



MEMORIA JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO DE LOS SERVICIOS DE AGENCIA DE MARKETING DIGITAL INCLUYENDO COMMUNITY MANAGEMENT DE PERFILES TURÍSTICOS DE REDES SOCIALES Y AGENCIA CREATIVA PARA LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD DE TURISMO PARA MADRID DESTINO CULTURA TURISMO Y NEGOCIO, S.A., A ADJUDICAR POR PROCEDIMIENTO ABIERTO SUJETO A REGULACIÓN ARMONIZADA.

Expediente:

LOTE 1.- SP Servicios de agencia de marketing digital incluyendo servicios de community management (SP25-00291).

LOTE 2: SP Servicios de agencia creativa de publicidad (SP25-00292).

1. INTRODUCCIÓN.

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.

Madrid Destino, respondiendo a su tarea 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 Estratégico.

Entre los planes y acciones marcados, se establece el desarrollo de un marketing con mayor capacidad de conquistar y retener clientes en el entorno online para lo que se plantea como imprescindible para Madrid Destino una estrategia de marketing digital, así como reposicionar, reforzar y difundir la marca turística de Madrid, a través de un plan de actuación en el entorno digital y de redes sociales. El desarrollo de una



estrategia en el entorno digital es más que imprescindible para conseguir los objetivos marcados y para ser eficaz y competitivo en un entorno de comunicación digital.

Asimismo, y dada la alta competencia de otros destinos internacionales, es imprescindible desarrollar conceptos creativos de la marca “destino Madrid” con atributos, mensajes publicitarios que conecten con los *insights* de los potenciales turistas, posicionando así el destino Madrid como un destino “deseado” para sus próximos viajes. Es sumamente necesario diseñar estrategias y desarrollos creativos altamente profesionales para conseguir la diferenciación que necesita Madrid frente a otros destinos competidores y así poder conseguir los objetivos marcados en el Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Madrid, en cuanto a incremento de visitas, aumento estancia y gasto medio, al mismo tiempo que conseguir los puntos claves de dicho plan y que se centran en la sostenibilidad y digitalización del destino a través de acciones enfocadas en la descentralización o la desestacionalización.

Las redes sociales son fundamentales para la promoción de destinos turísticos y para inspirar a los usuarios. Es por ello que disponemos de los perfiles oficiales de turismo en redes sociales de la ciudad de Madrid con los que debemos: gestionar, generar contenidos, realizar acciones constantes y lanzar campañas de publicidad especialmente en mercados internacionales, para ser capaces de posicionar la ciudad de Madrid como un destino urbano de referencia mundial, promocionando valores y atributos de la capital y potenciando la promoción de los activos turísticos que ofrece a los potenciales turistas, para, así, incrementar la estancia y el gasto medios en el destino y conseguir los puntos claves del actual Plan Estratégico de Turismo y que hacen referencia a la sostenibilidad y la digitalización.

2. JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD, OBJETO DEL CONTRATO Y DIVISION EN LOTES

De acuerdo con lo establecido en el artículo 28 de la LCSP en relación con el artículo 63.3 a) y b) de la misma, el presente documento recoge las exigencias establecidas en los citados preceptos en orden a justificar la necesidad e idoneidad del contrato, y la eficiencia en la contratación, sin perjuicio de que se puedan añadir cualesquiera otras cuestiones directamente relacionadas con el objeto del contrato que se considere oportuno justificar. Esta memoria se publicará en el Perfil del Contratante junto con el resto de información que genere el expediente (Pliego de Prescripciones Técnicas, Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, etc.).

Actualmente, el área de Turismo de Madrid para poder llegar los hitos y objetivos marcados en el Plan Estratégico de Turismo, dispone de una estrategia de marketing en la que es de vital importancia dinamizar todos los perfiles de RRSS existentes (Facebook, Instagram, X, , LinkedIn, Youtube) del destino Madrid dotándoles de una actividad constante y refinada que exige la producción de contenidos de video y foto de



alta calidad, elaboración de textos e informaciones sobre la ciudad, así como la asistencia a múltiples eventos de la ciudad de Madrid, para difundirlos a través de estas plataformas en tiempo real para la promoción del destino y sus activos turísticos en el entorno digital, altamente cambiante y sofisticado. Esta labor ha de hacerse de manera constante y en tiempo real bajo unas directrices estratégicas marcadas para la optimización de la difusión. El área de Turismo de Madrid Destino carece de medios personales para cubrir las necesidades anteriormente indicadas, así como las tareas incluidas en el servicio objeto del contrato. Si bien en el área de Turismo existe un Departamento de Marketing Estratégico, no existen perfiles profesionales tan específicos y especializados en cuanto al conocimiento exhaustivo del funcionamiento de las plataformas de redes sociales que están en constante cambio, ni conocimiento de su funcionamiento interno tecnológico (algoritmos) que solo agencias especializadas dominan ni tampoco puede afrontar la generación y producción constante de contenidos para redes sociales, ni hacer seguimiento constante de conversaciones en varios idiomas con las audiencias en todas y cada una de las plataformas de redes sociales de @visita Madrid. Asimismo, para lograr la diferenciación del “destino Madrid” frente a otros destinos turísticos competidores, es de suma importancia desarrollar un concepto creativo único para el destino Madrid y generar una campaña publicitaria de alta calidad y notoriedad. Para ello, son necesarios perfiles profesionales de agencias creativas de publicidad, expertos en el lenguaje y comunicación publicitaria, así como amplia experiencia en creación de ideas publicitarias para marcas de otros sectores y conocedores de códigos visuales para poder plasmar el mensaje adecuado y conectar con los *insights* de las audiencias y futuros turistas. Madrid Destino, aunque dispone de algunos perfiles de diseño, estos no disponen de los recursos suficientes para poder abordar el volumen de piezas publicitarias que hay que generar para la promoción turística internacional. No dispone de un equipo con perfiles de creación publicitaria que generen conceptualizaciones creativas para campañas de publicidad para promoción turística. Por todo lo expuesto, se hace necesaria la contratación externa de estos servicios.

Por todo lo anterior y para el correcto ejercicio de sus competencias, Madrid Destino requiere la **contratación de los servicios de agencia de marketing digital incluyendo el community management y una agencia creativa para las campañas de publicidad**, especializadas en el entorno digital que desarrollen, durante (2) años a partir de la fecha de la formalización del contrato (prorrogable por (2) años o periodos inferiores, los siguientes servicios:

1. **LOTE 1 Servicios de asesoramiento para definición de estrategias de marketing digital y 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 marketing digital y community management incluirían las



siguientes tareas: definición de estrategias de marketing digital, medición y dashboards, gestión de los actuales perfiles turísticos de redes sociales de Madrid ¹ y de otros nuevos perfiles que Madrid Destino estimase necesarios. Seguimiento de conversaciones generadas con los usuarios en los idiomas correspondientes. Monitorización de las publicaciones, optimizaciones y analítica social. Desarrollo de plan de contenidos y producción de contenidos para redes sociales en los idiomas necesarios. Definición y ejecución de acciones de dinamización para captar y fidelizar a la comunidad.

- 2. LOTE 2 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 tanto en mercado nacional como internacional. Este servicio incluye un análisis previo de la esencia y atributos de la marca, una propuesta de conceptualización creativa, desarrollo de *key visuals*, diseño gráfico respondiendo a unas directrices marcadas por el Departamento de Marketing Estratégico, una producción de materiales (gráfica, redacción, contenidos audiovisuales, piezas display, anuncios redes sociales); diseño, desarrollo y programación 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. .

En términos generales, el tipo de prestaciones o servicios solicitados implican, en su mayoría, trabajo de gestión, coordinación de equipos, redacción de textos, realización de informes, analíticas web y social, definición de estrategias digitales y planes de medición de objetivos/kpi's en ecosistema digital de la marca, y producción de materiales fotográficos y de video y para el desarrollo y ejecución de campañas. El Departamento de Marketing estratégico de Madrid Destino aportará un briefing en cuanto a mensaje, storytelling, elementos gráficos, tono y estilo de comunicación.

Dado el tipo de servicio solicitado, y a pesar de que algunos aspectos están vinculados entre sí, se propone para una óptima ejecución del servicio, la división de los servicios en dos (2) lotes para conseguir y asegurar el máximo *expertise* y especialización de los adjudicatorios para cada uno de los tipos de servicios.

(1) ¹ <https://www.facebook.com/visitamadridoficial>,
https://twitter.com/Visita_Madrid,<https://twitter.com/VisitMadridProf>,
https://www.instagram.com/visita_madrid/, <https://www.youtube.com/user/esMADRIDtelevision>,
<https://open.spotify.com/user/visitmadrid>, <https://www.linkedin.com/company/visitmadrid/>,
<https://www.linkedin.com/company/madrid-convention-bureau>



3. PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN.

Teniendo en cuenta el valor estimado de este contrato y sus características, se considera que el procedimiento más adecuado para la licitación y contratación de **LOS SERVICIOS DE AGENCIA DE MARKETING DIGITAL INCLUYENDO COMMUNITY MANAGEMENT DE PERFILES TURÍSTICOS DE REDES SOCIALES Y AGENCIA CREATIVA PARA LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD DE TURISMO** se tramita mediante procedimiento abierto sujeto a regulación armonizada.

3.2. Códigos CPV

A los efectos de identificar las prestaciones que son objeto de los contratos regulados en la Ley, Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, se identifican los siguientes CPV (Vocabulario común de contratos públicos):

79340000 servicios de publicidad y marketing
79341000 servicios de publicidad
79341400 servicios de campañas de publicidad
79342000 servicios de marketing

En cumplimiento de la disposición adicional primera del Real Decreto Ley 20/2012, de 13 de julio y con lo dispuesto en la instrucción 9/2013, en materia de personal, se velará por la correcta gestión de los contratos de los servicios a fin de evitar incurrir en supuestos de cesión ilegal de trabajadores o instrucciones que las sustituyan.

4. JUSTIFICACIÓN DEL CÁLCULO DEL VALOR ESTIMADO Y DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DEL CONTRATO.

4.1. Presupuesto base de licitación

La determinación del presupuesto base de licitación se ha llevado a cabo con arreglo tanto a los precios de mercado tomando como referencia las últimas ratios sectoriales de entidades no cotizadas publicadas por el Banco de España (https://app.bde.es/asc_web/consulta.html) y verificando que se cubre la base salarial del **Convenio Colectivo de Empresas de Publicidad** (https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-13573), así como el porcentaje correspondiente de costes sociales que deben asumir los licitadores, y en base también a la experiencia de Madrid Destino en cuanto a costes por la existencia de un contrato vigente que cubre servicios similares y que han servido para el cálculo del esfuerzo o



dedicación de cada uno de los perfiles profesionales solicitados que influyen en el precio final del contrato, todo lo cual conforman los costes directos del contrato.

Sobre los costes directos se han calculados los costes indirectos que se corresponden con los **gastos generales** de estructura que no participan directamente en el proyecto, que se calculan como un porcentaje que se aplica sobre dichos costes directos.

Finalmente, se ha calculado el **beneficio** que aportará la ejecución del contrato una vez satisfechos los costes directos e indirectos, que se calcula como un porcentaje sobre la suma de los costes directos más los costes indirectos.

Sobre la suma de los costes directos más los costes indirectos más el beneficio industrial, se aplicará, de forma independiente, el IVA en el porcentaje del 21%, o bien el que corresponda en el momento de ejecutar el contrato con arreglo a la legislación vigente que resulte de aplicación.

Tal y como establece en los apartados 1 y 2 del artículo 100 de la LCSP, dicho presupuesto es el límite máximo de gasto estimado que, en virtud del contrato, puede comprometer el órgano de contratación de Madrid Destino, incluido el impuesto sobre el Valor Añadido.

El cálculo del presupuesto base licitación se detalla a continuación por cada uno de los lotes.

4.2. Forma de determinación del precio

LOTE 1 AGENCIA DE MKT DIGITAL. PRECIO PARA 24 meses de servicio

COSTE DIRECTOS	260.744,68 €
costes de personal	260.744,68 €
COSTE INDIRECTOS	44.326,60 €
costes generales 17% (*6)	44.326,60 €
TOTAL COSTES DIRECTOS + INDIRECTOS	305.071,28 €
Beneficio industrial 6% (*6)	18.304,28 €
TOTAL PRESUPUESTO BASE LICITACIÓN	323.375,56 €
IVA (21%)	67.908,87 €
TOTAL PRESUPUESTO IVA incluido	391.284,43 €

Tipo de presupuesto: máximo estimado.



El art. 102.3, párrafo segundo, LCSP establece que *“en aquellos servicios en los que el coste económico principal sean los costes laborales, deberán considerarse los términos económicos de los convenios colectivos sectoriales, nacionales, autonómicos y provinciales aplicables en el lugar de prestación de los servicios”*.

Asimismo, el art. 102.4 LCSP establece que *“el precio del contrato podrá formularse tanto en términos de precios unitarios referidos a los distintos componentes de la prestación o a las unidades de la misma que se entreguen o ejecuten, como en términos de precios aplicables a tanto alzado a la totalidad o parte de las prestaciones del contrato”*.

En el presente procedimiento, de acuerdo con lo establecido en los artículos 102 y 309 LCSP y en el artículo 197 RGLCAP, teniendo en cuenta que nos encontramos ante un contrato de **servicios de community management** y que el propio artículo 309.1 LCSP permite la combinación de varias de las modalidades previstas para la determinación del precio, en este caso el sistema utilizado para la determinación del precio es **“por unidades de ejecución (precios unitarios de cada uno de los técnicos) como por administración (art. 197 RGLCAP)”**

COSTES DE PERSONAL

Asimismo, dado que, para estos servicios, el coste económico principal son los costes laborales relativos al sueldo del personal que la contratista debe adscribir a la ejecución del contrato, para el cálculo se han tenido en cuenta los precios de mercado tomando como referencia las últimas ratios sectoriales de entidades no cotizadas publicadas por el Banco de España y verificando que se cubre la base salarial del **Convenio Colectivo de Empresas de Publicidad** considerando las siguientes Niveles y Grupos de clasificación profesional conforme al citado Convenio en función de las características de los perfiles profesionales requeridos:

https://app.bde.es/rss_www/

CATEGORIAS PROFESIONALES: - Anexo II del convenio

Categoría	Nivel salarial
<i>Grupo I: Directores</i>	
Director General	Nivel 1.
Director Financiero	Nivel 2.
Director Administrativo	Nivel 2.
Director Comercial // de Servicios al Cliente // de Grupo de Cuentas	Nivel 2.
Director Creativo Ejecutivo	Nivel 2.
Director de Medios // Planificación Estratégica de Medios	Nivel 2.
Director de Cuentas	Nivel 2.
Director Marketing // Nuevo Negocio	Nivel 2.
Director de Calidad	Nivel 2.
Director de Tecnología	Nivel 2.
Director de Tráfico	Nivel 2.
Director de Producción Digital, Audiovisual y Gráfica	Nivel 2.
Director de Recursos Humanos	Nivel 2.
Responsable de Medios Sociales	Nivel 2.
<i>Grupo II: Jefaturas</i>	
Supervisor de Cuentas	Nivel 3.
Supervisor de Tráfico	Nivel 3.
Jefe de Planificación // de Proyecto	Nivel 3.
Jefe de Compra de Medios	Nivel 3.
Jefe de Administración	Nivel 3.
Jefe de Personal	Nivel 3.
Jefe de Atención al Cliente	Nivel 3.
Planificador Estratégico (Planner)	Nivel 3.
Director Creativo	Nivel 3.
Director de Arte Senior	Nivel 3.
Redactor // Copy Senior	Nivel 3.
Encargado de Publicidad Exterior	Nivel 3.
Encargado de Bases de Datos	Nivel 4.
Commuty Manager	Nivel 3.
<i>Grupo III: Técnicos</i>	
Director de Arte Junior	Nivel 4.
Redactor // Copy Junior	Nivel 4.
Planificador de Medios	Nivel 5.
Comprador de Medios	Nivel 5.
Ejecutivo de Cuentas Senior	Nivel 4.
Ejecutivo de Cuentas Junior	Nivel 7.
Dibujante-Montador	Nivel 8.
Técnico Informático	Nivel 5.
Promotor	Nivel 9.
Ayudante de Producción	Nivel 6.
Programador	Nivel 7.
Analista de Datos	Nivel 4.
Oficial Informático	Nivel 8.
Jefe de Estudio	Nivel 5.
Técnico Artfinalista	Nivel 6.
Diseñador Web	Nivel 4.
<i>Grupo IV: Administrativos</i>	
Asistente de Dirección	Nivel 7.
Oficial Administrativo	Nivel 8.
Auxiliar Administrativo	Nivel 9.
<i>Grupo V: Personal de oficios y no cualificados</i>	
Oficial de Primera de Publicidad Exterior	Nivel 7.
Oficial de Oficios	Nivel 8.
Oficial de Segunda de Publicidad Exterior	Nivel 8.
Auxiliar de Oficios	Nivel 11.
Subalterno	Nivel 10.



Por su parte, y según el Convenio colectivo de empresas de publicidad tablas salariales de partida de referencia con las recogidas en el Anexo II y III del mencionado Convenio https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-13573 , con los importes a aplicar para cada uno de los Grupos y niveles, para “mensual 12 pagas” para 2026.

Siguiendo el Convenio se indica que:

III. Para el año 2026, se reunirá la mesa negociadora durante el mes de enero con el fin de fijar el incremento porcentual de las tablas salariales y dietas para el mencionado año, procediéndose de la siguiente forma:

Conocido oficialmente en enero 2026 el comportamiento del IPC interanual de diciembre del año 2025, se reunirá la Comisión Negociadora del Convenio y procederá a sumar los IPC que se hubieran aplicado según el art. 43 del convenio colectivo durante los años 2022 (IPC interanual de diciembre de 2021); 2023 (IPC interanual de diciembre de 2022); 2024 (IPC interanual de diciembre de 2023) y 2025 (IPC interanual de diciembre de 2024). Si el importe de dicha suma es superior a 16 (suma de los incrementos que se producirán en virtud del presente acuerdo durante los cuatro años de su vigencia, a razón del 4 por ciento por año), las empresas procederán a abonar, de forma extraordinaria, a las personas trabajadoras en alta en la empresa a 1 de enero de 2022 y que permanezcan a 31 de diciembre de 2025 un importe equivalente al múltiplo de dicho tipo diferencial por el salario base de tablas vigente en el año 2025, que figura en el Anexo IV del presente acuerdo.

A modo ilustrativo se expone el siguiente ejemplo:

Si la suma de los IPC aplicables entre los años 2022 y 2025, ambos inclusive, hubiera sido el 18 por ciento, el tipo diferencial sería el 2 por ciento, que es el resultado de restar 18 – 16. De esta forma, para el nivel 1 de las tablas salariales que figuran en el Anexo IV supondría un importe bruto total de 522,90 euros y para el nivel 11 de las mismas tablas, supondría un importe bruto total de 345,83 euros.

Dicho importe extraordinario podrá ser abonado en un único pago en el primer cuatrimestre de 2026, o bien prorrateado a lo largo del año 2026.

RESUMEN DE LOS IPC INTERANUALES:

https://www.ine.es/prensa/ipc_tabla.htm

Fuente: INE

Índice de Precios de Consumo (IPC). Variación del índice: mensual, anual y en lo que va de año

Período	Tasa índice general		
	Mensual (en %)	Anual (en %)	En lo que va de año (en %)
ene-25	0,2	2,9	0,2
dic-24	0,5	2,8	2,8
nov-24	0,2	2,4	2,4
oct-24	0,6	1,8	2,1
sep-24	-0,6	1,5	1,5
ago-24	0	2,3	2,1
jul-24	-0,5	2,8	2,1
jun-24	0,4	3,4	2,6
may-24	0,3	3,6	2,2
abr-24	0,7	3,3	1,9
mar-24	0,8	3,2	1,2
feb-24	0,4	2,8	0,4
ene-24	0,1	3,4	0,1
dic-23	0	3,1	3,1
nov-23	-0,3	3,2	3,1
oct-23	0,3	3,5	3,4
sep-23	0,2	3,5	3,1
ago-23	0,5	2,6	3
jul-23	0,2	2,3	2,4
jun-23	0,6	1,9	2,2
may-23	0	3,2	1,7
abr-23	0,6	4,1	1,7
mar-23	0,4	3,3	1,1
feb-23	0,9	6	0,7
ene-23	-0,2	5,9	-0,2
dic-22	0,2	5,7	5,7
nov-22	-0,1	6,8	5,5
oct-22	0,3	7,3	5,7
sep-22	-0,7	8,9	5,3
ago-22	0,3	10,5	6,1
jul-22	-0,3	10,8	5,8
jun-22	1,9	10,2	6,1
may-22	0,8	8,7	4,1
abr-22	-0,2	8,3	3,3
mar-22	3	9,8	3,5
feb-22	0,8	7,6	0,4
ene-22	-0,4	6,1	-0,4
dic-21	1,2	6,5	6,5
nov-21	0,3	5,5	5,3
oct-21	1,8	5,4	5
sep-21	0,8	4	3,1
ago-21	0,5	3,3	2,2
jul-21	-0,8	2,9	1,8
jun-21	0,5	2,7	2,5
may-21	0,5	2,7	2
abr-21	1,2	2,2	1,6
mar-21	1	1,3	0,4
feb-21	-0,6	0	-0,6



La suma de los IPC interanuales de 2021,2022, 2023,2024 es el siguiente:

IPC ANUAL DICIEMBRE DE	%
2021	6,5
2022	5,7
2023	3,1
2024	2,8
	18,1

Siguiendo lo indicado en el Convenio regulador, para extraer el incremento se realiza lo siguiente: $18,1 - 16 = 2,1$

Recurriendo a las tablas salariales de año 2025, se aplicaría el siguiente incremento: 2,1% al salario anual correspondiente para los niveles necesarios.

ANEXO IV

Convenio colectivo estatal del sector de empresas de publicidad

Tablas salariales año 2025

Tablas salariales 2025 + 4%

Niveles	Mensual 15 pagas – Euros	Mensual 12 pagas – Euros	Anual – Euros
Nivel 1.	1.742,98	2.178,73	26.144,76
Nivel 2.	1.549,43	1.936,78	23.241,39
Nivel 3.	1.476,40	1.845,50	22.146,01
Nivel 4.	1.468,24	1.835,31	22.023,66
Nivel 5.	1.463,08	1.828,85	21.946,19
Nivel 6.	1.367,61	1.709,51	20.514,08
Nivel 7.	1.357,29	1.696,61	20.359,35
Nivel 8.	1.256,66	1.570,83	18.849,97
Nivel 9.	1.227,36	1.534,20	18.410,40
Nivel 10.	1.222,63	1.528,29	18.339,50
Nivel 11.	1.152,79	1.440,99	17.291,85

Las dietas por desplazamiento quedarán establecidas para el año 2025 en los siguientes importes:

Dieta con pernocta (en territorio nacional): 72,81 euros netos/día.

Dieta sin pernocta (en territorio nacional): 36,48 euros netos/día.

Dieta internacional con pernocta: 124,23 euros netos/día.

Dieta internacional sin pernocta: 66,16 euros netos/día.

Gastos de manutención (comidas): 16,19 euros netos/día.

Gastos kilometraje: 0,255 euros por km.



A partir de aquí se calcula el salario anual en base al recién calculado salario base mensual 2026 12 pagas, incluyendo ya el incremento extraordinario.

	nivel	grupo	salario base mensual 2025 12 pagas	Incremento IPC siguiendo punto Acuerdo III del convenio relativo "el incremento porcentual de las tablas salariales" (*0)	importe extraordinario a aplicar sobre salario base (en base a incremento IPC)	salario base mensual 2026 12 pagas (incluye el incremento extraordinario)	salario meses eStimados de 2026 (12 meses de 2026)
importe extraordinario							
Responsable de Medios Sociales (Social media Manager)	2	I	1.936,78 €	2,10%	40,67 €	1.977,45 €	23.729,40 €
Director de Producción Digital, Audiovisual y Gráfica (Responsable de Contenidos VIDEO MAKERS).-)	2	I	1.936,78 €	2,10%	40,67 €	1.977,45 €	23.729,40 €
Director de Producción Digital, Audiovisual y Gráfica (Responsable de Contenidos -FOTOGRAFIA)	2	I	1.936,78 €	2,10%	40,67 €	1.977,45 €	23.729,40 €
Community Manager	3	II	1.845,50 €	2,10%	38,76 €	1.884,26 €	22.611,12 €
Redactor / copy senior (EN)	3	II	1.845,50 €	2,10%	38,76 €	1.884,26 €	22.611,12 €
Analista DE DATOS (web y RRSS)	4	III	1.835,31 €	2,10%	38,54 €	1.873,85 €	22.486,20 €

Se aplica sobre el sueldo base para cada uno de los perfiles, el coste de seguridad social (30,9%) calculado, aplicando los siguientes conceptos:

Tipo de cotización a cargo de la empresa: CONTINGENCIAS COMUNES (23,6%)+ Desempleo (5,50%), Fogasa (0,20%); formación profesional (0,60%), accidentes de trabajo y enfermedades profesionales (1% , *Tarifa de primas para la cotización a la Seguridad Social por las contingencias de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales/ Códigos CNAE-2009: 82 y título de la actividad económica: Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas (Excepto 8220 y 8292)*

<https://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Trabajadores/CotizacionRecaudacionTrabajadores/48410>

Por tanto, el coste de personal para cada uno de los perfiles aplicando el sueldo base del 2026 a un número estimado de 12 meses, e incorporando el coste de seguridad social, se muestra en la siguiente tabla el coste de personal final para 12 meses de contrato:

***(1)**

importe extraordinario	salario meses eStimados de 2026 (12 meses de 2026)	coste seguridad social (30,9%) 2026 (2)	TOTAL COSTE ANUAL (salario base + coste sociales) según convenio
Responsable de Medios Sociales (Social media Manager)	23.729,40 €	7.332,38 €	31.061,78 €
Director de Producción Digital, Audiovisual y Gráfica (Responsable de Contenidos VIDEO MAKERS)-	23.729,40 €	7.332,38 €	31.061,78 €
Director de Producción Digital, Audiovisual y Gráfica (Responsable de Contenidos -FOTOGRAFIA)	23.729,40 €	7.332,38 €	31.061,78 €
Community Manager	22.611,12 €	6.986,84 €	29.597,96 €
Redactor / copy senior (EN)	22.611,12 €	6.986,84 €	29.597,96 €
Analista DE DATOS (web y RRSS)	22.486,20 €	6.948,24 €	29.434,44 €

https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-13573 //
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2016-1290>

***(2)** Fuente:<https://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Trabajadores/CotizacionRecaudacionTrabajadores/36537#36538>

()Tipo de cotización a cargo de la empresa: CONTINGENCIAS COMUNES (23,6%)+ Desempleo (5,50%), Fogasa (0,20%); formación profesional (0,60%), accidentes de trabajo y enfermedades profesionales (1%: ver (3))*

***(3)** <https://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Trabajadores/CotizacionRecaudacionTrabajadores/48410>

Tarifa de primas para la cotización a la Seguridad Social por las contingencias de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales:

Códigos CNAE-2009: 82 y título de la actividad económica: Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas (Excepto 8220 y 8292).

Basándonos en el informe extraído de precios de mercado tomando como referencia las últimas ratios sectoriales de entidades no cotizadas publicadas por el Banco de España, https://app.bde.es/asc_web/consulta.html, extrayendo la información de trabajadores y gastos de personal para “actividades profesionales, científicas y técnica” para la actividad “Publicidad y estudios de mercado”, tamaño TOTAL, naturaleza TOTAL y para el último ejercicio económico publicado (2023), el resultado del COSTE POR TRABAJADOR es el siguiente:

Bloque de información seleccionado y eje de corte: Trabajadores y gastos de personal, Actividad económica: 'Publicidad y estudios de mercado', Tamaño: 'Total', Naturaleza: 'Total'.

https://app.bde.es/asc_web/consulta.html

	2022/2023	
	Año N-1	Año N
Número de Empresas	6.728,00 €	6.728,00 €
A. NÚMERO MEDIO DE TRABAJADORES (unidades)	42.675,80 €	44.629,70 €
1. Fijos	36.657,30 €	40.253,90 €
2. No fijos	5.953,50 €	4.299,60 €
3. Sin clasificar	65,00 €	76,20 €
B. GASTOS DE PERSONAL (miles de euros)	1.581.588,60 €	1.750.964,60 €
1. Sueldos y salarios	749.588,00 €	823.801,70 €
2. Cargas sociales	192.363,60 €	207.159,40 €
3. Sin clasificar	639.637,00 €	720.003,50 €
C. GASTOS DE PERSONAL POR TRABAJADOR (euros) (B / A)	37.060,60 €	39.233,10 €
© Banco de España. Reservados todos los derechos. FUENTES: Registros Mercantiles (CORPME) y Banco de España		

Inicio

Inicio > Resultado agregados sectoriales

Resultado agregados sectoriales

Bloque de información seleccionado y eje de corte:

Trabajadores y gastos de personal, Actividad económica: 'Publicidad y estudios de mercado', Tamaño: 'Total', Naturaleza: 'Total'.

Valores monetarios en miles de euros

Exportar a Excel

Tipo de visualización

Ocultar decimales

Variable económica	Ejercicio ↓	
	2022/2023	
	Año N-1	Año N
Número de Empresas	6728	6728
A. NÚMERO MEDIO DE TRABAJADORES (unidades)	42.675,8	44.629,7
1. Fijos	36.657,3	40.253,9
2. No fijos	5953,5	4299,6
3. Sin clasificar	65,0	76,2
B. GASTOS DE PERSONAL (miles de euros)	1.581.588,6	1.750.964,6
1. Sueldos y salarios	749.588,0	823.801,7
2. Cargas sociales	192.363,6	207.159,4
3. Sin clasificar	639.637,0	720.003,5
C. GASTOS DE PERSONAL POR TRABAJADOR (euros) (B / A)	37.060,6	39.233,1

v. 1.4.1

Trabajadores y gastos de personal, Actividad económica: 'Publicidad y estudios de mercado', Tamaño: 'Total', Naturaleza: 'Total'.Ejercicio: 2023.

El coste anual resultante para cada uno de los perfiles basándonos en el convenio laboral colectivo, es inferior al COSTE TRABAJADOR (39.233,10 €) indicado en el informe extraído de precios de mercado mencionado.

Por tanto, se aplica en la siguiente tabla y para el Perfil profesional con el Grupo I, nivel 2 como coste anual, el COSTE TRABAJADOR 39.233,10 € indicado por Banco de España y ajustado a la realidad del mercado. Para el resto de perfil se parte de dicho valor (39.233,10 €) aplicando el valor en proporción al escalado por categorías profesionales recogidas en las tablas salariales del Convenio:

	nivel	grupo	% DE RELACION ENTRE EL COSTE DE PERFIL MAS ELEVADO SEGÚN cifras de banco de españa Y EL RESTO	COSTE FINAL PARA 12 MESES (con todos los costes) según banco de españa
importe extraordinario				
Responsable de Medios Sociales (Social media Manager)	2	I	100,00%	39.233,10 €
Director de Producción Digital, Audiovisual y Gráfica (Responsable de Contenidos VIDEO MAKERS).-	2	I	100,00%	39.233,10 €
Director de Producción Digital, Audiovisual y Gráfica (Responsable de Contenidos -FOTOGRAFIA)	2	I	100,00%	39.233,10 €
Community Manager	3	II	95,00%	37.384,20 €
Redactor / copy senior (EN)	3	II	95,00%	37.384,20 €
Analista DE DATOS (web y RRSS)	4	III	95,00%	37.177,66 €

En relación con los precios unitarios que son los correspondientes tanto a las unidades de ejecución que, en este caso, se corresponden con cada uno de los técnicos que integran el equipo que la contratista deberá adscribir a la ejecución del contrato, el coste a dedicar por cada uno de los técnicos que deben integrar el equipo del contratista en función de su categoría y porcentaje de dedicación al contrato estimados para cada año de duración, de manera que la valoración total se ha efectuado aplicando los precios de estas unidades por el % de dedicación a los servicios objeto del contrato, que se han estimado los siguientes % de dedicación para cada perfil:

importe extraordinario	nivel	grupo	% de dedicación a los servicios solicitados según estimación de MADRID DESTINO por experiencia en la actividad a desarrollar
Responsable de Medios Sociales (Social media Manager)	2	I	30%
Director de Producción Digital, Audiovisual y Gráfica (Responsable de Contenidos VIDEO MAKERS).-	2	I	100%
Director de Producción Digital, Audiovisual y Gráfica (Responsable de Contenidos -FOTOGRAFIA)	2	I	50%
Community Manager	3	II	100%
Redactor / copy senior (EN)	3	II	30%
Analista DE DATOS (web y RRSS)	4	III	30%

Por tanto, el coste laboral tomando como base el COSTE LABORAL FINAL PARA 12 MESES (con todos los costes) de cada perfil profesional según banco de España, aplicando los anteriores % de dedicación, dan un coste total personal de:



	nivel	grupo	COSTE FINAL PARA 12 MESES (con todos los costes) según banco de España	% de dedicación a los servicios solicitados según estimación de MADRID DESTINO por experiencia en la actividad a desarrollar	COSTE FINAL TOTAL PARA 12 MESES (base promedio COSTE POR HORA)
importe extraordinario					
Responsable de Medios Sociales (Social media Manager)	2	I	39.233,10 €	30%	11.769,93 €
Director de Producción Digital, Audiovisual y Gráfica (Responsable de Contenidos VIDEO MAKERS).-	2	I	39.233,10 €	100%	39.233,10 €
Director de Producción Digital, Audiovisual y Gráfica (Responsable de Contenidos -FOTOGRAFIA)	2	I	39.233,10 €	50%	19.616,55 €
Community Manager	3	II	37.384,20 €	100%	37.384,20 €
Redactor / copy senior (EN)	3	II	37.384,20 €	30%	11.215,26 €
Analista DE DATOS (web y RRSS)	4	III	37.177,66 €	30%	11.153,30 €
					130.372,34 €

Basándonos en este cálculo de coste de personal para 12 meses y teniendo en cuenta que el servicio se plantea para un periodo de 24 meses, el coste de personal sería:

COSTE FINAL TOTAL PARA 12 MESES (sin IVA)	COSTE FINAL TOTAL PARA 24 MESES (sin IVA)
130.372,34 €	260.744,68 €

En relación con la determinación del precio por administración, porque el precio del presente contrato viene determinado por el coste directo de la mano de obra que la contratista debe poner al servicio del contrato, es decir los distintos técnicos (unidades) que deben integrar el equipo, incrementado en un porcentaje o cantidad alzada para atender a los gastos generales y el beneficio industrial del contratista, donde quedan incluidos todos los servicios a prestar por el adjudicatario tal y como se describen en el Pliego de Prescripciones Técnicas, así como seguros, gastos, impuestos, tributos, permisos, personal, licencias y de otro tipo asociados a los servicios objeto de contratación, no asumiendo MADRID DESTINO gasto alguno por dichos conceptos.

COSTES GENERALES según el Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, Reglamento general de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, concretamente dice que “Artículo 131. Presupuesto de ejecución material y presupuesto base de licitación” (<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2001-19995>), dice que “...Del 13 al 17 por 100, a fijar por cada Departamento ministerial, a la vista de las circunstancias concurrentes, en concepto de gastos generales de la empresa, gastos financieros, cargas fiscales,”. La ley recoge esta horquilla de porcentaje para aplicar como gastos generales de las empresas licitadoras. Por experiencia de Madrid Destino en servicios similares y por tanto perfiles de empresas similares a lo que se pretende



contratar, el % que se aplica en este ejercicio de cálculo de precio como “costes generales” es el 17%.

BENEFICIO INDUSTRIAL, según el Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, Reglamento general de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, concretamente dice que “Artículo 131. Presupuesto de ejecución material y presupuesto base de licitación” (<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2001-19995>), dice que b) *El 6 por 100 en concepto de beneficio industrial del contratista*. Por tanto, para este ejercicio de cálculo de precio como “beneficio industrial” se aplica el 6%.

PRECIO CONTRATO

LOTE 1.- Servicios de agencia de marketing digital incluyendo community management de perfiles turísticos de redes sociales.

LOTE 1 AGENCIA DE MKT DIGITAL. PRECIO PARA 24 meses de servicio

COSTE DIRECTOS	260.744,68 €
costes de personal	260.744,68 €
COSTE INDIRECTOS	44.326,60 €
costes generales 17% (*6)	44.326,60 €
TOTAL COSTES DIRECTOS + INDIRECTOS	305.071,28 €
Beneficio industrial 6% (*6)	18.304,28 €
TOTAL PRESUPUESTO BASE LICITACIÓN	323.375,56 €
IVA (21%)	67.908,87 €
TOTAL PRESUPUESTO IVA incluido	391.284,43 €

(*) *Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, Reglamento general de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, concretamente dice que “Artículo 131. Presupuesto de ejecución material y presupuesto base de licitación” (<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2001-19995>)*

- Presupuesto base de licitación (IVA excluido): **323.375,56 € (TRESCIENTOS VEINTITRÉS MIL TRESCIENTOS SETENTA Y CINCO EUROS CON CINCUENTA Y SEIS CENTIMOS)**



- IVA aplicable: Tipo/s: 21%.: **67.908,87 €** (SESENTA Y SIETE MIL NOVECIENTOS OCHO EUROS CON OCHENTA Y SIETE CENTIMOS)
- Importe total del presupuesto base de licitación (IVA incluido): **391.284,43 €** (TRESCIENTOS NOVENTA Y UN MIL DOSCIENTOS OCHENTA Y CUATRO EUROS CON CUARENTA Y TRES CENTIMOS)

El precio del LOTE 1 del contrato será aquél al que ascienda la adjudicación y se corresponderá con el importe total de la proposición que presente la mejor relación calidad-precio y cumpla con los requisitos establecidos en los pliegos, sin bien éste no constituye una obligación de pago, puesto que el precio a abonar, con carácter mensual, será el que resulte de aplicar, durante todo el período de vigencia de la contratación, el porcentaje de descuento único homogéneo ofertado por el licitador que resulte adjudicatario sobre el fee mensual calculado como la suma de los costes de cada uno de los perfiles por el % de dedicación para prestación de servicios durante todo el período de vigencia de la contratación, sin que pueda, en ningún caso, sobrepasarse el importe de adjudicación, y que será abonado de conformidad con lo establecido en el epígrafe 11 de la presente memoria.

Lote 2.- Servicios de agencia creativa de publicidad.

LOTE 2 SERVICIOS DE AGENCIA CREATIVA DE PUBLICIDAD. Precio para 24 meses de servicio

COSTE DIRECTOS	
costes de personal	165.083,48 €
TOTAL COSTES DIRECTOS	165.083,48 €
COSTE INDIRECTOS	
costes generales 17% (*6)	28.064,19 €
TOTAL COSTES DIRECTOS + INDIRECTOS	193.147,67 €
Beneficio industrial 6% (*6)	11.588,86 €
TOTAL COSTE CON BENEFICIO INDUSTRIAL	204.736,53 €
costes de bolsa para producción fotográfica para campaña de TURISMO*	120.000,00 €
IVA (21%)	68.194,67 €
TOTAL PRESUPUESTO IVA incluido	392.931,20 €



Tipo de presupuesto: máximo estimado.

El art. 102.3, párrafo segundo, LCSP establece que “en aquellos servicios en los que el coste económico principal sean los costes laborales, deberán considerarse los términos económicos de los convenios colectivos sectoriales, nacionales, autonómicos y provinciales aplicables en el lugar de prestación de los servicios”.

En el presente procedimiento, de acuerdo con lo establecido en los artículos 102 y 309 LCSP y en el artículo 197 RGLCAP, el sistema utilizado para la determinación del precio es tanto “**por unidades de ejecución**” (horas de cada uno de los técnicos) por **administración** (art. 197 RGLCAP)” y “por **tanto alzado**” para el cálculo del servicio “.Artículo 197. Sistemas de determinación del precio.

COSTES DE PERSONAL

Asimismo, dado que, para estos servicios, el coste económico principal son los costes laborales relativos al sueldo del personal que la contratista debe adscribir a la ejecución del contrato, para el cálculo se han tenido en cuenta los precios de mercado tomando como referencia las últimas ratios sectoriales de entidades no cotizadas publicadas por el Banco de España y verificando que se cubre la base salarial del **Convenio Colectivo de Empresas de Publicidad** considerando las siguientes Niveles y Grupos de clasificación profesional conforme al citado Convenio en función de las características de los perfiles profesionales requeridos:

<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2016-1290>

CATEGORIAS PROFESIONALES: - Anexo II del convenio



ANEXO II	
Categoría	Nivel salarial
<i>Grupo I: Directores</i>	
Director General	Nivel 1.
Director Financiero	Nivel 2.
Director Administrativo	Nivel 2.
Director Comercial // de Servicios al Cliente // de Grupo de Cuentas	Nivel 2.
Director Creativo Ejecutivo	Nivel 2.
Director de Medios // Planificación Estratégica de Medios	Nivel 2.
Director de Cuentas	Nivel 2.
Director Marketing // Nuevo Negocio	Nivel 2.
Director de Calidad	Nivel 2.
Director de Tecnología	Nivel 2.
Director de Tráfico	Nivel 2.
Director de Producción Digital, Audiovisual y Gráfica	Nivel 2.
Director de Recursos Humanos	Nivel 2.
Responsable de Medios Sociales	Nivel 2.
<i>Grupo II: Jefaturas</i>	
Supervisor de Cuentas	Nivel 3.
Supervisor de Tráfico	Nivel 3.
Jefe de Planificación // de Proyecto	Nivel 3.
Jefe de Compra de Medios	Nivel 3.
Jefe de Administración	Nivel 3.
Jefe de Personal	Nivel 3.
Jefe de Atención al Cliente	Nivel 3.
Planificador Estratégico (Planner)	Nivel 3.
Director Creativo	Nivel 3.
Director de Arte Senior	Nivel 3.
Redactor // Copy Senior	Nivel 3.
Encargado de Publicidad Exterior	Nivel 3.
Encargado de Bases de Datos	Nivel 4.
Community Manager	Nivel 3.
<i>Grupo III: Técnicos</i>	
Director de Arte Junior	Nivel 4.
Redactor // Copy Junior	Nivel 4.
Planificador de Medios	Nivel 5.
Comprador de Medios	Nivel 5.
Ejecutivo de Cuentas Senior	Nivel 4.
Ejecutivo de Cuentas Junior	Nivel 7.
Dibujante-Montador	Nivel 8.
Técnico Informático	Nivel 5.
Promotor	Nivel 9.
Ayudante de Producción	Nivel 6.
Programador	Nivel 7.
Analista de Datos	Nivel 4.
Oficial Informático	Nivel 8.
Jefe de Estudio	Nivel 5.
Técnico Artefinalista	Nivel 6.
Diseñador Web	Nivel 4.
<i>Grupo IV: Administrativos</i>	
Asistente de Dirección	Nivel 7.
Oficial Administrativo	Nivel 8.
Auxiliar Administrativo	Nivel 9.
<i>Grupo V: Personal de oficios y no cualificados</i>	
Oficial de Primera de Publicidad Exterior	Nivel 7.
Oficial de Oficios	Nivel 8.
Oficial de Segunda de Publicidad Exterior	Nivel 8.
Auxiliar de Oficios	Nivel 11.
Subalterno	Nivel 10.
Personal de Limpieza	Nivel 11.
<i>Grupo VI: Personal de Publicidad Directa</i>	
Supervisor	Nivel 3.
Jefe de Grabación	Nivel 8.
Oficial de Máquina	Nivel 8.
Manipulador	Nivel 9.
Jefe de Equipo	Nivel 8.
Distribuidor	Nivel 11.
Jefe de Almacén	Nivel 3.
Almacenero	Nivel 11.
Transportista	Nivel 8.
Ayudante de Máquinas	Nivel 11.
Teleoperador	Nivel 8.
Grabador	Nivel 9.



Por su parte, y según el Convenio colectivo de empresas de publicidad tablas salariales de partida de referencia con las recogidas en el Anexo II y III del mencionado Convenio https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-13573 , con los importes a aplicar para cada uno de los Grupos y niveles, para “mensual 12 pagas” para 2025

Siguiendo el Convenio se indica que:

III. Para el año 2026, se reunirá la mesa negociadora durante el mes de enero con el fin de fijar el incremento porcentual de las tablas salariales y dietas para el mencionado año, procediéndose de la siguiente forma:

Conocido oficialmente en enero 2026 el comportamiento del IPC interanual de diciembre del año 2025, se reunirá la Comisión Negociadora del Convenio y procederá a sumar los IPC que se hubieran aplicado según el art. 43 del convenio colectivo durante los años 2022 (IPC interanual de diciembre de 2021); 2023 (IPC interanual de diciembre de 2022); 2024 (IPC interanual de diciembre de 2023) y 2025 (IPC interanual de diciembre de 2024). Si el importe de dicha suma es superior a 16 (suma de los incrementos que se producirán en virtud del presente acuerdo durante los cuatro años de su vigencia, a razón del 4 por ciento por año), las empresas procederán a abonar, de forma extraordinaria, a las personas trabajadoras en alta en la empresa a 1 de enero de 2022 y que permanezcan a 31 de diciembre de 2025 un importe equivalente al múltiplo de dicho tipo diferencial por el salario base de tablas vigente en el año 2025, que figura en el Anexo IV del presente acuerdo.

A modo ilustrativo se expone el siguiente ejemplo:

Si la suma de los IPC aplicables entre los años 2022 y 2025, ambos inclusive, hubiera sido el 18 por ciento, el tipo diferencial sería el 2 por ciento, que es el resultado de restar 18 – 16. De esta forma, para el nivel 1 de las tablas salariales que figuran en el Anexo IV supondría un importe bruto total de 522,90 euros y para el nivel 11 de las mismas tablas, supondría un importe bruto total de 345,83 euros.

Dicho importe extraordinario podrá ser abonado en un único pago en el primer trimestre de 2026, o bien prorrateado a lo largo del año 2026.

La suma de los IPC interanuales de 2021,2022, 2023,2024 es el siguiente:

IPC ANUAL DICIEMBRE DE	%
2021	6,5
2022	5,7
2023	3,1
2024	2,8
	18,1

Siguiendo lo indicado en el Convenio regulador, para extraer

$$18,1 - 16 = 2,1$$



Recurriendo a las tablas salariales de año 2025, se aplicaría el siguiente incremento: 2,1% al salario anual correspondiente para los niveles necesarios.

ANEXO IV

Convenio colectivo estatal del sector de empresas de publicidad

Tablas salariales año 2025

Tablas salariales 2025 + 4%

Niveles	Mensual 15 pagas Euros	Mensual 12 pagas Euros	Anual Euros
Nivel 1.	1.742,98	2.178,73	26.144,76
Nivel 2.	1.549,43	1.936,78	23.241,39
Nivel 3.	1.476,40	1.845,50	22.146,01
Nivel 4.	1.468,24	1.835,31	22.023,66
Nivel 5.	1.463,08	1.828,85	21.946,19
Nivel 6.	1.367,61	1.709,51	20.514,08
Nivel 7.	1.357,29	1.696,61	20.359,35
Nivel 8.	1.256,66	1.570,83	18.849,97
Nivel 9.	1.227,36	1.534,20	18.410,40
Nivel 10.	1.222,63	1.528,29	18.339,50
Nivel 11.	1.152,79	1.440,99	17.291,85

Las dietas por desplazamiento quedarán establecidas para el año 2025 en los siguientes importes:

Dieta con pernocta (en territorio nacional): 72,81 euros netos/día.

Dieta sin pernocta (en territorio nacional): 36,48 euros netos/día.

Dieta internacional con pernocta: 124,23 euros netos/día.

Dieta internacional sin pernocta: 66,16 euros netos/día.

Gastos de manutención (comidas): 16,19 euros netos/día.

Gastos kilometraje: 0,255 euros por km.

Resultando:

	nivel	grupo	salario base mensual 2025 12 pagas	Incremento IPC siguiendo punto Acuerdo III del convenio relativo "el incremento porcentual de las tablas salariales" (*0)	importe extraordinario a aplicar sobre salario base (en base a incremento IPC)	salario base mensual 2026 12 pagas (incluye el incremento extraordinario)
Director de cuenta	2	I	1.936,78 €	2,1%	40,67 €	1.977,45 €
Ejecutivo de cuentas Senior	4	III	1.835,31 €	2,1%	38,54 €	1.873,85 €
Director creativo Ejecutivo	2	I	1.936,78 €	2,1%	40,67 €	1.977,45 €
Director de Arte senior	3	II	1.845,50 €	2,1%	38,76 €	1.884,26 €
Redactor / copy senior	3	II	1.845,50 €	2,1%	38,76 €	1.884,26 €
Redactor / copy senior (idioma)	3	II	1.845,50 €	2,1%	38,76 €	1.884,26 €
Director de arte junior (diseñador gráfico)	4	III	1.835,31 €	2,1%	38,54 €	1.873,85 €

Se aplica sobre el sueldo base para cada uno de los perfiles, el coste de seguridad social (30,9%) calculado, aplicando los siguientes conceptos:

Tipo de cotización a cargo de la empresa: CONTINGENCIAS COMUNES (23,6%)+ Desempleo (5,50%), Fogasa (0,20%); formación profesional (0,60%), accidentes de trabajo y enfermedades profesionales (1% , Tarifa de primas para la cotización a la Seguridad Social por las contingencias de accidentes de trabajo y enfermedades



profesionales/ Códigos CNAE-2009: 82 y título de la actividad económica: Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas (Excepto 8220 y 8292)

<https://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Trabajadores/CotizacionRecaudacionTrabajadores/48410>

Por tanto, el coste de personal para cada uno de los perfiles aplicando el sueldo base del 2025 a un número estimado de meses para cada anualidad, e incorporando el importe extraordinario del IPC, el coste de seguridad social se muestra en la siguiente tabla el coste de personal final para 12 meses de contrato:

*(1)	salario base mensual 2026 12 pagas (incluye el incremento extraordinario)	Salario 2026 (12 meses)	coste seguridad social (30,9%) 12 meses 2026 (2)	TOTAL COSTE ANUAL (salario base + coste sociales) según convenio
Director de cuenta	1.977,45 €	23.729,40 €	7.332,38 €	31.061,78 €
Ejecutivo de cuentas Senior	1.873,85 €	22.486,20 €	6.948,24 €	29.434,44 €
Director creativo Ejecutivo	1.977,45 €	23.729,40 €	7.332,38 €	31.061,78 €
Director de Arte senior	1.884,26 €	22.611,12 €	6.986,84 €	29.597,96 €
Redactor / copy senior	1.884,26 €	22.611,12 €	6.986,84 €	29.597,96 €
Redactor / copy senior (idioma)	1.884,26 €	22.611,12 €	6.986,84 €	29.597,96 €
Director de arte junior (diseñador gráfico)	1.873,85 €	22.486,20 €	6.948,24 €	29.434,44 €

https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-13573 //
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2016-1290>

***(2)** Fuente: <https://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Trabajadores/CotizacionRecaudacionTrabajadores/36537#36538>

()Tipo de cotización a cargo de la empresa: CONTINGENCIAS COMUNES (23,6%)+ Desempleo (5,50%), Fogasa (0,20%); formación profesional (0,60%), accidentes de trabajo y enfermedades profesionales (1%: ver (3))*

***(3)** <https://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Trabajadores/CotizacionRecaudacionTrabajadores/48410>

Tarifa de primas para la cotización a la Seguridad Social por las contingencias de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales:

Códigos CNAE-2009: 82 y título de la actividad económica: Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas (Excepto 8220 y 8292).

Basándonos en el informe extraído de precios de mercado tomando como referencia las últimas ratios sectoriales de entidades no cotizadas publicadas por el Banco de España, https://app.bde.es/asc_web/consulta.html, extrayendo la información de trabajadores y gastos de personal para “actividades profesionales, científicas y técnica” para la

actividad “Publicidad y estudios de mercado”, tamaño TOTAL, naturaleza TOTAL y para el último ejercicio económico publicado (2023), el resultado del COSTE POR TRABAJADOR es el siguiente:

Bloque de información seleccionado y eje de corte: Trabajadores y gastos de personal, Actividad económica: 'Publicidad y estudios de mercado', Tamaño: 'Total', Naturaleza: 'Total'.

https://app.bde.es/asc_web/consulta.html

	2022/2023	
	Año N-1	Año N
Número de Empresas	6.728,00 €	6.728,00 €
A. NÚMERO MEDIO DE TRABAJADORES (unidades)	42.675,80 €	44.629,70 €
1. Fijos	36.657,30 €	40.253,90 €
2. No fijos	5.953,50 €	4.299,60 €
3. Sin clasificar	65,00 €	76,20 €
B. GASTOS DE PERSONAL (miles de euros)	1.581.588,60 €	1.750.964,60 €
1. Sueldos y salarios	749.588,00 €	823.801,70 €
2. Cargas sociales	192.363,60 €	207.159,40 €
3. Sin clasificar	639.637,00 €	720.003,50 €
C. GASTOS DE PERSONAL POR TRABAJADOR (euros) (B / A)	37.060,60 €	39.233,10 €
© Banco de España. Reservados todos los derechos. FUENTES: Registros Mercantiles (CORPME) y Banco de España		

Inicio

Inicio > Resultado agregados sectoriales

Resultado agregados sectoriales

Bloque de información seleccionado y eje de corte:

Trabajadores y gastos de personal, Actividad económica: 'Publicidad y estudios de mercado', Tamaño: 'Total', Naturaleza: 'Total'.

Valores monetarios en miles de euros

Exportar a Excel

Tipo de visualización

Ocultar decimales

Variable económica	2022/2023	
	Año N-1	Año N
Número de Empresas	6728	6728
A. NÚMERO MEDIO DE TRABAJADORES (unidades)	42.675,8	44.629,7
1. Fijos	36.657,3	40.253,9
2. No fijos	5953,5	4299,6
3. Sin clasificar	65,0	76,2
B. GASTOS DE PERSONAL (miles de euros)	1.581.588,6	1.750.964,6
1. Sueldos y salarios	749.588,0	823.801,7
2. Cargas sociales	192.363,6	207.159,4
3. Sin clasificar	639.637,0	720.003,5
C. GASTOS DE PERSONAL POR TRABAJADOR (euros) (B / A)	37.060,6	39.233,1

v. 1.4.1

Trabajadores y gastos de personal, Actividad económica: 'Publicidad y estudios de mercado', Tamaño: 'Total', Naturaleza: 'Total'.Ejercicio: 2023.

El coste anual resultante para cada uno de los perfiles basándonos en el convenio laboral colectivo, es inferior al COSTE TRABAJADOR (39.233,10 €) indicado en el informe extraído de precios de mercado mencionado.

Por tanto, se aplica en la siguiente tabla y para el Perfil profesional con el Grupo I, nivel 2 como coste anual, el COSTE TRABAJADOR 39.233,10 € indicado por Banco de España y ajustado a la realidad del mercado. Para el resto de perfil se parte de dicho valor (39.233,10 €) aplicando el valor en proporción al escalado por categorías profesionales recogidas en las tablas salariales del Convenio:



	TOTAL COSTE ANUAL (salario base + coste sociales) según convenio	% DE RELACION ENTRE EL COSTE DE PERFIL MAS ELEVADO SEGÚN cifras de banco de españa Y EL RESTO	COSTE FINAL PARA 12 MESES (con todos los costes) según banco de españa
Director de cuenta	31.061,78 €	100%	39.233,10 €
Ejecutivo de cuentas Senior	29.434,44 €	95%	37.177,66 €
Director creativo Ejecutivo	31.061,78 €	100%	39.233,10 €
Director de Arte senior	29.597,96 €	95%	37.384,20 €
Redactor / copy senior	29.597,96 €	95%	37.384,20 €
Redactor / copy senior (idioma)	29.597,96 €	95%	37.384,20 €
Director de arte junior (diseñador gráfico)	29.434,44 €	95%	37.177,66 €

En relación con los precios unitarios que son los correspondientes tanto a las unidades de ejecución que, en este caso, se corresponden con cada uno de los técnicos que integran el equipo que la contratista deberá adscribir a la ejecución del contrato, el coste a dedicar por cada uno de los técnicos que deben integrar el equipo del contratista en función de su categoría y porcentaje de dedicación al contrato estimados para cada año de duración, de manera que la valoración total se ha efectuado aplicando los precios de estas unidades por el % de dedicación a los servicios objeto del contrato, que se han estimado los siguientes % de dedicación para cada perfil:

Por tanto, el coste laboral tomando como base el COSTE LABORA FINAL PARA 12 MESES (con todos los costes) de cada perfil profesional según banco de España, aplicando los anteriores % de dedicación, dan un coste total personal de:

	COSTE FINAL PARA 12 MESES (con todos los costes) según banco de españa	% de dedicación a los ervicios solicitados según estimacion de MADRID DESITNO por experiencia en la actividad a desarrollar	COSTE FINAL TOTAL PARA 12 MESES (base promedio COSTE POR HORA)
Director de cuenta	39.233,10 €	20%	7.846,62 €
Ejecutivo de cuentas Senior	37.177,66 €	50%	18.588,83 €
Director creativo Ejecutivo	39.233,10 €	10%	3.923,31 €
Director de Arte senior	37.384,20 €	25%	9.346,05 €
Redactor / copy senior	37.384,20 €	30%	11.215,26 €
Redactor / copy senior (idioma)	37.384,20 €	10%	3.738,42 €
Director de arte junior (diseñador gráfico)	37.177,66 €	75%	27.883,25 €
			82.541,74 €

basándonos en este cálculo de coste de personal para 12 meses y teniendo en cuenta que el servicio se plantea para un periodo de 24 meses, el coste de personal sería:

COSTE FINAL TOTAL PARA 12 MESES (Sin IVA)	COSTE FINAL TOTAL PARA 24 MESES (Sin IVA)
82.541,74 €	165.083,48 €



COSTE BOLSA PRODUCCION FOTOGRAFICA PARA CAMPAÑA PUBLICIDAD DE TURISMO

Para el cálculo del PBL también se aplica el sistema de tanto alzado para el cálculo de una bolsa de presupuesto para la realización de producciones fotográficas para campañas de turismo. Este coste es susceptible de entrega parcial por estar así previsto en el pliego de cláusulas administrativas particulares. Según la experiencia de Madrid Destino en las últimas producciones fotográficas, que incluye los servicios de fotografía, contratación de modelos, y su gestión de los derechos de uso de su imagen para difusión internacional en medios publicitarios, el coste se estima en **60.000 €** por año de contrato, siendo el coste total para los 24 meses de contrato de 120.000 €.

En relación con la determinación del precio por administración, porque el precio del presente contrato viene determinado por el coste directo de la mano de obra que la contratista debe poner al servicio del contrato, es decir los distintos técnicos (unidades) que deben integrar el equipo, incrementado en un porcentaje o cantidad alzada para atender a los gastos generales y el beneficio industrial del contratista, donde quedan incluidos todos los servicios a prestar por el adjudicatario tal y como se describen en el Pliego de Prescripciones Técnicas, así como seguros, gastos, impuestos, tributos, permisos, personal, licencias y de otro tipo asociados a los servicios objeto de contratación, no asumiendo MADRID DESTINO gasto alguno por dichos conceptos.

COSTES GENERALES según el Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, Reglamento general de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, concretamente dice que “Artículo 131. Presupuesto de ejecución material y presupuesto base de licitación” (<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2001-19995>), dice que “...Del 13 al 17 por 100, a fijar por cada Departamento ministerial, a la vista de las circunstancias concurrentes, en concepto de gastos generales de la empresa, gastos financieros, cargas fiscales,”. La ley recoge esta horquilla de porcentaje para aplicar como gastos generales de las empresas licitadoras. Por experiencia de Madrid Destino, para contrataciones de servicios similares y por tanto perfiles de empresas similares a lo que se pretende contratar, el % que se aplica en este ejercicio de cálculo de precio como “costes generales” es el 17%, el más alto de la horquilla.

BENEFICIO INDUSTRIAL, según el Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, Reglamento general de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, concretamente dice que “Artículo 131. Presupuesto de ejecución material y presupuesto base de licitación” (<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2001-19995>), dice que b) *El 6 por 100 en concepto de beneficio industrial del contratista.* Por tanto, para este ejercicio de cálculo de precio como “beneficio industrial” se aplica el 6%.

PRECIO CONTRATO

LOTE 2.- Servicios de creatividad y producción de piezas para campañas de publicidad

LOTE 2 AGENCIA creativa para 24 meses de servicio

COSTE DIRECTOS	
costes de personal	165.083,48 €
TOTAL COSTES DIRECTOS	165.083,48 €
COSTE INDIRECTOS	
costes generales 17% (*6)	28.064,19 €
TOTAL COSTES DIRECTOS + INDIRECTOS	193.147,67 €
Beneficio industrial 6% (*6)	11.588,86 €
TOTAL COSTE CON BENEFICIO INDUSTRIAL	204.736,53 €
Costes de bolsa para producción fotografica para campaña de TURISMO*	120.000,00 €
IVA (21%)	68.194,67 €
TOTAL PRESUPUESTO IVA incluido	392.931,20 €

(*) Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, Reglamento general de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, concretamente dice que “Artículo 131. Presupuesto de ejecución material y presupuesto base de licitación” (<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2001-19995>)

- Presupuesto coste directo e indirectos con beneficio industrial (IVA excluido): **204.736,53 €** (DOSCIENTOS CUATRO MIL SEITECIENTOS TREINTE SEIS EUROS CON CINCUENTA Y TRES CENTIMOS)
- Costes de bolsa para producción fotográfica para campaña de TURISMO: **120.000€** (CIENTO VIENTE MIL EUROS)
- IVA aplicable/ Tipo/s 21%: **68.194,67 €** (SESENTA Y OCHO MIL CIENTO NOVENTA Y CUATRO EUROS CON SESENTA Y SIETE CENTIMOS)
- Importe total del presupuesto base de licitación (IVA incluido): **392.931,20 €** (TRESCIENTOS NOVENTA Y DOS MIL NOVECIENTOS TRIENTA Y UN EUROS Y VIENTE CENTIMOS)

El precio del LOTE 2 del contrato será aquél al que ascienda la adjudicación y se corresponderá con el importe total de la proposición que presente la mejor

relación calidad-precio y cumpla con los requisitos establecidos en los pliegos, sin bien éste no constituye una obligación de pago, puesto que el precio a abonar, con carácter mensual, será el que resulte de aplicar, durante todo el período de vigencia de la contratación, el porcentaje de descuento único homogéneo ofertado por el licitador que resulte adjudicatario sobre el fee mensual calculado como la suma de los costes de cada uno de los perfiles por el número de horas mensuales de prestación de servicios durante todo el período de vigencia de la contratación, sin que pueda, en ningún caso, sobrepasarse el importe de adjudicación, y que será abonado de conformidad con lo establecido en el epígrafe 11 de la presente memoria.

5. DURACIÓN DEL CONTRATO.

Se fija un plazo de duración inicial del contrato de veinticuatro (24) meses, que podrá ser objeto de prórroga de conformidad con lo establecido en el punto siguiente por un período de veinticuatro (24) meses o inferior.

5.1. Prórroga.

La prórroga puede establecerse por un periodo único de 24 meses o por periodos inferiores. En todo caso la suma de los periodos de prórroga no podrá superar el plazo fijado originariamente de 24 meses.

La prórroga se acordará por el órgano de contratación y será obligatoria para el adjudicatario, siempre que el preaviso se produzca al menos con dos meses de antelación a la finalización del plazo de duración del contrato.

6. JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE SOLVENCIA.

6. 1. Solvencia económica y financiera. Solvencia técnica

Tanto los criterios de solvencia económica y financiera como los criterios de solvencia técnica, que se recogen en este epígrafe y en el apartado 11 del Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, se han establecido de conformidad con lo establecido en los artículos 86 y siguientes de la LCSP, y teniendo en cuenta las características del objeto del presente contrato de servicios.

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

Acreditación de la solvencia económica y financiera:



- **Artículo 87.1 a) LCSP:** Volumen anual de negocios, o bien volumen anual de negocios en el ámbito al que se refiera el contrato, referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del empresario y de presentación de las ofertas por importe igual o superior al exigido en el anuncio de licitación o en la invitación a participar en el procedimiento y en los pliegos del contrato o, en su defecto, al establecido reglamentariamente.

Requisitos mínimos de solvencia y acreditación documental: Presentación de una declaración firmada por el representante legal de la empresa, relativa a la cifra de negocios global efectuados en el curso de los tres últimos ejercicios (2022,2023,2024) o lo que correspondan en caso de que el licitador se hubiere constituido o iniciado sus actividades en un periodo inferior, por un importe igual o superior a 176.046 euros. Se acreditará por mediante una declaración firmada por el representante legal de la empresa.

Acreditación de la solvencia técnica o profesional:

- **Artículo 90.1 a) LCSP:** Una relación de los principales servicios o trabajos realizados de igual o similar naturaleza de los que constituyen el objeto del contrato en el curso de, como máximo los tres últimos años, en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos. Los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado emitido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación; en su caso, estos certificados serán comunicados directamente al órgano de contratación por la autoridad competente.

Requisitos mínimos de solvencia y acreditación documental: Relación firmada y acreditada documentalmente mediante certificados, de los principales servicios efectuados similares al objeto del contrato debiendo presentar al menos 3 de ellos:

Concretamente de los **servicios de agencia de marketing digital incluyendo los servicios de community management** el licitador deberá acreditar que haya realizado para otras empresas y/o marcas estos servicios, detallando en el caso de las redes sociales, el número de seguidores de los perfiles gestionados y acreditados, fechas, y acreditación de la buena ejecución.

Actualmente nuestros perfiles de Instagram y Facebook cuentan con 395.000 seguidores y 351.000 respectivamente. Por lo tanto, se solicita al licitador que pueda acreditar que haya realizado para esas empresas y/o marcas “una buena ejecución” de la gestión de perfiles de redes sociales que excedan los 100.000 seguidores en la plataforma de Facebook, 100.000 seguidores en la plataforma de Instagram, que supone un tercio de la base de seguidores actual. En el caso de LinkedIn no se exige mínimo de seguidores.



La “buena ejecución” se entiende como:

- Plataforma Facebook, perfiles que excedan los 100.000 seguidores y en los que el licitador haya realizado un plan editorial semanal.
- Plataforma Instagram, perfiles que excedan los 100.000 seguidores y en los que el licitador el licitador haya realizado un plan editorial semanal. Incluyendo posts y videos (reel)
- Plataforma LinkedIn, perfiles sin un mínimo de seguidores, y en el que el licitador haya realizado un plan editorial semanal.

Concreción de las condiciones de solvencia

Esta documentación deberá incluirse en el sobre A) de documentación acreditativa del cumplimiento de los requisitos previos.

Los licitadores deberán incluir el número, perfil profesional y grado de dedicación (expresado en %) de los técnicos que formarán parte del servicio, así como los nombres del personal responsable de ejecutar la prestación objeto del contrato.

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. 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:

GRUPO I DIRECTORES: aquellos puestos de trabajo que actúan de forma independiente dentro de las directrices y objetivos globales. Toman decisiones cuyo impacto puede afectar a un área funcional y/o en los resultados empresariales. Planifican y gestionan el trabajo de equipos cualificados y son responsables de conducir las relaciones al más alto nivel con el cliente/proveedor tanto interno como externo.

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.

GRUPO II JEFATURAS: Engloba aquellos puestos de trabajo que actúan de forma independiente dentro de los objetivos y directrices concretos establecidos por la Dirección. Sigue instrucciones y/o procedimientos ya establecidos. Sus decisiones tienen, sobre todo, un impacto en el día a día del área o áreas funcionales bajo su responsabilidad. Puede ser responsable de la supervisión de personas o equipos.

1. **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%.
2. **Redactor/copy senior en inglés (1):** redactor nativo inglés, dedicación de la persona: 30%

GRUPO III TECNICOS: Siguiendo los procedimientos y normas establecidas, tienen autonomía operativa sobre su propio trabajo. Toman decisiones de naturaleza simple que afecta a su propio trabajo o el del equipo a su cargo. Poseen conocimientos especializados de complejidad conceptual y experiencia en el manejo de herramientas relacionadas con su profesión. Cumplen con las normas, procedimientos y tareas que les son encomendada:

1. **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%.

Esta documentación deberá incluirse en el sobre A) de documentación acreditativa del cumplimiento de los requisitos previos.



LOTE 2: Servicios de agencia creativa de publicidad

Acreditación de la solvencia económica y financiera:

- **Artículo 87.1 a) LCSP:** Volumen anual de negocios, o bien volumen anual de negocios en el ámbito al que se refiera el contrato, referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del empresario y de presentación de las ofertas por importe igual o superior al exigido en el anuncio de licitación o en la invitación a participar en el procedimiento y en los pliegos del contrato o, en su defecto, al establecido reglamentariamente.

Requisitos mínimos de solvencia y acreditación documental: Presentación de una declaración firmada por el representante legal de la empresa, relativa a la cifra de negocios global efectuados en el curso de los tres últimos ejercicios (2022, 2023 y 2024) o lo que correspondan en caso de que el licitador se hubiere constituido o iniciado sus actividades en un periodo inferior, por un importe igual o superior a 180.666 euros acreditará por mediante una declaración firmada por el representante legal de la empresa.

Acreditación de la solvencia técnica o profesional:

- **Artículo 90.1 a) LCSP:** Una relación de los principales servicios o trabajos realizados de igual o similar naturaleza de los que constituyen el objeto del contrato en el curso de, como máximo los tres últimos años, en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos. Los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado emitido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación; en su caso, estos certificados serán comunicados directamente al órgano de contratación por la autoridad competente.

Requisitos mínimos de solvencia y acreditación documental: Relación firmada y acreditada documentalmente mediante certificados de buena ejecución, de los principales servicios efectuados similares al objeto del contrato debiendo presentar al menos 3 de ellos:

En el caso de los **servicios de agencia creativa para publicidad**, el licitador deberá presentar una relación firmada y acreditada de 3 marcas para las que ha desarrollado creativities para campañas de ámbito internacional, al menos en 4 mercados internacionales especificando los países donde fueron difundidas, así como una acreditación de la buena ejecución por parte de la marca/cliente en cuanto a la adecuación de la creatividad a lo solicitado, la correcta implementación de la campaña y el cumplimiento de calendario de trabajo impuesto inicialmente.



Se solicita también la presentación de 2 “casos de éxito” de campañas creativas, de los cuales uno de ellos tiene que ser de una marca turística y que se hayan realizado en los siguientes mercados estratégicos de turismo de la ciudad de Madrid: Estados Unidos, Asia, Latinoamérica o Reino Unido.

Cada caso de éxito deberá contener la siguiente información: fechas, mercado, objetivo, conceptualización, diseño/creatividad y algunas de sus adaptaciones a formatos publicitarios (gráfica, digital, video).

Concreción de las condiciones de solvencia

Esta documentación deberá incluirse en el sobre A) de documentación acreditativa del cumplimiento de los requisitos previos.

Los licitadores deberán incluir el número, perfil profesional y grado de dedicación (expresado en %) de los técnicos que formarán parte del servicio, así como los nombres del personal responsable de ejecutar la prestación objeto del contrato.

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. 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.

GRUPO I DIRECTORES: aquellos puestos de trabajo que actúan de forma independiente dentro de las directrices y objetivos globales. Toman decisiones cuyo impacto puede afectar a un área funcional y/o en los resultados empresariales. Planifican y gestionan el trabajo de equipos cualificados y son responsables de conducir las relaciones al más alto nivel con el cliente/proveedor tanto interno como externo.

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%

GRUPO II JEFATURAS: Engloba aquellos puestos de trabajo que actúan de forma independiente dentro de los objetivos y directrices concretos establecidos por la Dirección. Sigue instrucciones y/o procedimientos ya establecidos. Sus decisiones tienen, sobre todo, un impacto en el día a día del área o áreas funcionales bajo su responsabilidad. Puede ser responsable de la supervisión de personas o equipos.

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 copios 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%

GRUPO III TECNICOS: Siguiendo los procedimientos y normas establecidas, tienen autonomía operativa sobre su propio trabajo. Toman decisiones de naturaleza simple que afecta a su propio trabajo o el del equipo a su cargo. Poseen conocimientos especializados de complejidad conceptual y experiencia en el manejo de herramientas relacionadas con su profesión. Cumplen con las normas, procedimientos y tareas que les son encomendadas.

1. Ejecutivo de cuentas senior: gestión de la cuenta. Atención cliente. Dedicación 50%
2. Director de arte junior (diseñador gráfico): desarrollo de adaptaciones, formatos. Dedicación 75%

Esta documentación deberá incluirse en el sobre A) de documentación acreditativa del cumplimiento de los requisitos previos.

7. JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN.

El artículo 145 de la LCSP señala que la adjudicación de los contratos se realizará utilizando una pluralidad de criterios de adjudicación en base a la mejor relación calidad-precio.

Previa justificación en el expediente, los contratos se podrán adjudicar con arreglo a criterios basados en un planteamiento que atienda a la mejor relación coste-eficacia,



sobre la base del precio o coste, como el cálculo del coste del ciclo de vida con arreglo al artículo 148.

A su vez, el artículo 146.2 de la LCSP establece que, cuando se utilicen una pluralidad de criterios de adjudicación, en su determinación, siempre y cuando sea posible, se dará preponderancia a aquellos que hagan referencia a características del objeto del contrato que puedan valorarse mediante cifras o porcentajes obtenidos a través de la mera aplicación de las fórmulas establecidas en los pliegos.

Por su parte, el artículo 145.4 LCSP establece que los órganos de contratación velarán por que se establezcan criterios de adjudicación que permitan obtener obras, suministros y servicios de gran calidad que respondan lo mejor posibles a sus necesidades; y, en especial, en los procedimientos de contratos de servicios que tengan por objeto prestaciones de carácter intelectual, como los servicios de ingeniería y arquitectura, en los cuales, además, el precio no podrá ser el único factor determinante de la adjudicación (art. 145.3 g) LCSP).

El citado artículo, en su párrafo segundo, recoge que en los contratos de servicios del Anexo IV, así como en los contratos que tengan por objeto prestaciones de carácter intelectual, los criterios relacionados con la calidad deberán representar, al menos, el 51 por ciento de la puntuación asignable en la valoración de las ofertas. A este respecto, en la Disposición adicional cuadragésima primera de la LCSP se indica que: “**se reconoce la naturaleza de prestaciones de carácter intelectual a los servicios de arquitectura, ingeniería, consultoría y urbanismo, con los efectos que se derivan de las previsiones contenidas en esta Ley**”, por lo que afectará directamente al **LOTE 2 SERVICIOS DE AGENCIA CREATIVA DE PUBLICIDAD**

LOTE 1 SERVICIOS DE AGENCIA DE MARKETING DIGITAL INCLUYENDO COMMUNITY MANAGEMENT

Concepto	Puntuación máxima
CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES	25 puntos
CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES	
Proposición económica	35 puntos
Mejoras a los mínimos planteados en los servicios requeridos	40 puntos
Total	100 puntos



CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES (MÁXIMO 25 PUNTOS)

La valoración de las ofertas en base a criterios técnicos NO valorables en cifras o porcentajes se basa en el ejercicio práctico desarrollado por el licitador siguiendo el briefing facilitado en el punto “Briefing ejercicio práctico” del Lote 1 Servicios de agencia de marketing digital_incluyendo Community Management_del PLIEGO PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES (PPTP)

Los criterios de valoración de las propuestas técnicas y la forma de ser valorados son los siguientes:

CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES	
Calidad del ejercicio práctico en cuanto a servicios de agencia de marketing digital incluyendo Community Management	25 puntos
<p>Aquellas memorias técnicas presentadas para el ejercicio práctico descrito en el Pliego de Prescripciones técnicas particulares, que respondan correctamente al planteamiento de MADRID DESTINO tendrán las puntuaciones más altas, mientras que las ofertas que no incluyan un desarrollo técnico completo o descrito con suficiente claridad según lo solicitado en el punto “Ejercicio práctico/Lote 1” u otras memorias cuyo nivel de calidad sea insuficiente o errónea o el entendimiento y capacidad técnica demostrada sea media-baja, obtendrán puntuaciones más bajas.</p> <p>El nivel de calidad será determinar en función de nivel de adecuación que la propuesta presentada tenga con respecto a lo solicitado en el briefing, en cuanto a lo siguiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • De la publicación solicitada en el punto 1 (<i>punto PPTP: Ejercicio práctico/Lote 1</i>) para el objetivo de engagement, valorando lo siguiente. Los licitadores podrán obtener para este apartado un máximo de 10 puntos valorando que: <ul style="list-style-type: none"> ○ El contenido sea correcto y redactado de forma que plasme de manera correcta el mensaje específico para este público objetivo, que favorezca la generación de engagement por parte del usuario. ○ La redacción y el tono sean correctos en cuanto a que sigan las directrices marcadas en el punto Características Técnicas del Servicio del PPTP y que el tono sea cercano y amable, para generar engagement por parte del usuario. 	0-10 puntos

<ul style="list-style-type: none"> ○ La adaptación idiomática sea gramatical y culturalmente correcta y adecuada a tono y mensaje del original. ○ La calidad de la imagen, video, ilustración o infografía sea alta en cuanto a resolución técnica y, especialmente, que el enfoque y técnicas fotográficas sean adecuadas para el contexto, concepto de la marca y formatos que se usan en redes sociales. ● Del plan de contenidos y acciones especiales para la promoción de la temática ‘San Valentín’ solicitada en el punto 2 (<i>punto PPTP: Ejercicio práctico/Lote 1</i>) y para el objetivo de conseguir el mayor número posible de nuevos seguidores extranjeros para los canales mencionados. Los licitadores podrán obtener para este apartado un máximo de 15 puntos, valorando que: <ul style="list-style-type: none"> ○ La acción esté adaptada culturalmente a un público extranjero/turista y que el contenido sea adecuado a la audiencia, llamativo y notorio para ese público. ○ El mensaje de las piezas planteadas sea adecuado a la audiencia y a la marca e incite a seguir a los perfiles de redes sociales mencionados en el ejercicio. ○ El plan editorial plantee formatos innovadores que sean relevantes, diferenciadores y adecuados para el público. ○ La acción especial propuesta sea notoria y adecuada para la audiencia y la marca mostrando el licitador una estimación de resultados en cuando a incremento de seguidores de las plataformas de redes sociales. 	<p>0-15 puntos</p>
---	--------------------

En el **Sobre B (Criterios no valorables en cifras o porcentajes)** deberá incluirse desarrollados a continuación, la siguiente documentación de carácter técnico:

- Memoria técnica correspondiente al ejercicio práctico solicitado en el punto *Ejercicio práctico/Lote 1* Servicios de agencia de marketing digital incluyendo Community Management del Pliego de Prescripciones técnicas particulares respondiendo al briefing del ejercicio práctico.
- Documentación de carácter técnico que se exija en el Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares.



CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES

Concepto	Puntuación máxima
Proposición económica	35 puntos
Mejoras a los mínimos planteados en los servicios requeridos	40 puntos

CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES (MÁXIMO 75 PUNTOS)

Número	Criterio	Puntuación máxima	Desglose de puntuación
1	Oferta económica Servicios de agencia de marketing digital incluyendo community management	35 puntos	
2	Mejoras a los mínimos planteados en los servicios requeridos	40 puntos	
	Realización de 2 producciones de 25 FOTOS extras cada una sobre la producción ordinaria para uso en difusión promocional. Panorámicas u horizontales de estilo artístico en base a briefing futuro. En 15 fotos se solicita que haya entre 1 y 2 figurantes no reconocibles con derechos de uso de imagen permanentes para uso promocional.		20 puntos
	Crear landing page oficial de Madrid en el canal Mafengwo (China) y actualizarlo con contenido audiovisual 4 veces al año.		20 puntos
	TOTAL	75 puntos	

Toda la documentación relativa a estos criterios deberá presentarse en el sobre C

1.- OFERTA ECONÓMICA: HASTA 35 PUNTOS

Los puntos máximos a obtener en este apartado se desglosan del siguiente modo:

1.1 Servicios de agencia de marketing digital incluyendo Community management, que implica la gestión de los perfiles de redes sociales turísticos de Madrid,



herramientas y material necesarios para el análisis y seguimiento de la actividad. Hasta 35 puntos

Los meses máximos de servicio serán 24, es decir, los relativos a la duración del periodo inicial del contrato.

El precio máximo por mes previsto para este concepto es de 13.473,98 € I.V.A no incluido (trece mil cuatrocientos setenta y tres euros con noventa y ocho céntimos)

Obtendrá la máxima puntuación la empresa que oferte el importe mensual más reducido de todas las presentadas y cero puntos la que iguale la tarifa máxima. El resto de las ofertas serán valoradas de conformidad con la fórmula indicada a continuación.

$$X = (P_m/P_x) * P_e$$

Siendo:

- X: puntos obtenidos por la oferta económica.
- Px: Precio de la oferta que se valora.
- Pm: Precio de la oferta más económica.
- Pe: máximo de puntos previsto para el apartado.

La fórmula aplicada tiene en cuenta que se debe otorgar una puntuación superior a aquellas ofertas de importe más reducido.

Introducción de precios en la plataforma de licitación electrónica

Los licitadores deberán presentar sus ofertas en documento en formato electrónico siguiendo la plantilla del ANEXO II.

Consideraciones generales en la presentación de precios

Las ofertas en todos los casos deberán cumplir:

- Los precios son unitarios y sin I.V.A u otros impuestos.
- Los precios ofertados por los licitadores deberán ser netos. En caso de que un licitador oferte con decimales se redondeará al entero inmediatamente superior independientemente de los decimales ofertados.
- Aquellos licitadores que igualen el precio máximo previsto en cualquier apartado, recibirán 0 puntos.

2.- MEJORAS A LOS MÍNIMOS PLANTEADOS EN LOS SERVICIOS REQUERIDOS. HASTA 40 PUNTOS.

1. Realización de 2 producciones de 25 FOTOS extras cada una sobre la producción ordinaria para su uso en difusión promocional. Fotos panorámicas u horizontales de estilo artístico en base a briefing futuro. En 15



de esas fotos se solicita que haya entre 1 y 2 figurantes no reconocibles con derechos de uso de imagen permanentes para uso promocional.—Todos los derechos de estas fotografías serán de Madrid Destino.

Se valorará con veinte (20) puntos aquellas propuestas que se comprometan a la realización de estas dos producciones de fotografías y cero (0) puntos a aquellas empresas que no se comprometan.

En la plataforma de licitación digital se debe introducir el valor “1” (Uno) en caso de asumir el compromiso o “0” (Cero) en caso de no asumirlo.

2. Crear landing page oficial de Madrid en el canal Mafengwo (China) y actualizarla con contenido audiovisual 4 veces al año.

Se valorará con veinte (20) puntos aquellas propuestas que se comprometan a crear dicha landing page en el canal mencionado y cero (0) puntos a aquellas empresas que no se comprometan.

En la plataforma de licitación digital se debe introducir el valor “1” (Uno) en caso de asumir el compromiso o “0” (Cero) en caso de no asumirlo.

LOTE 2 SERVICIOS DE AGENCIA CREATIVA DE PUBLICIDAD

El objeto del **Lote 2 (LOTE 2: Servicios de agencia creativa de publicidad)** incluye prestaciones de carácter intelectual: los servicios de agencia creativa de publicidad incluyendo desarrollo de creatividad gráfica y audiovisual para campañas de publicidad de turismo en el entorno offline y online especialmente en mercados internacionales.

Por tanto, se adjudicará mediante una pluralidad de criterios sobre la base de la mejor relación calidad-precio, formulados, en su totalidad, de manera objetiva.

Los criterios relacionados con la calidad representan, al menos, el 51% de la puntuación asignable en la valoración de las ofertas, en este caso exactamente el **51%**, mientras que el criterio cuantitativo precio representa el **49%**.

En concreto, junto con el criterio económico precio, se han establecido criterios cualitativos tal y como se describen a continuación.

Concepto	Puntuación máxima
CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES	25 puntos



CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES	
Proposición económica	35 puntos
Mejoras a los mínimos planteados en los servicios requeridos	40 puntos
Total	100 puntos

CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES (MÁXIMO 25 PUNTOS)

La valoración de las ofertas en base a criterios técnicos NO valorables en cifras o porcentajes se basa en el ejercicio práctico desarrollado por el licitador **siguiendo el briefing facilitado en el punto “Ejercicio práctico” del punto Lote 2 Servicios de agencia creativa de publicidad del PLIEGO PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES**

CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES	
Calidad del ejercicio práctico en cuanto a Servicios de creatividad y producción de piezas para campañas de publicidad	25 puntos
<p>Aquellas memorias técnicas presentadas para el ejercicio práctico descrito en el Pliego de Prescripciones técnicas particulares, que respondan correctamente al planteamiento de MADRID DESTINO tendrán las puntuaciones más altas, mientras que las ofertas que no incluyan un desarrollo técnico completo o descrito con suficiente claridad según lo solicitado en el punto “Ejercicio práctico/Lote 2” serán calificadas en este apartado con cero puntos. Otras memorias cuyo nivel de calidad sea insuficiente o errónea o el entendimiento y capacidad técnica demostrada sea media-baja, obtendrán puntuaciones más bajas.</p> <p>El nivel de calidad será determinar en función de nivel de adecuación que la propuesta presentada tenga con respecto a lo solicitado en el briefing, en cuanto a lo siguiente. Los licitadores podrán obtener para este apartado un máximo de 10 puntos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Conceptualización creativa de la campaña:</u> si la conceptualización y estrategia creativa es adecuada para conseguir lo solicitado en el briefing del ejercicio, en cuanto a: <ul style="list-style-type: none"> ○ Lo que se quiere conseguir (dar a conocer el destino Madrid e inspirar para posicionar Madrid como destino de experiencias únicas) 	0 -10 puntos



<ul style="list-style-type: none"> ○ Lo que se quiere comunicar (transmitir que Madrid es un destino turístico “premium” en cuanto a que dispone de oferta turística de gran calidad y transmitir que además tiene experiencias y una oferta única premium y exclusiva) ○ Si se tiene en cuenta a quien se quiere comunicar (la singularidad del mercado brasileño y el perfil de personas del público objetivo) ○ Si se tiene en cuenta el storytelling (relato) de la marca Madrid ○ Si es notoria e innovadora ○ Si utiliza recursos gráficos y estéticos que refuerzan los atributos (y relato) de la marca Madrid. ● Desarrollo creativo del visual: si la propuesta de “desarrollo creativo visual”, copies o texto y propuesta de claim es adecuada en cuanto a lo siguiente. Los licitadores podrán obtener para este apartado un máximo de 10 puntos <ul style="list-style-type: none"> ○ es capaz de “transmitir” la conceptualización creativa de la campaña propuesta por el licitador. ○ y es adecuada para el mercado brasileño y el perfil de personas del público objetivo. ● La aplicación a los diferentes formatos, si la propuesta de aplicación a otros tamaños y formatos digitales como banners y redes sociales (tal y como se indica en el briefing del ejercicio práctico) es adecuada en cuanto a lo siguiente. Los licitadores podrán obtener para este apartado un máximo de 5 puntos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Es legible ○ Transmite el mensaje que se quiere comunicar ○ Es notorio y diferenciador, que llama la atención 	<p style="text-align: center;">0 -10 puntos</p> <p style="text-align: center;">0 - 5 puntos</p>
<p>TOTAL</p>	<p style="text-align: center;">25 puntos</p>

En el **Sobre B (Criterios no valorables en cifras o porcentajes)** deberá incluirse desarrollados a continuación, la siguiente documentación de carácter técnico:

- Memoria técnica correspondiente el ejercicio práctico solicitado en el punto “Ejercicio práctico” de Lote 2 Servicios de agencia creativa de publicidad del Pliego de Prescripciones técnicas particulares respondiendo al briefing del ejercicio práctico



- Documentación de carácter técnico que se exija en el Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares.

CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES

CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES	75 puntos
Proposición económica	35 puntos
Criterios de calidad: Mejoras a los mínimos planteados en los servicios requeridos	40 puntos

CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES

Número	Criterio	Puntuación máxima	Desglose de puntuación
1	Oferta económica Servicios de agencia creativa para campañas de publicidad y producción fotográfica y audiovisual para campañas de publicidad	35 puntos	
2	Mejoras a los mínimos planteados en los servicios requeridos	40 puntos	
2.1	Creación de 10 fotos “artísticas” de escenas y localizaciones de Madrid a elegir por parte de Madrid Destino para exposiciones, reproducciones en láminas, postales, y otros formatos impresos y digitales.		10 puntos
2.2	Producción de 3 videos extras no vinculados a las campañas específicas, sino para eventos y otros proyectos de turismo encomendados a Madrid Destino		18 puntos
2.3	Por añadir otro perfil de Diseñador de arte junior para creación de piezas audiovisuales		12 puntos
	TOTAL	75 puntos	

Toda la documentación relativa a estos criterios deberá presentarse en el sobre C

1.- OFERTA ECONÓMICA: HASTA 35 PUNTOS

Los puntos máximos a obtener en este apartado se desglosan del siguiente modo:



1.1 Servicios de agencia de creatividad y diseño para campañas de publicidad servicios de desarrollo de creatividad y diseño para campañas de publicidad. Hasta 35 puntos

Los meses máximos de servicio serán 24, es decir, los relativos a la duración del periodo inicial del contrato.

El precio máximo por mes previsto para este concepto “es de **8.530,69 € I.V.A no incluido (ocho mil quinientos treinta euros y sesenta y nueve céntimos)**

La oferta económica por parte del licitador solo se refiere al precio máximo por mes por sus servicios de agencia no incluyendo el importe de “Bolsa de producción” que es un presupuesto que podrá utilizarse o no a lo largo del contrato (a criterio de Madrid Destino).

Obtendrá la máxima puntuación la empresa que oferte el importe mensual más reducido de todas las presentadas y cero puntos la que iguale la tarifa máxima. El resto de las ofertas serán valoradas de conformidad con la fórmula indicada a continuación.

$$X = (P_m/P_x) * P_e$$

Siendo:

1. X: puntos obtenidos por la oferta económica.
2. Px: Precio de la oferta que se valora.
3. Pm: Precio de la oferta más económica.
4. Pe: máximo de puntos previsto para el apartado.

La fórmula aplicada tiene en cuenta que se debe otorgar una puntuación superior a aquellas ofertas de importe más reducido.

Introducción de precios en la plataforma de licitación electrónica

Los licitadores deberán presentar sus ofertas en documento en formato electrónico siguiendo la plantilla del ANEXO II.

Consideraciones generales en la presentación de precios

Las ofertas en todos los casos deberán cumplir:

- Los precios son unitarios y sin I.V.A u otros impuestos.
- Los precios ofertados por los licitadores deberán ser netos. En caso de que un licitador oferte con decimales se redondeará al entero inmediatamente superior independientemente de los decimales ofertados.
- Aquellos licitadores que igualen el precio máximo previsto en cualquier apartado, recibirán 0 puntos.



2.- MEJORAS A LOS MÍNIMOS PLANTEADOS EN LOS SERVICIOS REQUERIDOS. HASTA 40 PUNTOS.

- 1. Aportación de 10 fotos “artísticas” de escenas y localizaciones de Madrid** a elegir por parte de Madrid Destino para exposiciones, reproducciones en láminas, postales, y otros formatos impresos y digitales.,. La elección de dichas fotografías se realizará por parte de MADRID DESTINO Las fotos resultantes deberán ser de la misma calidad que las solicitadas en el PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES (con una calidad de 300 píxeles/pulgadas de aproximadamente 200 MB de peso, formato TIFF), y con los derechos del fotógrafo gestionados para uso publicitario no siendo, en este caso, necesario el pago de derechos de imagen de modelos.

Se valorará con diez (10) puntos aquellas propuestas que se comprometan a la aportación de 10 fotos artísticas y cero (0) puntos a aquellas empresas que no se comprometan.

En la plataforma de licitación digital se debe introducir el valor “1” (Uno) en caso de asumir el compromiso o “0” (Cero) en caso de no asumirlo.

- 2. Producción de tres videos extras** de duración menor a 1 minuto y con apoyo de imágenes de archivo, no vinculados a las campañas específicas, sino para eventos y otros proyectos de turismo encomendados a Madrid Destino, que no implican un rodaje de producción complejo (ejemplo: Video <https://youtu.be/ZX0GZr8eeHg>)

Se valorará con dieciocho (18) puntos aquellas propuestas que se comprometan a la Producción de tres videos extras no vinculados a las campañas específicas y cero (0) puntos a aquellas empresas que no se comprometan.

En la plataforma de licitación digital se debe introducir el valor “1” (Uno) en caso de asumir el compromiso o “0” (Cero) en caso de no asumirlo

- 3. Por añadir otro perfil de Diseñador de arte junior** para creación de piezas audiovisuales, dada la importancia de las piezas audiovisuales para la comunicación publicitarias hoy en día, especialmente en entorno digital.

Se valorará con doce (12) puntos aquellas propuestas que se comprometan a aportar otro perfil de diseñador de arte junior y cero (0) puntos a aquellas empresas que no se comprometan.

En la plataforma de licitación digital se debe introducir el valor “1” (Uno) en caso de asumir el compromiso o “0” (Cero) en caso de no asumirlo.

El incumplimiento de los compromisos ofertados como mejoras en los criterios valorables en cifras o porcentajes durante la ejecución del contrato será causa de resolución del contrato.

12. CONCLUSIÓN.

Por todo lo anterior, de conformidad con el carácter de servicio público de Madrid Destino y de acuerdo con los datos que se aportan en la presente memoria, se solicita la aprobación del gasto a los efectos de poder convocar el procedimiento para la contratación de los **SERVICIOS DE AGENCIA DE MARKETING DIGITAL INCLUYENDO COMMUNITY MANAGEMENT DE PERFILES TURÍSTICOS DE REDES SOCIALES Y AGENCIA CREATIVA PARA LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD DE TURISMO PARA MADRID DESTINO CULTURA TURISMO Y NEGOCIO, S.A., A ADJUDICAR POR PROCEDIMIENTO ABIERTO SUJETO A REGULACIÓN ARMONIZADA (SARA)** con un valor estimado de contrato según se detalla:

VALOR ESTIMADO DE CONTRATO

- Importe correspondiente al periodo de vigencia del contrato 24 meses: **648.112,09 €** (seiscientos cuarenta y ocho mil ciento doce euros con nueve céntimos) más el IVA que resulte de aplicación.
- Importe correspondiente a la prórroga de 24 meses: **648.112,09 €** (seiscientos cuarenta y ocho mil ciento doce euros con nueve céntimos) más el IVA que resulte de aplicación.
- Total valor estimado IVA excluido: **1.296.224,18 €** (un millón doscientos noventa y seis mil doscientos veinte y cuatro euros con dieciocho céntimos)
- IVA aplicable: porcentaje 21%: **272.207,08 €** (doscientos setenta y dos mil doscientos siete euros con ocho céntimos)
- Total valor estimado incluido IVA: **1.568.431,26 €** (un millón quinientos sesenta y ocho mil cuatrocientos treinta y uno euros y veinte y seis centimos)

Desglose por lotes:

Lote 1.- Servicios de agencia de marketing digital incluyendo servicios de community management

- Importe correspondiente al periodo de vigencia del contrato 24 meses (IVA excluido): **323.375,56 €** (trescientos veintitrés mil trescientos setenta y cinco euros con cincuenta y seis céntimos).
- Importe correspondiente a la prórroga de 24 meses (IVA excluido): **323.375,56 €** (trescientos veintitrés mil trescientos setenta y cinco euros con cincuenta y seis céntimos).
- Total valor estimado IVA excluido: **646.751,12 €** (seiscientos cuarenta y seis mil setecientos cincuenta y un euros con doce céntimos)
- IVA aplicable: porcentaje 21%: **135.817,74 €** (ciento treinta y cinco mil ochocientos diecisiete euros con setenta y cuatro céntimos)



- Lote 1 Total valor estimado incluido IVA: **782.568,86 €** (setecientos ochenta y dos mil quinientos sesenta y ocho euros con ochenta y seis céntimos)

Lote 2.- Servicios de agencia creativa de publicidad.

- Importe correspondiente al periodo de vigencia del contrato 24 meses (con bolsa fotográfica e IVA excluido): **324.736,53 €** (Trescientos veinte y cuatro mil setecientos treinta y seis euros con cincuenta y tres céntimos)
- Importe correspondiente a la prórroga de 2 años (con bolsa fotográfica e IVA excluido): **324.736,53 €** (Trescientos veinte y cuatro mil setecientos treinta y seis euros con cincuenta y tres céntimos)
- Total valor estimado IVA excluido: **649.473,06 €** (Setecientos cuarenta y nueve mil cuatrocientos setenta y tres euros con seis céntimos)
- IVA aplicable 21%: **136.389,34 €** (Ciento treinta y seis mil trescientos ochenta y nueve euros y treinta y cuatro céntimos)
- Lote 2 Total valor estimado incluido IVA: **785.862,40€** (Setecientos ochenta y cinco mil ochocientos sesenta y dos euros con cuarenta céntimos)

PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN (SIN PRÓRROGA)

- Presupuesto IVA excluido: 648.112,09 € (Seiscientos cuarenta y ocho mil ciento doce euros y nueve céntimos) más el IVA que resulte de aplicación.
- IVA aplicable: porcentaje 21%: 136.103,54 € (Ciento treinta y seis mil ciento y tres euros con cincuenta y cuatro céntimos)
- Total presupuesto base de licitación (IVA incluido): 784.215,63 € (Setecientos ochenta y cuatro mil doscientos quince euros y sesenta y tres céntimos)

Desglose por lotes:

Lote 1.- Servicios de agencia de marketing digital incluyendo servicios de community management

- Presupuesto base de licitación (IVA excluido): **323.375,56 €** (trescientos veintitrés mil trescientos setenta y cinco euros con cincuenta y seis céntimos).
- IVA aplicable: Tipo/s: 21%: **67.908,87 €** (Sesenta y siete mil novecientos ocho euros con ochenta y siete céntimos)
- Importe total del presupuesto base de licitación (IVA incluido): **391.284,43 €** (Trescientos noventa y un mil doscientos ochenta y cuatro euros con cuarenta y tres céntimos)

Lote 2.- Servicios de agencia creativa de publicidad.

- Importe correspondiente al periodo de vigencia del contrato 24 meses (con bolsa fotográfica e IVA excluido): **324.736,53 €** (Trescientos veinte y cuatro mil setecientos treinta y seis euros con cincuenta y tres céntimos)



- IVA aplicable: Tipo/s: 21%: **68.194,67€** (sesenta y ocho mil ciento noventa y cuatro euros y sesenta y siete céntimos)
- Importe total del presupuesto base de licitación (IVA incluido): **392.931,20€** (Trecientos noventa y dos mil novecientos treinta y uno euros y veinte céntimos)

El presente documento ha sido firmado digitalmente en fecha 3 de septiembre de 2025 a las 17:07 horas por las personas que constan como firmantes del mismo

HECTOR CORONEL
Director de Turismo
Madrid Destino. Cultura, Turismo y Negocio, S.A.