. Conocimiento de formatos específicos para redes sociales. Dedicación uno al 100% y el otro al 50%. El perfil con dedicación del 50% deberá tener conocimiento de las redes sociales chinas (etc..) e idioma nativo chino.
3. **Community Manager/redactor en español (1):** elaboración de los copies en español de los distintos perfiles. Programación de los posts de todos los perfiles, así como gestión de sus comunidades Optimización. Mejoras. Incidencias. Dedicación de la persona: 100%.
4. **Redactor/copy senior en inglés (1):** redactor nativo inglés, dedicación de la persona: 30%
5. **Analista de datos (1) (web y RRSS):** Plan de medición de las acciones digitales en base a la estrategia y objetivos marcados anteriormente y asesoramientos en la configuración y definición de eventos/kpi's en las plataformas de analítica de tráfico y otras plataformas de data del ecosistema digital de turismo Madrid Destino. Deberá definir y configurar eventos clave en GA4 para evaluar el impacto en los objetivos de marketing y de negocio. Medición completa y captura de dimensiones clave para generar audiencias dinámicas en GA4 y segmentarlas para impactar de manera más efectiva en los usuarios interesados en la web. Implementar y configurar el código de GTM en la web. Centralizar todas las configuraciones en GTM para garantizar uniformidad y consistencia. . Configuración y diseño de dashboards con métricas principales respondiendo a las directrices y necesidades del cliente. Dedicación de la persona: 30%.

Horario de interlocución con el cliente:

El servicio deberá estar cubierto siempre, proporcionando personal igualmente cualificado según las especificaciones de perfiles descritas arriba para cubrir los periodos vacacionales del equipo propuesto. El licitador deberá garantizar una comunicación disponible con sus interlocutores en Madrid Destino, mínima de tres horas en horario de mañana (entre las 9h y las 14h) y de una hora por la tarde (entre las 15h y las 17h). El horario definitivo se acordará una vez realizado el contrato.



Cualquier modificación del equipo propuesto (en caso de que el trabajador deje la empresa, bajas de larga temporalidad, etc.) deberá comunicarse con la antelación suficiente (15 días de preaviso mínimo para cese en la empresa) a Madrid Destino para su validación y conformidad del perfil nuevo a cubrir el servicio.

Igualmente, el adjudicatario, para el mantenimiento de los perfiles de RRSS mencionados, deberá gestionar y asumir el gasto de verificación de las cuentas de los perfiles, que pudiera generarse en el transcurso de la ejecución del contrato.

### **Ejercicio práctico**

Las empresas licitadoras deberán realizar un ejercicio práctico que será parte de la Oferta del licitador (sobre B DE "CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES") y será valorada conforme a los criterios previstos en el apartado 18 del Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, LOTE 1.- Servicios de agencia de marketing digital incluyendo servicios de community management.. Dicho ejercicio, se presentará en formato PDF y no podrá exceder las 20 páginas.

#### Briefing ejercicio práctico agencia de marketing digital incluyendo servicios de community management:

**PUNTO 1.-** Desarrollo y producción de diferentes publicaciones para cada uno de los perfiles de turismo de redes sociales de Madrid (Instagram, Facebook, Equis y LinkedIn) repartidos según se explica en el cuadro resumen (ver más abajo). El objetivo de dichas publicaciones es lograr un objetivo de engagement, siguiendo las directrices y Código de Estilo explicado y detallado en el apartado de Características técnicas de los servicios. Las temáticas a desarrollar a desarrollar son las siguientes:

1. Agenda de ciudad: eventos importantes que se celebran en la ciudad de Madrid (grandes torneos deportivos o conciertos de gran repercusión, por ejemplo)
2. Celebraciones como las Fiestas de San Isidro o momentos del año que pueden atraer viajeros a Madrid, como, por ejemplo, San Valentín o Semana Santa.
- 3- Activos de la ciudad/producto: monumentos icónicos de Madrid (Palacio Real, Plaza Mayor, Paisaje de la Luz, Estadio Santiago Bernabéu, Puerta del Sol, El Oso y el Madroño, etc.), barrios de Madrid y rincones más desconocidos o activos intangibles de la ciudad (estilo de vida, carácter madrileño, gastronomía tradicional y de vanguardia, destino LGTBIQ+... etc.).
4. En el caso de la publicación de LinkedIn, producto de interés específico para agentes de viajes y, en general, audiencia profesional de turismo.

Estas publicaciones podrán realizarse y presentarse con algunos de estos formatos, de forma indistinta para los diferentes perfiles de redes sociales

- Texto e imagen (formato post photo, post galería de fotos, stories...).
- Texto y video (formato post video, reel, stories...)
- Texto e infografía/ilustración (exclusivo para LinkedIn)

**RESUMEN DE LOS CONTENIDOS SOLICITADOS EN ESTE PUNTO**

	FACEBOOK <a href="https://www.facebook.com/visitamadridoficial">https://www.facebook.com/visitamadridoficial</a>	INSTAGRAM <a href="https://www.instagram.com/visita_madrid/">https://www.instagram.com/visita_madrid/</a>	LINKED IN <a href="https://www.linkedin.com/company/visitmadrid/">https://www.linkedin.com/company/visitmadrid/</a> , Destinado a público profesional del turismo	EQUIS <a href="https://x.com/Visita_Madrid">https://x.com/Visita_Madrid</a>
AGENDA	1 publicación bilingüe ES/EN			1 publicación en ES
FESTIVIDAD O EVENTO ESPECIAL	1 publicación bilingüe en ES/ EN	1 publicación bilingüe ES /EN		1 publicación en ES
ACTIVOS/PRODUCTO		1 publicación copy+foto bilingüe ES/ EN 1 reel con copy out bilingüe ES/EN, 1 story con copy in y out en EN	1 post bilingüe en EN/ES	
<b>Total nº de publicaciones</b>	<b>2 publicaciones</b>	<b>4 publicaciones</b>	<b>1 publicación</b>	<b>2 publicaciones</b>

**PUNTO 2.-** Desarrollo de un plan de contenidos y acción especial para la promoción de la temática ‘San Valentín en Madrid’ en los perfiles:

FACEBOOK <https://www.facebook.com/visitamadridoficial>,

INSTAGRAM [https://www.instagram.com/visita\\_madrid/](https://www.instagram.com/visita_madrid/).

La acción deberá estar dirigida a los seguidores de nacionalidad extranjera, con el objetivo de captar el mayor número de seguidores nuevos para estos canales. El licitador deberá diseñar **un plan 360º** incorporando un mini plan editorial específico con formatos innovadores que conste de un total de **seis publicaciones, con copias en inglés, distribuidas equitativamente entre las dos redes sociales**. También se pide **una acción especial** enfocada a obtener un gran impacto entre la audiencia. Dicha acción deberá estar explicada y justificada junto a una estimación de los resultados esperados que se conseguirían, orientados al incremento de seguidores de ambas plataformas.



## LOTE 2: SP25-00292 Servicios de agencia creativa de publicidad

### Objeto del contrato

Este contrato tiene como objeto los servicios de agencia creativa de publicidad incluyendo desarrollo de creatividad gráfica y audiovisual durante 2 años, prorrogable a 2 años más o periodos inferiores. Madrid Destino requiere la contratación de estos servicios para realizar campañas de publicidad de turismo en el entorno offline y online para la promoción turística de la ciudad de Madrid especialmente en mercados internacionales.

### Descripción de los servicios solicitados

- Servicios de creatividad y producción de piezas para campañas de publicidad. El Departamento de Marketing Estratégico de Madrid Destino desarrolla campañas publicitarias especialmente en medios digitales, aunque no exclusivamente, tanto en mercado nacional como internacional. Este servicio incluye: la conceptualización creativa; producción de materiales publicitarios (gráfica, redacción creativa, contenidos audiovisuales, piezas display, anuncios redes sociales); servicios de coordinación para producciones fotográficas y/o audiovisuales necesarias para ejecutar el concepto de la campaña y desarrollar las piezas necesarias; diseño y desarrollo de landing pages específicas; copywriting y adaptación a idiomas; adaptaciones a formatos y especificaciones técnicas solicitados para cada campaña (entregables) y gestión de entrega de dichos materiales en los plazos necesarios. Definición, ejecución y control de acciones especiales (sorteos, concursos, etc.) vinculadas a campañas. Adicionalmente, se podrá solicitar la adaptación de la línea gráfica vigente de turismo a otros soportes (powerpoint, folletos, etc.)
- Entrega de informe sobre tendencias creativas (tanto gráfica como audiovisual) cuyo briefing será concretado por Madrid Destino más adelante y que deberá entregarse a las 4 semanas máximo después de la reunión de briefing./kick off.

### Características técnicas de los servicios. Gestión del contrato:

- **Descripción**

Creatividad para publicidad en medios: Servicios de creatividad y producción de piezas para campañas de publicidad principalmente, aunque, no exclusivamente, en medios online (como orientación una inversión anual en el medio online de 1 MM € aproximadamente) en mercado nacional e internacionales (EE.UU., Oriente Medio, Europa- Italia, Francia, Alemania, Reino Unido-, Latinoamérica – México, Brasil, Colombia, Argentina, China, Corea y Japón). Estrategia creativa, realización de bocetos para gráfica especialmente para medio prensa y medio exterior (gráfica y video) y sus adaptaciones al resto de medios digitales. Las piezas también deberán adaptarse a otros canales propios de Madrid Destino, que sirvan para la difusión: portal esmadrid.com, pantallas digitales en oficinas de turismo de la ciudad de Madrid, revista esMADRID magazine, etc.... Estos servicios, por tanto, incluyen tareas de:

- a. Conceptualización, producción de materiales publicitarios (gráfica, redacción creativa, contenidos audiovisuales, piezas display, anuncios redes sociales, etc.), gestión y pago de derechos de imagen para uso publicitario a nivel nacional e internacional para un periodo de 1 año (se concreta más adelante lo que se solicita en este sentido (\*).

- b. Copywriting y adaptación a idiomas (EE.UU., Oriente Medio, Europa, Latinoamérica, chino mandarín y tradicional, coreano y japonés), formatos y especificaciones técnicas solicitados para cada campaña (entregables) y gestión de entrega de dichos materiales en los plazos necesarios.
- c. Diseño y contenido, desarrollo y programación de landing page específicas y para todos los idiomas necesarios para campañas específicas (no siendo de manera regular o frecuente). Servicios de diseño de htmls u otros formatos necesarios para el envío de newsletter corporativa o de campaña a la BBDD de Madrid Destino /área Turismo.
- d. Definición, desarrollo, ejecución y control de acciones especiales (sorteos, concursos, etc.) vinculadas a campañas.
- e. Gestión y pago de la cesión de derechos de imagen de modelos y los derechos de autor para uso en campañas (online y offline) en nombre de Madrid Destino.

(\*) El licitador deberá disponer de uno o varios bancos de imágenes y vídeo para poder obtener material para la buena realización de las propuestas gráficas. Los gastos derivados de dichos bancos de imágenes, tanto de suscripción como de descargas, deberán correr a cargo del adjudicatario. Para las piezas audiovisuales, el licitador deberá asumir también los costes de librería de música y 3 sesiones de locución en un idioma, para piezas/spots de uso publicitario en ámbito internacional.

(\*\*)

Para la realización de producciones publicitarias de mayor envergadura y que impliquen contratación de modelos, como parte del precio del contrato, se destina una parte del presupuesto a concepto de "Coste material, producciones audiovisuales/fotográficas para campañas de publicidad". Este presupuesto se podrá consumir, previa autorización por parte de Madrid Destino, y deberá justificarse ante presentación de la factura del coste de producción para las campañas de publicidad (Se estima como orientación no vinculante, una producción fotográfica al año)

Para cada contratación de modelos, aprobada y englobada dentro del presupuesto "Coste material, producciones audiovisuales/fotográficas para campañas de publicidad", se deberá desglosar siempre:

- Coste por jornada del modelo
- Derechos de imagen duración 1 año desde su difusión en una campaña de publicidad, incluyendo ámbito geográfico y formatos.
- Precio ya negociado por la renovación de derechos por un año más (en caso de ser solicitado por Madrid Destino más adelante)

A modo orientativo y no vinculante, y para orientación del licitador de cara a su oferta económica, se estiman para el periodo de 12 meses, 12 campañas que podrán estar sujetas o no al presupuesto de "Coste material, producciones audiovisuales/fotográficas para campañas de publicidad". Dichas campañas se pueden clasificar dentro de las categorías: branding, conversión/performance para medios online y RRSS (descargas apps, leads, etc.), campañas para el sector profesional, campañas estacionales y, por último, campañas de comarketing (a través de acuerdos con turoperadores y/o líneas aéreas). Formatos orientativos para cada campaña: gráfica, display, formatos nativos, branded content/advertorials, 1-3 videos 15"-20" tanto en formato vertical (9:16) como en formato horizontal (16:9) y para usos tanto digital, como Exterior, y Connected TV (plataformas de streaming y de contenidos) y fotos con derechos de imagen para publicidad en medios digitales/RRSS/offline (prensa, exterior) a nivel nacional e internacional.

## Proceso

Para el desarrollo de estos servicios de creatividad y producción, el proceso que deberían seguir de manera conjunta el adjudicatario y Madrid Destino sería, de manera orientativa, el siguiente:

1. Entrega de briefing por parte de Madrid Destino.
2. Presentación por parte del adjudicatario de propuestas creativas, que incluyan servicios de conceptualización, aplicación de principales formatos publicitarios (gráfica tanto para prensa como exterior, online y RRSS, audiovisuales a través de un storyboard o similar).
3. Presentación de un calendario o cronograma para desarrollo de la campaña por parte del adjudicatario.
4. Producción y realización del material publicitario sobre la propuesta creativa aprobada por Madrid Destino en base a las necesidades y tipología de medios utilizada en la campaña en medios. Es decir, si se necesita la producción de material gráfico y/o audiovisual. En ese caso, Madrid Destino solicitará y exigirá una excelencia en la calidad de los materiales producidos.
  - Los requerimientos técnicos de las producciones fotográficas realizadas deberán ser al menos con una calidad de 300 píxeles/pulgadas de aproximadamente 200 MB de peso, formato TIFF.

Los vídeos deberán rodarse con estos requerimientos mínimos (4K 3840x2160 con Cámara DSLR con ópticas de cine o fotografía). Se hará entrega de los Master en el codec Apple Prores 422 HQ así como en H.264 y se facilitarán los materiales en bruto de rodaje para archivo. EN resoluciones vertical 6:9 y horizontal 9:16 Como norma general, la creación publicitaria que la empresa adjudicataria desarrolle, así como las piezas que se realicen con dichos materiales, serán entregadas con la gestión de derechos de uso publicitario y derechos de imagen de los modelos resuelta. La empresa adjudicada será la responsable de gestionar y pagar los derechos de uso de propiedad intelectual y los derechos de imagen de los modelos que aparezcan en ellos para su difusión publicitaria de forma concreta en los mercados definidos en el briefing para el periodo de un año a partir de la difusión en medios. El adjudicatario estará obligado a entregar a Madrid Destino, para el archivo/expediente de Madrid Destino, todos los contratos firmados por todos los modelos relacionado con su cesión de imagen para el uso, periodo y ámbito de la campaña correspondiente. En el caso de que existiera la necesidad de utilizar estos materiales fuera de las características y condiciones mencionadas, el adjudicatario deberá facilitar a Madrid Destino el adjudicatario deberá facilitar a Madrid Destino los contactos de las agencias de modelos para que Madrid Destino gestione en el futuro posibles ampliaciones de los derechos de uso de dichos modelos.

Las piezas creativas que se lleven a cabo resultantes de las campañas de publicidad y acciones de marketing previstas en este contrato, tales como contenido en vídeo y fotografía, así como sus materiales 'brutos' de producción, serán propiedad de Madrid Destino sin coste adicional al precio del contrato dentro del alcance de derechos, con la consiguiente libertad de Madrid Destino para su reproducción total o parcial y/o modificación. El adjudicatario deberá entregar a Madrid Destino los brutos de los rodajes resultantes de una producción, 1 mes después de la entrega de la pieza final a Madrid Destino.



Igualmente el adjudicatario, cada 6 meses entregará a Madrid destino los archivos editables de las versiones finales de piezas gráficas de las campañas. Todo ello será para el archivo de Madrid Destino.

Con la finalidad de que Madrid Destino cuente con toda la información relativa al precio de los derechos de propiedad intelectual y de imagen de las creaciones publicitarias resultantes, de cara a una posible renovación de derechos (temporalmente por ejemplo), se solicitará en cada caso, un desglose del precio de las cesiones de derechos de imagen de los modelos y de las cesiones de derechos de propiedad intelectual – fotografías y productoras del vídeo, así como del ámbito geográfico de aplicación. En el caso de que no existieran modelos, la propiedad intelectual de las creaciones desarrolladas pasaría automáticamente a Madrid Destino.

5. A partir de la producción de este material, Adaptación por parte del adjudicatario de los diferentes formatos publicitarios, medidas, especificaciones técnicas, e idiomas según plan de medios (entregables). Concretamente en la tarea de adaptación a idiomas, Madrid Destino solicitará y exigirá una excelencia en la calidad de dicha adaptación idiomática. Para ello, el adjudicatario deberá entregar certificados firmados por traductores profesionales (servicios de copywriting).
6. Creación de contenidos (imagen, videos, etc..) y copies para redes sociales en el caso de que hubiese planificados formatos publicitarios específicos en social media

Para un correcto cumplimiento de todos estos servicios del contrato expuestos, Madrid Destino establecerá un sistema de seguimiento periódico para verificar dicho cumplimiento.

## **EQUIPO**

El adjudicatario deberá disponer de recursos técnicos y un equipo humano cualificado y con experiencia de al menos 5 años en servicios de agencia de publicidad y creatividad, proporcionando los perfiles solicitados para desarrollar las tareas incluidas en el contrato con la excelencia y calidad exigidas por Madrid Destino.

Estos medios materiales y personales con al menos 5 años de experiencia son considerados un requisito crítico ya que se necesitan personas con un gran conocimiento de agencia de publicidad y creatividad y de sus labores por la complejidad del contrato, la necesidad de tener un alto nivel de entendimiento de marcas, de conceptos, así como de analizar los públicos objetivos, además de un nivel de creatividad de alta calidad y así ofrecer la imagen que se solicita de Madrid.

El adjudicatario como parte de esta oferta, deberá entregar un organigrama del equipo que se encargará del cumplimiento de los servicios del contrato, detallando los perfiles profesionales, y grado (expresado en %) de dedicación a la cuenta del 100% de su tiempo, necesario para cumplir los servicios solicitados y según la información orientativa y no vinculante del número de campañas facilitada en este mismo apartado. Los perfiles demandados y una breve descripción son los siguientes:



1. Director de cuentas: Atención al cliente y apoyo estratégico y coordinación equipos. Dedicación 20%
2. Director creativo Ejecutivo: análisis del briefing cliente y en base territorios y atributos de la marca. Propuesta de estrategia y concepto creativos para expresar mensaje principal de forma innovadora, notoria y eficaz. Dedicación 10%
3. Director de Arte senior: aplicación del concepto creativo a planteamiento gráfico y formatos digitales. Desarrollo de Visuales. Organización recursos creativos para campañas. Dedicación 25%
4. Redactor/copy senior aplicación del concepto creativo de la campaña a copias publicitarios, contenidos, rrss, etc., que sea nativo español. Dedicación 30%
5. Redactor/copy senior (aplicación del concepto creativo de la campaña a copy en idiomas) que sea nativo inglés. Dedicación 10%
6. Ejecutivo de cuentas senior: gestión de la cuenta. Atención cliente. Dedicación 50%
7. Director de arte junior (diseñador gráfico): desarrollo de adaptaciones, formatos. Dedicación 75%

### **Ejercicio práctico**

Por último, Madrid Destino solicita al licitador la presentación de una propuesta creativa para una campaña de publicidad con objetivos de branding. Las empresas licitadoras deberán realizar este ejercicio práctico que será parte de la Oferta del licitador (sobre B DE "CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES") y será valorada conforme a los criterios previstos en el apartado 18 del Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, LOTE 2: Servicios de agencia creativa de publicidad. Dicho ejercicio, se presentará en formato PDF y no podrá exceder las 20 páginas.

### **Campaña publicitaria “Experiencias únicas en Madrid”**

#### **Brasil**

#### **Antecedentes:**

En los últimos años, se ha observado un notable aumento en el número de turistas brasileños que eligen Madrid como su destino de viaje.

Siendo, en diciembre, el octavo mercado emisor más importante (en 2023 el noveno) para la ciudad, con un crecimiento (vs 2023) de:

- +12% en visitantes
- + 13.,67% de pernoctaciones
- Y una estancia media de 2,71noches (+1.60%)

(datos Vademecum Madrid Destino)

Esta tendencia se debe a **varios factores**:

- **El creciente de la clase media alta y alta en Brasil**
- **La mejora de las conexiones aéreas entre Brasil y Madrid**



- **El destino Madrid les es especialmente atractivo por su oferta cultural y artística, riqueza histórica y sus monumentos.**

A pesar de estos datos positivos, se observa un gasto medio en destino bastante inferior al que suelen tener en general en España: Madrid: 129,50€, según Turespaña: 254€

### **Campaña “Experiencias únicas en Madrid”**

Con estas primicias, y con el fin de responder al plan estratégico de turismo en el que la sostenibilidad es el eje principal queremos, a través de una campaña publicitaria:

- **Atraer a los turistas brasileños premium a Madrid**
- **Aumentar su ticket medio y la duración de su viaje en Madrid**
- **Hacerles descubrir toda la oferta premium y exclusiva de Madrid**

### **TARGET:**

- No nos centramos tanto en la edad como en sus aficiones e inquietudes como turistas:
  - o Queremos impactar a los brasileños que buscan un destino 360: con cultura, ocio, vida nocturna, gastronomía, arte, historia/monumentos y que quieran descubrir la ciudad como un local viviendo experiencias únicas
  - o poder adquisitivo: medio-alto y alto
  - o proveniencia preferentemente de ciudades con conectividad aérea directa

Según un estudio de Turespaña estos son los principales productos y servicios que buscan los brasileños en España, lo que refuerza el enfoque que queremos dar a esta campaña:



Los productos y servicios más vendidos son:



### **ENFOQUE:**

Vive Madrid en su totalidad, descubriendo experiencias únicas y exclusivas que te harán querer quedarte en Madrid

### **REASON WHY:**

Madrid tiene mucha oferta única que ofrecer a los turistas que quieren descubrir la ciudad de manera auténtica y exclusiva.

Disponemos del único restaurante con espectáculo del mundo con estrella Michelin, nuestras principales pinacotecas ofrecen visitas privadas a puertas cerradas, los estadios de los dos principales clubes de fútbol proponen experiencias VIP para sentirte un futbolero profesional, talleres con artesanos locales que unen tradición y modernidad, el restaurante más viejo del mundo, tours privados por la ciudad o en los diferentes activos (musicales, museos, galerías,...). Sin olvidar la parte de *shopping*, elemento muy atractivo para este target, en la que encontramos zonas de compras exclusivas, otras vanguardistas, zonas de pequeños artesanos, de todo tipo de marcas: internacionales españolas...

Más allá de las experiencias que se puede comprar, Madrid ofrece un estilo de vida único acogedor y de bienestar (entendiéndose como seguridad, amabilidad, cercanía.) que une modernidad y tradición en el que todas las personas que la visitan se sienten bienvenidas.

Sin contar, además, con todos los activos que ofrece Madrid: museos, monumentos, diversidad culinaria, oferta nocturna interminable, jardines y espacios verdes, hoteles de 4 y 5 estrellas para todos los gustos desde el más clásico al más vanguardista, o simplemente la grandeza y belleza de sus edificios al mirar hacia arriba.



## **TONO:**

El tono deberá transmitir lujo, excelencia y exclusividad, pero también ser vital, alegre para reflejar la personalidad de Madrid y su lado más acogedor. En el caso de que se desee proponer otro tono, se tendrá que justificar y aportar elementos que demuestre que este corresponde al storytelling de la marca y al target brasileño

## **¿Qué necesitamos?**

Necesitamos que en base a estos datos y a este brief se realice:

1. Conceptualización creativa de la campaña. El licitador deberá incluir en el ejercicio práctico un concepto y estrategia creativa, explicado a través de racional, que justifique la adecuación e idoneidad de ese concepto creativo para la consecución de los objetivos, y teniendo en cuenta target y storytelling de la marca. Adecuada para la singularidad del mercado y más concretamente el target. Creatividad innovadora y notoria, y con rasgos y recursos estéticos que refuercen los atributos del destino y sean afines al target al que se dirige. Se deberá respetar la identidad de marca turística de Madrid siguiendo las normas identidad corporativa (Anexo I).
2. Desarrollo creativo del visual de campaña. Como paso siguiente al planteamiento conceptual, el licitador deberá desarrollar una propuesta gráfica, redacción de copies, definición del claim, y otra serie de elementos que considere adecuados para construir la imagen de campaña teniendo en cuenta el target al que va dirigido. Esta propuesta deberá presentarse en un formato A4 y su aplicación a diferentes formatos (ver punto 3)
3. Aplicación a diferentes formatos y soportes: El licitador también deberá incluir en el ejercicio práctico, la aplicación de la imagen de campaña anteriormente definida a los siguientes formatos de piezas y en idioma brasileño.
  - a. Revistas: una página simple y una doble
  - b. Exterior – maqueta (formato muppy digital 10 segundos y pantalla horizontal (5x4m)
  - c. Banners digitales en formato gif - peso máximo 120Kb (como mínimo hacer estos formatos: 300x250 – 650x100 – 300 x600 – 728 x90)
  - d. RRSS: 1 post, 1 reel (maqueta)
  - e. Una maqueta de video de 20 segundos para campaña en youtube
  - f. Un advertorial maquetado de 500 palabras máximo (al ser un ejercicio práctico y para facilitar la redacción de este, partiremos de la base que este advertorial se encontrará en la sección de viajes de una revista de estilo de vida – al no saber las medidas partiremos de un formato estándar A4), este advertorial deberá ir en idioma castellano.

## **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 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.



#### 4. RESPONSABLE DEL CONTRATO DE MADRID DESTINO

Corresponderá de forma exclusiva al responsable del contrato de Madrid Destino la realización de cualesquiera indicaciones relacionadas con la ejecución del contrato y que se encuadren dentro del concepto de coordinación técnica.

Dichas indicaciones se realizarán a las personas que hayan sido designadas por el adjudicatario como responsable del servicio o su sustituto. Las indicaciones se trasladarán preferiblemente por escrito y en su defecto, en case de ser necesario, de forma verbal.

El responsable del contrato de Madrid Destino, en general cualquier empleado de Madrid Destino que intervenga durante la fase de ejecución del contrato, se abstendrá de realizar indicaciones de cualquier tipo referidas a las condiciones de trabajo (horarios, turnos, jornada laboral, vacaciones, permisos y demás) al personal de la empresa adjudicataria.

Asimismo, se abstendrán de trasladar de forma directa al personal de la empresa adjudicataria, distintos al responsable del servicio o su sustituto designado por ésta, cualquier tipo de orden, instrucción o indicación referida a la organización y dirección del trabajo, control, distribución de los tiempos y cuestiones de análoga naturaleza. Estas cuestiones deberán trasladarse al responsable del contrato designado por Madrid Destino para que proceda de acuerdo con lo establecido en la presente cláusula.

#### 5. RESPONSABILIDAD

El adjudicatario será responsable de todos los daños y perjuicios directos e indirectos que se causen a terceros y/o al personal de Madrid Destino, incluido el lucro cesante y el daño emergente, como consecuencia de su culpa o negligencia y/o de las personas que, por cuenta de la misma, intervengan en la ejecución material de la presente contratación.

Asimismo, la Sociedad se compromete a satisfacer el importe de todos los desperfectos ocasionados por culpa o negligencia imputable a la misma y/o al personal por cuenta de la misma y/o bajo su responsabilidad, a los espacios o lugares donde el servicio sea prestado.

La empresa adjudicataria deberá adoptar las medidas oportunas para evitar que de la ejecución del contrato puedan derivarse daños al personal de Madrid Destino, a los empleados municipales y a los ciudadanos en general.

#### 6. 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 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 Anexo III del PCAP.

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 o contractualmente correspondan 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.

## 7. CLÁUSULAS SOCIALES Y CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN

De conformidad con lo establecido en el Decreto de 19 de enero de 2016 del Delegado del Gobierno de Economía y Hacienda por el que se aprueba la Instrucción 1/2016, relativa a la incorporación de cláusulas sociales en los contratos celebrados por el Ayuntamiento de Madrid, sus organismos autónomos y entidades del sector público municipal, serán de obligado cumplimiento por el adjudicatario, las cláusulas sociales establecidas en el presente pliego que se relacionan a continuación, son perjuicio de lo establecido en el pliego de cláusulas administrativas particulares.

El adjudicatario estará obligado a que los bienes o servicios objeto del contrato hayan sido producidos o se desarrollen respetando las normas socio laborales vigentes en España y en la Unión Europea o de la Organización Internacional del Trabajo.

En el cumplimiento del presente contrato se tendrá en cuenta lo establecido en la Convención de Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con diversidad funcional, así como los criterios de accesibilidad universal y de diseño universal o de diseño para todas las personas, tal como son definidos estos términos en el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con diversidad funcional y de su inclusión social, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre (TRLGDPD).

En toda documentación, publicidad, imagen o materiales especiales que, en su caso, deban aportar los licitadores 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 deberá aportar las medidas oportunas para evitar que de la ejecución del contrato puedan derivarse daños al personal de Madrid Destino, a los empleados municipales y a los ciudadanos en general.

En el desarrollo de las páginas web que se deban llevar a cabo en la ejecución del presente contrato o dirigidas a las personas usuarias o beneficiarias del mismo, serán de preceptivo cumplimiento el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso a las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social, aprobado por Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre, así como los protocolos internacionales de accesibilidad (W3C y las Web Content Accessibility Guidelines 1.0. y Norma UNE 139803:2004), que establecen como grado de accesibilidad mínimo obligatorio el nivel AA, aplicable a las páginas de Internet de las Administraciones Públicas (artículos 18, 19 y 20 de la Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de medidas de impulso de la sociedad de la información, artículo 14 de la ley 27/2007, de 23 de octubre, de Reconocimiento de la Lengua de Signos, la Ley 11/2007, de 22 de junio, de Acceso Electrónico de los Ciudadanos a los Servicios Públicos, y artículos 3, 6 y 12 del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre).

Para la acreditación del cumplimiento de esta obligación los licitadores están obligados a presentar una declaración responsable relativa al cumplimiento de estas obligaciones en materia de accesibilidad. Esta declaración responsable deberá incluirse en el sobre relativo a la documentación técnica, especificándose esta obligación de los licitadores tanto en el presente pliego como en el apartado correspondiente a la prestación de la documentación técnica del Anexo I del PCAP.

### **En materia de seguridad y salud laboral**

El adjudicatario 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 puedan afectar a la vida, la integridad y la salud de las personas trabajadoras.

Asimismo, deberá acreditar el cumplimiento de las siguientes obligaciones:

- La evaluación de los 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.

De conformidad con lo anterior, el adjudicatario está obligado a respetar y cumplir la normativa vigente en materia laboral, de seguridad social, de integración social de minusválidos 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. Igualmente es de aplicación el Real Decreto 773/1997, de 30 de mayo sobre disposiciones mínimas de seguridad y salud relativas a la utilización por los trabajadores



de equipos de protección individual, así como el Real Decreto 171/2004, de 30 de enero, de coordinación de actividades empresariales y toda aquella normativa que sea de aplicación y/o se promulguen durante la vigencia del presente procedimiento de contratación.

## **En materia de empleo**

Afiliación y alta en la Seguridad Social de las personas trabajadoras destinadas a la ejecución del contrato, así como de todas las sucesivas incorporaciones que puedan producirse.

El adjudicatario se compromete a tener asegurados a todos sus trabajadores que realicen el servicio, cubriendo incluso la responsabilidad civil que cualquier accidente pudiera ocasionar, así como dotar a las personas que ejecuten el servicio de todos los medios materiales referidos a Seguridad y Salud Laboral que ordena la legislación vigente.

El adjudicatario 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 entidad adjudicataria principal destinado a la ejecución del contrato.

Para el cumplimiento de esta obligación, la entidad adjudicataria aportará una declaración responsable al efecto, al inicio del contrato, en la que se señale que las personas trabajadoras destinadas a la ejecución del mismo se encuentran afiliadas y dadas de alta en la Seguridad Social.

En todo caso, el responsable del contrato y/o en su caso el órgano de contratación podrá solicitar, cuando lo considere oportuno, la aportación de la documentación que acredite el contenido de la declaración responsable.

Junto con lo anterior y como **CONDICIÓN ESPECIAL DE EJECUCIÓN**, se establecen las indicadas a continuación:

- La entidad adjudicataria deberá designar una persona de contacto, vinculada a la entidad y con formación específica en la materia, para la supervisión y el control de la aplicación de las condiciones de seguridad y salud laboral exigibles, así como para la detección de posibles incidencias que surjan en este ámbito, sin perjuicio de las funciones encomendadas al coordinador de seguridad y salud, en su caso.



- La entidad adjudicataria deberá tener a disposición la documentación completa y verificable sobre los trabajadores y trabajadoras empleados, a presentarla al órgano de contratación cuando éste lo requiera y a advertir a las personas trabajadoras sobre la posibilidad de una inspección por parte de dicho órgano.

Con carácter previo a la finalización del contrato, la entidad adjudicataria deberá presentar un informe relativo al cumplimiento de las obligaciones sociales que le fueran exigibles legal o contractualmente, sin perjuicio de que el responsable del contrato de MADRID DESTINO verifique su cumplimiento a lo largo del periodo de vigencia de la contratación.

8. Control en la ejecución de las especificaciones técnicas, condiciones especiales de ejecución y criterios de adjudicación.

La persona responsable del contrato designada por el órgano de contratación supervisará de forma periódica el cumplimiento de las obligaciones que en relación con las cláusulas sociales generales y las condiciones especiales de ejecución se han impuesto directamente a la empresa adjudicataria en el presente pliego o hayan sido ofertadas por la empresa adjudicataria, así como de las que se deriven de la legislación social y laboral vigente.

A estos efectos, al inicio del segundo mes de ejecución del contrato, se emitirá un informe por la persona responsable del contrato sobre el cumplimiento de las obligaciones sociales que deben cumplirse al inicio del contrato.

Concluido cada trimestre de ejecución del contrato, se emitirá por la misma persona un informe sobre el cumplimiento de las obligaciones establecidas.

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.

En el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares se detallan las penalidades que están asociadas al incumplimiento de estas obligaciones.

## 9. PROTECCIÓN DE DATOS Y CONFIDENCIALIDAD

### 9.1. Normativa

De conformidad con la Disposición adicional 25ª de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE,



de 26 de febrero de 2014, los contratos que impliquen el tratamiento de datos de carácter personal deberán respetar en su integridad el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales (RGPD), y la normativa complementaria.

Para el caso de que la contratación implique el acceso del contratista a datos de carácter personal de cuyo tratamiento sea responsable la entidad contratante, aquél tendrá la consideración de encargado del tratamiento. En este supuesto, el acceso a esos datos no se considerará comunicación de datos, cuando se cumpla lo previsto en el artículo 28 del RGPD. En todo caso, las previsiones de este deberán de constar por escrito.

## 9.2. Tratamiento de Datos Personales

Para el cumplimiento del objeto de este pliego, el adjudicatario deberá tratar los datos personales de los cuales MADRID DESTINO es Responsable del Tratamiento (Responsable del Tratamiento) de la manera que se especifica en el Anexo a este pliego, denominado “Tratamiento de Datos Personales”.

Ello conlleva que el adjudicatario actúe en calidad de Encargado del Tratamiento (Encargado del Tratamiento) y, por tanto, tiene el deber de cumplir con la normativa vigente en cada momento, tratando y protegiendo debidamente los Datos Personales.

Por tanto, sobre MADRID DESTINO recaen las responsabilidades del Responsable del Tratamiento y sobre el adjudicatario las de Encargado de Tratamiento.

Si el adjudicatario destinase los datos a otra finalidad, los comunicara o los utilizara incumpliendo las estipulaciones del contrato y/o la normativa vigente, será considerado también como Responsable del Tratamiento, respondiendo de las infracciones en que hubiera incurrido personalmente, así como, del incumplimiento contrato.

El Anexo “Tratamiento de Datos Personales” describe:

- a) los Datos Personales a proteger,
- b) el tratamiento a realizar,
- c) los sistemas/dispositivos de tratamiento, manuales y automatizados, cuya ubicación y equipamiento podrá estar bajo el control de MADRID DESTINO o bajo el control directo o indirecto del adjudicatario, u otros que hayan sido expresamente autorizados por escrito por MADRID DESTINO, según se especifique en el Anexo
- d) los usuarios o perfiles de usuarios asignados a la ejecución del objeto de este Pliego,
- e) el destino de los datos objeto de tratamiento y
- f) las medidas a implementar por el adjudicatario.



En caso de que como consecuencia de la ejecución del contrato resultara necesario en algún momento la modificación de lo estipulado en el Anexo “Tratamiento de Datos Personales”, el adjudicatario lo requerirá razonadamente y señalará los cambios que solicita. En caso de que MADRID DESTINO estuviese de acuerdo con lo solicitado emitiría un Anexo “Tratamiento de Datos Personales” actualizado, de modo que el mismo siempre recoja fielmente el detalle del tratamiento.

### 9.3. Estipulaciones como Encargado de Tratamiento

De conformidad con lo previsto en el artículo 28 del RGPD, el adjudicatario se obliga a y garantiza el cumplimiento de las siguientes obligaciones, complementadas con lo detallado en el Anexo “Tratamiento de Datos Personales”:

#### **a) Tratamiento conforme a instrucciones de MADRID DESTINO**

Tratar los Datos Personales conforme a las instrucciones documentadas en el presente Pliego o demás documentos contractuales aplicables a la ejecución del contrato y aquellas que, en su caso, reciba de MADRID DESTINO por escrito en cada momento.

El adjudicatario informará inmediatamente a MADRID DESTINO cuando, en su opinión, una instrucción sea contraria a la normativa de protección de Datos Personales aplicable en cada momento.

#### **b) Finalidad de tratamiento**

No utilizar ni aplicar los Datos Personales con una finalidad distinta a la ejecución del objeto del Contrato. En ningún caso podrá utilizar los datos para fines propios.

#### **c) Medidas de seguridad**

Tratar los Datos Personales de conformidad con los criterios de seguridad y el contenido previsto en el artículo 32 del RGPD, así como observar y adoptar las medidas técnicas y organizativas de seguridad necesarias o convenientes para asegurar la confidencialidad, secreto e integridad de los Datos Personales a los que tenga acceso.

En todo caso, deberá implantar mecanismos para:

- a) Garantizar la confidencialidad, integridad, disponibilidad y resiliencia permanentes de los sistemas y servicios de tratamiento.
- b) Restaurar la disponibilidad y el acceso a los datos personales de forma rápida, en caso de incidente físico o técnico.
- c) Verificar, evaluar y valorar, de forma regular, la eficacia de las medidas técnicas y organizativas implantadas para garantizar la seguridad del tratamiento.
- d) Seudonimizar y cifrar los datos personales, en su caso.

En particular, y sin carácter limitativo, se obliga a aplicar las medidas de protección del nivel de riesgo y seguridad detalladas en el Anexo “Tratamiento de Datos Personales”.

**d) Deber de confidencialidad y secreto**

Mantener la más absoluta confidencialidad y secreto sobre los Datos Personales a los que tenga acceso para la ejecución del contrato, así como sobre los que resulten de su tratamiento, cualquiera que sea el soporte en el que se hubieren obtenido. La presente obligación debe observarse incluso después de que finalice la prestación del servicio.

Esta obligación se extiende a toda persona que pudiera intervenir en cualquier fase del tratamiento por cuenta del adjudicatario, siendo deber del adjudicatario instruir a las personas que de él dependan, de este deber de secreto, y del mantenimiento de dicho deber aún después de la terminación de la prestación del Servicio o de su desvinculación.

**e) Relación de personas autorizadas**

Llevar un listado de personas autorizadas para tratar los Datos Personales objeto de este pliego y garantizar que las mismas se comprometen, de forma expresa y por escrito, a respetar la confidencialidad, y a cumplir con las medidas de seguridad correspondientes, de las que les debe informar convenientemente.

Y mantener a disposición de MADRID DESTINO dicha documentación acreditativa.

**f) Formación**

Garantizar la formación necesaria en materia de protección de Datos Personales de las personas autorizadas a su tratamiento.

**g) Comunicación de datos a terceros**

Salvo que cuente en cada caso con la autorización expresa del Responsable del Tratamiento, no comunicar (ceder) ni difundir los Datos Personales a terceros, ni siquiera para su conservación.

El encargado puede comunicar los datos a otros encargados del tratamiento del mismo responsable, de acuerdo con las instrucciones del responsable. En este caso, el responsable identificará, de forma previa y por escrito, la entidad a la que se deben comunicar los datos, los datos a comunicar y las medidas de seguridad a aplicar para proceder a la comunicación.

**h) Delegado de Protección de Datos**

Nombrar Delegado de Protección de Datos, en caso de que sea necesario según el RGPD, y comunicarlo a MADRID DESTINO, también cuando la designación sea voluntaria, así como la identidad y datos de contacto de la(s) persona(s) física(s) designada(s) por el adjudicatario como sus representante(s) a efectos de protección de los Datos Personales (representantes del Encargado de Tratamiento), responsable(s) del

cumplimiento de la regulación del tratamiento de Datos Personales, en las vertientes legales/formales y en las de seguridad.

**i) Destino de los datos**

Una vez finalizada la prestación contractual objeto del presente Pliego, se compromete, según corresponda y se instruya en el Anexo "Tratamiento de Datos Personales", a devolver o destruir (i) los Datos Personales a los que haya tenido acceso; (ii) los Datos Personales generados por el adjudicatario por causa del tratamiento; y (iii) los soportes y documentos en que cualquiera de estos datos consten, sin conservar copia alguna; salvo que se permita o requiera por ley o por norma de derecho comunitario su conservación, en cuyo caso no procederá la destrucción. El Encargado del Tratamiento podrá, no obstante, conservar los datos durante el tiempo que puedan derivarse responsabilidades de su relación con el Responsable del Tratamiento. En este último caso, los Datos Personales se conservarán bloqueados y por el tiempo mínimo, destruyéndose de forma segura y definitiva al final de dicho plazo.

**j) Transferencias internacionales**

Salvo que se indique otra cosa en el Anexo "Tratamiento de Datos Personales" o se indique así expresamente por MADRID DESTINO, a tratar los Datos Personales dentro del Espacio Económico Europeo u otro espacio considerado por la normativa aplicable como de seguridad equivalente, no tratándolos fuera de este espacio ni directamente ni a través de cualesquiera subcontratistas autorizados conforme a lo establecido en este Pliego o demás documentos contractuales, salvo que esté obligado a ello en virtud del Derecho de la Unión o del Estado miembro que le resulte de aplicación.

En el caso de que por causa de Derecho nacional o de la Unión Europea el adjudicatario se vea obligado a llevar a cabo alguna transferencia internacional de datos, el adjudicatario informará por escrito a MADRID DESTINO de esa exigencia legal, con antelación suficiente a efectuar el tratamiento, y garantizará el cumplimiento de cualesquiera requisitos legales que sean aplicables a MADRID DESTINO, salvo que el Derecho aplicable lo prohíba por razones importantes de interés público.

**k) Notificación de violaciones de la seguridad de los datos**

El encargado del tratamiento notificará al responsable del tratamiento, sin dilación indebida, y en cualquier caso antes del plazo máximo de 48 horas, y a través de [dpd@madrid-destino.com](mailto:dpd@madrid-destino.com), las violaciones de la seguridad de los datos personales a su cargo de las que tenga conocimiento, juntamente con toda la información relevante para la documentación y comunicación de la incidencia.

No será necesaria la notificación cuando sea improbable que dicha violación de la seguridad constituya un riesgo para los derechos y las libertades de las personas físicas.

Si se dispone de ella se facilitará, como mínimo, la información siguiente:

- a) Descripción de la naturaleza de la violación de la seguridad de los datos personales, inclusive, cuando sea posible, las categorías y el número aproximado de interesados afectados, y las categorías y el número aproximado de registros de datos personales afectados.
- b) El nombre y los datos de contacto del delegado de protección de datos o de otro punto de contacto en el que pueda obtenerse más información.
- c) Descripción de las posibles consecuencias de la violación de la seguridad de los datos personales.
- d) Descripción de las medidas adoptadas o propuestas para poner remedio a la violación de la seguridad de los datos personales, incluyendo, si procede, las medidas adoptadas para mitigar los posibles efectos negativos.
- e) Si no es posible facilitar la información simultáneamente, y en la medida en que no lo sea, la información se facilitará de manera gradual sin dilación indebida.

**l) Asistir al responsable de tratamiento en la respuesta al ejercicio de derechos**

Cuando una persona ejerza un derecho (de acceso, rectificación, supresión y oposición, limitación del tratamiento, portabilidad de datos y a no ser objeto de decisiones individualizadas automatizadas, u otros reconocidos por la normativa aplicable (conjuntamente, los “Derechos”), ante el Encargado del Tratamiento, éste debe comunicarlo a MADRID DESTINO con la mayor prontitud a la dirección de correo electrónico [dpd@madrid-destino.com](mailto:dpd@madrid-destino.com)

La comunicación debe hacerse de forma inmediata y en ningún caso más allá del día laborable siguiente al de la recepción del ejercicio de derecho, juntamente, en su caso, con la documentación y otras informaciones que puedan ser relevantes para resolver la solicitud que obre en su poder, e incluyendo la identificación fehaciente de quien ejerce el derecho.

El adjudicatario asistirá a MADRID DESTINO, siempre que sea posible, para que ésta pueda cumplir y dar respuesta a los ejercicios de Derechos.

**m) Colaborar con MADRID DESTINO en el cumplimiento de sus obligaciones como Responsable del Tratamiento**

Colaborar con MADRID DESTINO en el cumplimiento de sus obligaciones en materia de(i) medidas de seguridad, (ii) comunicación y/o notificación de brechas (logradas e intentadas) de medidas de seguridad a las autoridades competentes o los interesados, y (iii) colaborar en la realización de evaluaciones de impacto relativas a la protección de datos



personales y consultas previas al respecto a las autoridades competentes; teniendo en cuenta la naturaleza del tratamiento y la información de la que disponga.

Asimismo, pondrá a disposición de MADRID DESTINO, a requerimiento de esta, toda la información necesaria para demostrar el cumplimiento de las obligaciones previstas en este Pliego y demás documentos contractuales y colaborará en auditoras o en inspecciones llevadas a cabo, en su caso, por la AEPD.

En los casos en que la normativa así lo exija (ver art. 30.5 RGPD), llevar, por escrito, incluso en formato electrónico, y de conformidad con lo previsto en el artículo 30.2 del RGPD un registro de todas las categorías de actividades de tratamiento efectuadas por cuenta de la AEPD (Responsable del tratamiento), que contenga, al menos, las circunstancias a que se refiere dicho artículo.

#### **n) Evidencias de cumplimiento normativa de protección de datos**

Disponer de evidencias que demuestren su cumplimiento de la normativa de protección de Datos Personales y del deber de responsabilidad activa, como, a título de ejemplo, certificados previos sobre el grado de cumplimiento o resultados de auditorías, que habrá de poner a disposición de MADRID DESTINO a requerimiento de esta. Asimismo, durante la vigencia del contrato, pondrá a disposición de MADRID DESTINO toda información, certificaciones y auditorías realizadas en cada momento.

#### **o) Derecho de información**

Corresponde al Responsable facilitar el derecho de información en el momento de la recogida de datos. En el caso en el que el encargado del tratamiento, en la prestación del servicio efectúe la recogida de datos de carácter personal, debe facilitar la información relativa a los tratamientos de datos que se van a realizar. La redacción y el formato en que se facilitará la información se debe consensuar con el responsable antes del inicio de la recogida de los datos.

La presente cláusula y las obligaciones en ella establecidas, así como el Anexo correspondiente de este pliego relativo al Tratamiento de Datos Personales constituyen el contrato de encargo de tratamiento entre MADRID DESTINO y el adjudicatario a que hace referencia el artículo 28.3 RGPD.

Las obligaciones y prestaciones que aquí se contienen no son retribuíbles de forma distinta de lo previsto en el presente pliego y demás documentos contractuales y tendrán la misma duración que la prestación de Servicio objeto de este pliego y su contrato, prorrogándose en su caso por períodos iguales a éste.

No obstante, a la finalización del contrato, el deber de secreto continuará vigente, sin límite de tiempo, para todas las personas involucradas en la ejecución del contrato.



Para el cumplimiento del objeto de este pliego no se requiere que el adjudicatario acceda a ningún otro Dato Personal responsabilidad de MADRID DESTINO, y por tanto no está autorizado en caso alguno al acceso o tratamiento de otro dato, que no sean los especificados en el Anexo “Tratamiento de Datos Personales”.

Si se produjera una incidencia durante la ejecución del contrato que conllevara un acceso accidental o incidental a Datos Personales responsabilidad de MADRID DESTINO no contemplados en el Anexo “Tratamiento de Datos Personales” el adjudicatario deberá ponerlo en conocimiento de MADRID DESTINO, en concreto de su Delegado de Protección de Datos a través del buzón [dpd@madrid-destino.com](mailto:dpd@madrid-destino.com), con la mayor diligencia y a más tardar en el plazo de 48 horas.

#### 9.4. Sub-encargos de tratamiento asociados a Subcontrataciones

Cuando el pliego permita la subcontratación de actividades objeto del pliego, y en caso de que el adjudicatario pretenda subcontratar con terceros la ejecución del contrato y el subcontratista, si fuera contratado, deba acceder a Datos Personales, el adjudicatario lo pondrá en conocimiento previo de MADRID DESTINO, identificando qué tratamiento de datos personales conlleva, para que MADRID DESTINO decida, en su caso, si otorgar o no su autorización a dicha subcontratación.

En todo caso, para autorizar la contratación, es requisito imprescindible que se cumplan las siguientes condiciones (si bien, aun cumpliéndose las mismas, corresponde a MADRID DESTINO la decisión de si otorgar, o no, dicho consentimiento):

- Que el tratamiento de datos personales por parte del subcontratista se ajuste a la legalidad vigente, lo contemplado en este pliego y a las instrucciones de MADRID DESTINO.
- Que el adjudicatario y la empresa subcontratista formalicen un contrato de encargo de tratamiento de datos en términos no menos restrictivos a los previstos en el presente pliego, el cual será puesto a disposición de MADRID DESTINO a su mera solicitud para verificar su existencia y contenido.
- El adjudicatario informará a MADRID DESTINO de cualquier cambio previsto en la incorporación o sustitución de otros subcontratistas, dando así a la AEPD la oportunidad de otorgar el consentimiento previsto en esta cláusula. La no respuesta de MADRID DESTINO a dicha solicitud por el contratista equivale a oponerse a dichos cambios.

#### 9.5. Información

Las Partes únicamente se comunicarán aquellos datos de carácter personal que sean adecuados, pertinentes y no excesivos en relación con las necesidades derivadas del presente Contrato, garantizando que dichos datos sean exactos y puestos al día, obligándose a comunicar a la otra, sin dilación indebida, aquellos que hayan sido rectificadas y/o deban ser cancelados según proceda.

MADRID DESTINO garantiza a los representantes e interlocutores del adjudicatario el tratamiento de sus datos de carácter personal conforme a la legislación vigente y a tal efecto informa que serán incorporados en un fichero titularidad de MADRID DESTINO en los siguientes términos:



**Responsable:** MADRID DESTINO CULTURA TURISMO Y NEGOCIO, S.A., con domicilio en Madrid, calle Conde Duque, 9-11, 28015 Madrid.

**Delegado de Protección de datos:** [dpd@madrid-destino.com](mailto:dpd@madrid-destino.com)

**Finalidades:** Gestionar y cumplir la relación establecida (incluyendo, la gestión del expediente jurídico de contratación, la formalización y archivo de los contratos y escrituras, la gestión de la contabilidad, el cumplimiento de obligaciones impositivas, de facturación, de transparencia y de control)

**Plazo de conservación:** Se limitará al periodo que sea necesario para dar cumplimiento a la relación contractual y durante los plazos de prescripción de las acciones civiles, penales, administrativas o de cualquier otro tipo que pudieran derivarse de la actividad o servicio prestado y del tratamiento de los datos, además de los periodos establecidos en la normativa de archivos y patrimonio documental español.

**Destinatarios:** Agencia Tributaria, Tribunal de Cuentas, Plataforma de Contratación del Estado y demás administraciones públicas, para el cumplimiento de obligaciones de transparencia y control, fiscales, así como, a entidades financieras para la gestión de cobros y pagos y autoridades judiciales. Las obligaciones de transparencia conllevan la publicación en la correspondiente sede electrónica la relación de los contratos suscritos por MADRID DESTINO, con mención de las partes firmantes, su objeto, plazo de duración, modificaciones realizadas, obligados a la realización de las prestaciones y, en su caso, las obligaciones económicas convenidas.

**Legitimación:** Ejecución de un contrato

**Derechos:** El ejercicio de derechos de acceso, rectificación, supresión, portabilidad y limitación u oposición, así como, a no ser objeto de decisiones basadas únicamente en el tratamiento automatizado de sus datos, cuando procedan, de puede solicitarse mediante e-mail dirigido a [dpd@madrid-destino.com](mailto:dpd@madrid-destino.com), con referencia a "Área Legal" e identificación de la persona solicitante mediante documento oficial.

#### 10. Solicitud de información.

Para solicitar información más detallada sobre este servicio o ampliar información sobre plazos del procedimiento de contratación, las empresas participantes podrán hacerlo a partir de la recogida de este documento a la dirección [mechevarria@esmadrid.com](mailto:mechevarria@esmadrid.com) y [abigail.siquenza@esmadrid.com](mailto:abigail.siquenza@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

Por el responsable del contrato.

D.

Por el órgano de contratación



## ANEXO I

Se detalla a continuación, enlaces con información relativa a las directrices de identidad corporativa de la marca Ayuntamiento de Madrid, para facilitar al licitador la elaboración del ejercicio práctico exigido en PPT.

<https://identidad.madrid.es/manual/>

<https://identidad.madrid.es/>

<https://www.youtube.com/user/esMADRIDtelevision>

<https://medios.esmadridpro.com/>