

MEMORIA JUSTIFICATIVA

CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE DISEÑO, CONSTRUCCION, MONTAJE, DESMONTAJE, PUESTA EN FUNCIONAMIENTO, MANTENIMIENTO Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS ACCESORIOS (MANTENIMIENTO, LIMPIEZA, SEGURIDAD, TECNOLÓGICO Y CATERING) DEL STAND DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID (EMPRESA MUNICIPAL MADRID DESTINO) Y DE LA COMUNIDAD DE MADRID EN FITUR 2027 GESTIONADO POR LA EMPRESA MUNICIPAL MADRID DESTINO CULTURA TURISMO Y NEGOCIO S.A., A ADJUDICAR MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO.

1.- INTRODUCCION

La empresa municipal Madrid Destino, Cultura Turismo y Negocio, S.A. (en adelante, MADRID DESTINO) tiene encomendados en su objeto social, entre otros, los siguientes objetivos en relación con la promoción e información turística de la Ciudad de Madrid en los mercados turísticos tanto nacional como internacional:

- La promoción de la presencia activa de la Ciudad de Madrid en los mercados turísticos nacional e internacional facilitando la coordinación de los sectores interesados en el desarrollo turístico de la ciudad de Madrid.
- La participación en ferias nacionales e internacionales para la promoción de la ciudad de Madrid como destino turístico.
- El fomento y desarrollo de acciones que propicien la fidelización de visitantes a la ciudad de Madrid, tanto mediante actuaciones propias como a través de la cooperación con Administraciones Públicas u otras entidades públicas o privadas.
- La promoción de la comercialización de productos u ofertas turísticas capaces de incidir favorablemente en el mercado turístico de la Ciudad de Madrid.
- El fomento de la presencia de la Ciudad de Madrid en los medios de comunicación nacionales y extranjeros, asegurando el desarrollo de una estrategia que permita que llegue a los profesionales y al potencial visitante de Madrid una imagen positiva y atractiva de la ciudad
- El diseño y producción de material promocional e informativo destinado a divulgar los recursos, bienes y servicios turísticos de la Ciudad de Madrid.

2. NECESIDADES Y OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Para el correcto ejercicio de las competencias señaladas se requiere la contratación de los servicios de diseño, construcción, montaje, desmontaje, puesta en funcionamiento, mantenimiento y prestación de servicios accesorios del stand, tanto en el diseño como en el proyecto de ejecución del stand para la edición de FITUR 2027.

Entre las líneas de colaboración establecidas en el Convenio Marco entre la Comunidad de Madrid, a través de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, y Madrid Destino y motivado por la buena experiencia durante las ediciones anteriores de 2013 - 2026 de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), se mantiene la misma estrecha colaboración con la Comunidad de Madrid para la edición de FITUR 2027.

A efectos de garantizar la eficacia y la eficiencia en la transmisión del mensaje común sobre el destino Madrid en ambos Stands, las Partes aprecian la conveniencia de coordinar sus esfuerzos en su diseño y construcción. El ahorro económico y de plazos provendría de llevar a cabo un único contrato de diseño y de construcción de los dos espacios expositivos con los mismos materiales y la misma estética, así como del hecho de compartir los gastos de mantenimiento, lo que supone un gasto ostensiblemente inferior al que supondría la contratación de dos estructuras expositivas independientes.

El objeto del presente procedimiento es cubrir todos los aspectos relacionados con la participación, diseño, construcción y servicio de catering de cafetería del stand en la 46ª edición de certamen FITUR organizado por la institución ferial de Madrid IFEMA, que tendrá lugar en Madrid en el recinto ferial Juan Carlos I en el mes de enero de 2027.

3-. PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN

Procedimiento: Abierto. De conformidad con el artículo 22.1 c) LCSP y Anexo IV LCSP.

4-. CODIFICACIÓN DEL CONTRATO

A los efectos de identificar las prestaciones que son objeto de los contratos regulados en la LCSP, se identifica el siguiente CPV:

79950000-8: Servicios de organización de exposiciones, ferias y congresos.

79956000-0: Servicios de organización de ferias y exposiciones.

5-. DIVISIÓN EN LOTES

Procede: No

El servicio a contratar, por su propia naturaleza de prestación de servicios integrales, no es susceptible de ser dividido en lotes, puesto que una fragmentación de los mismos, podría causar problemas en la correcta ejecución del servicio.

6.- INSUFICIENCIA DE MEDIOS (art.116.4.f. LCSP)

La empresa Madrid Destino no cuenta con medios materiales ni personales propios para realizar la gestión de una empresa de eventos y poder cubrir todas las necesidades que requiere este tipo de actividad o servicio.

7-. RESPONSABLE DEL CONTRATO

El área responsable del contrato es la Dirección de Turismo y la persona que gestiona el procedimiento y la ejecución del contrato es Sabine Schwanz, subdirectora del departamento de Travel Trade y Conectividad.

8.- VIGENCIA

Desde la formalización del contrato y hasta el desmontaje de la feria que tendrá lugar el 31 de enero de 2027.

Prórroga: No

9.- INFORME ECONÓMICO

Para la realización del presente estudio se ha estado a lo previsto en el artículo 102 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP), que determina que los órganos de contratación cuidarán de que el precio sea adecuado para el efectivo cumplimiento del contrato mediante la correcta estimación de su importe, atendiendo al precio general de mercado y a su disposición adicional Trigésima Tercera que establece que en los contratos de suministros y de servicios que tramiten las Administraciones Públicas y demás entidades del sector público con presupuesto limitativo, en los cuales el empresario se obligue a entregar una pluralidad de bienes o a ejecutar el servicio de forma sucesiva y por precio unitario, sin que el número total de entregas o prestaciones incluidas en el objeto del contrato se defina con exactitud al tiempo de celebrar este, por estar subordinadas las mismas a las necesidades de la Administración, deberá aprobarse un presupuesto máximo.

En aplicación de lo anterior, para el cálculo del citado presupuesto en el presente estudio económico, se han considerado los precios de la última edición con el incremento del 3% correspondiente a la inflación y una nueva partida

presupuestaria, que hace referencia a la amenización del Día de Madrid, así como a los elementos promocionales y audiovisuales del stand, al constituir actuaciones estratégicas para incrementar el atractivo del espacio expositivo, potenciar la de la visibilidad de la ciudad como destino turístico y mejorar la experiencia e interacción de los visitantes, contribuyendo a una promoción más eficaz de la oferta turística de Madrid en le marco de Fitur 2027.

Diseño y construcción del stand	
DISEÑO DEL STAND	14.999,00 €
ESTRUCTURA, ALQUILER DE TRUSS Y APOYOS	18.437,15 €
FACHADAS, ELEMENTOS TEXTILES, CIERRE DE HUECOS	12.721,66 €
CONSTRICCIÓN TARIMA	21.965,12 €
PAVIMENTOS	32.681,07 €
COMPARTIMENTACION INTERIOR	3.894,11 €
CARPINTERIA Y CERRAJERIA	48.593,63 €
PINTURA, REVESTIMIENTOS, IMPRESIONES	23.368,60 €
INSTALACIONES SANEAMIENTO	130,36 €
INSTALACIÓN DE FONTANERIA	798,55 €
INSTALACIÓN ELECTRICA, ILUMINACIÓN	37.146,69 €
INSTALACION VOZ-DATOS	30.082,81 €
INSTALACIONES AUDIOVISUALES	67.753,63 €
INSTALACIONES CONTRA INCENDIOS	1.288,24 €
SEÑALETICA	4.138,22 €
AMUEBLAMIENTO	36.484,74 €
CONTRATACION SERVICIO TELEFONIA	1.323,91 €
SEGURIDAD Y SALUD	4.875,21 €
PERSONAL MANTENIMIENTO	8.493,24 €
TRANSPORTE, MONTAJE Y DESMONTAJE	36.333,24 €
PHOTOCALL	43.220,07 €
AMENIZACION DIA DE MADRID	13.000,00 €
Servicios accesorios	
LIMPIEZA, WIFI, SEGURIDAD, ATENCION PUBLICO, CATERING	22.068,72 €
TOTAL PRESUPUESTO EJECUCION MATERIAL	483.797,96 €
GASTOS GENERALES Y COSTES ESTRUCTURALES (6%)	29.027,88 €
BENEFICIO INDUSTRIAL (6%)	29.027,88 €
BASE IMPONIBLE	541.853,72 €
IVA (21%)	113.789,28 €
TOTAL PRESUPUESTO IVA INCLUIDO	655.643,00 €

10.- VALOR ESTIMADO Y PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN

Valor estimado: 541.853,72 € IVA no incluido.

IVA: 113.789,28 €

Tipo: 21%

Total IVA incluido: 655.643,00 €

Presupuesto base de licitación: 541.853,72 € IVA no incluido.

IVA: 113.789,28 €

Tipo: 21%

Total IVA incluido: 655.643,00 €

11.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

MADRID DESTINO valorará las propuestas presentadas conforme a criterios no valorables en cifra o porcentajes y criterios valorables en cifras o porcentajes a los cual se le aplicará la puntuación correspondiente.

La puntuación final será la suma de los puntos obtenidos, siendo la máxima puntuación que se podrá obtener, 100 puntos.

Dentro del Plan Estratégico de Madrid Destino está contemplado la participación en ferias tanto nacionales como internacionales y la Feria Internacional de Turismo (FITUR) se perfila como un escaparate privilegiado, siendo una de las ferias de turismo de mayor proyección. De hecho, FITUR es la feria más importante en materia turística a nivel nacional y se encuentra entre las tres primeras a nivel internacional

Atendiendo al interés público en juego y en función del objeto del contrato, el órgano de contratación goza de un margen de elección tanto para fijar los diferentes criterios como para fijar su ponderación. Se cumple de esta forma el objetivo de establecer un sistema de comparación de ofertas que permita lograr la mejor eficiencia de los recursos públicos en atención a dos vectores: la calidad y el precio, que permitirán identificar la oferta "más ventajosa en su conjunto".

En cuanto a los criterios de adjudicación se ha optado por una pluralidad de criterios a tenor de lo establecido en el artículo 131.2 de la mencionada Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público. Asimismo, se cumple con lo preceptuado en el artículo 145 de la LCSP que preceptúan:

1. La adjudicación del contrato 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.
2. La mejor relación calidad-precio se evaluará con arreglo a criterios económicos y cualitativos. Los criterios cualitativos que establezca el órgano de contratación para evaluar la mejor relación calidad-precio podrán incluir aspectos medioambientales o sociales.
3. Igualmente, en cuanto a la elección de la fórmula matemática de la Oferta económica que lo componen, se pretende dar cumplimiento a los principios de transparencia, no discriminación e igualdad de trato, al tiempo de conseguir una gestión eficiente de los fondos públicos.

Se ha elegido una fórmula de distribución proporcional tomando como referencia la más económica por ser la más equitativa respecto a los descuentos presentados en las ofertas.

Aquellos licitadores que igualen el precio máximo de licitación obtendrán cero puntos.

4. Se han optado por unos criterios de adjudicación relativos a la concreción de la ejecución, que posibilitan introducir elementos de mejora y competencia entre los licitadores. En relación con los criterios elegidos se considera que tienen una proporcionalidad razonable en el otorgamiento de puntuaciones de tal forma que garantiza una competencia efectiva, incentivando a la presentación de una buena oferta económica.

CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES	
Mejor propuesta técnica, conceptual, creativa y funcional	25 puntos
Aquellas ofertas presentadas para el desarrollo del diseño descrito en el Pliego de Prescripciones Técnicas particulares que respondan correctamente al planteamiento descrito por Madrid Destino, tendrán las puntuaciones más altas, mientras que las ofertas que no incluyan lo solicitado por la empresa, serán calificadas con cero puntos. Otras ofertas cuyo nivel sea insuficiente o no sea acorde a lo solicitado, obtendrán las puntuaciones más bajas. El nivel de calidad de la propuesta, será determinado en función del nivel del mensaje de conceptualización, diseño y creatividad adecuados, que la propuesta presentada tenga, con respecto a lo solicitado en el briefing en cuanto a lo siguiente. <u>Oferta de diseño y propuesta de ejecución: concepto creativo, identidad y adecuación a la campaña “Madrid Beats”</u> La propuesta de diseño que mejor traslade el briefing en su conjunto y consiga integrar de forma coherente el hilo conductor principal, inspirado en la campaña Madrid Beats, incorporando su claim, adaptado al español, de manera diferencial en los distintos espacios y elementos del stand. Se valorará la calidad, originalidad, coherencia y capacidad de la propuesta conceptual para trasladar al espacio expositivo los valores, atributos y narrativa de la campaña “Madrid Beats” y del claim “Siente el corazón invisible de Madrid”, de forma que el stand constituya una representación reconocible y diferencial del posicionamiento turístico de Madrid ciudad y región. En particular, se valorará la capacidad de la propuesta para interpretar y desarrollar, más allá de la mera reproducción de “Madrid Beats”, el concepto de Madrid como una ciudad viva, que late y hace vivir, trasladando al conjunto del stand valores como la energía, la emoción, la conexión, el movimiento, el ritmo y la excelencia Se tendrá especialmente en consideración: La originalidad y fuerza del concepto creativo y su capacidad para generar una identidad propia y diferenciadora. La integración conceptual del “corazón invisible de Madrid” como hilo conductor del conjunto del espacio.	0-10

La capacidad para transmitir una imagen de Madrid contemporánea, vibrante, elegante, abierta, inclusiva, cultural, creativa y experiencial. La coherencia entre arquitectura, gráfica, iluminación, contenidos audiovisuales y diferentes espacios del stand. La capacidad de representar conjuntamente Madrid ciudad y Madrid región, manteniendo una imagen global, coherente y equilibrada del destino. La capacidad del concepto para comunicar la diversidad de la oferta turística madrileña —cultura, patrimonio, gastronomía, naturaleza, ocio, comercio, deporte y grandes eventos— evitando una acumulación meramente expositiva de recursos turísticos. Los licitadores podrán obtener para este apartado un máximo de 10 puntos <u>Calidad del diseño arquitectónico, espacial y experiencial:</u> Se valorará la calidad arquitectónica y estética de la propuesta, así como su capacidad para transformar el concepto creativo en una experiencia espacial atractiva, contemporánea, innovadora y memorable para el visitante. El diseño deberá contribuir a que el visitante perciba y experimente el ritmo, la energía y el carácter vivo de Madrid, favoreciendo una experiencia sensorial y emocional coherente con la campaña. Se valorarán especialmente: La calidad y singularidad de la solución arquitectónica, volúmenes, formas, recorridos y tratamiento espacial. La utilización coherente de materiales nobles y soluciones constructivas de calidad, vinculadas a una imagen de excelencia del destino. La integración de pantallas monumentales, superficies LED, escenografía digital y luz dinámica, siempre que contribuyan al concepto y no constituyan elementos tecnológicos aislados. La calidad de las experiencias tecnológicas y/o inmersivas propuestas y su capacidad para generar interacción, emoción y recuerdo. La creación de un espacio visualmente abierto, dinámico y acogedor, evitando arquitecturas cerradas, excesivamente rígidas o de carácter protocolario. La utilización de recursos arquitectónicos y escenográficos que permitan representar, de manera concreta o evocadora, el latido y el “corazón invisible” de Madrid. La capacidad del diseño para generar impacto y notoriedad dentro del entorno competitivo de FITUR, manteniendo al mismo tiempo elegancia, coherencia y calidad estética. Los licitadores	0-10
---	-------------

podrán obtener para este apartado un máximo de 10 puntos. <u>Funcionalidad, distribución y experiencia de uso del stand:</u> Se valorará la adecuación funcional de la propuesta y la calidad de la distribución de los diferentes espacios, así como la capacidad del diseño para compatibilizar la actividad profesional, institucional, promocional y experiencial que se desarrollará durante FITUR. Se valorará especialmente: La correcta organización, dimensionamiento y relación entre las diferentes áreas: sala de networking, activaciones, bar, presentaciones, escenario principal y restantes zonas funcionales previstas. La claridad y fluidez de las circulaciones y recorridos, facilitando la movilidad de visitantes y profesionales. La capacidad del diseño para favorecer el encuentro, la interacción y la actividad social, en consonancia con el carácter abierto, inclusivo, espontáneo y colectivo de Madrid. La integración de las distintas áreas dentro de un concepto unitario, evitando que se perciban como espacios independientes o inconexos. La versatilidad de los espacios y su capacidad para responder adecuadamente a los diferentes usos y momentos de la feria. La calidad de la experiencia tanto para el visitante general como para profesionales, empresas, coexpositores y representantes institucionales, garantizando que la funcionalidad no reste fuerza al concepto creativo. Los licitadores podrán obtener para este apartado un máximo de 5 puntos.	0-5
--	------------

La importancia de Fitur como evento estratégico es la siguiente:

Relevancia Internacional: FITUR constituye uno de los principales encuentros internacionales de referencia para la industria turística y un espacio estratégico para la promoción, comercialización y posicionamiento de los destinos. Su celebración anual en Madrid reúne a una amplia representación de administraciones públicas, destinos nacionales e internacionales, empresas turísticas, compañías de transporte, alojamientos, operadores, agencias de viajes, asociaciones profesionales, medios de comunicación y otros agentes vinculados directa o indirectamente con el sector turístico.

La elevada presencia de profesionales procedentes de diferentes mercados convierte a FITUR en un escenario privilegiado para el establecimiento de relaciones institucionales y comerciales, el intercambio de conocimiento, la identificación de nuevas tendencias y oportunidades y la generación de contactos con potenciales socios y prescriptores del destino.

La feria constituye, además, un importante escaparate de las transformaciones que experimenta el sector turístico, permitiendo conocer nuevas tendencias relacionadas con la digitalización, la sostenibilidad, la innovación, la diversificación de productos turísticos y la evolución de los hábitos y motivaciones de los viajeros.

Impacto económico y social: La celebración de FITUR genera un importante impacto económico directo e indirecto sobre la ciudad de Madrid, derivado tanto de la propia actividad ferial como de la presencia durante varios días de un elevado número de profesionales, expositores, empresas, medios de comunicación y visitantes.

Este impacto se extiende a numerosos sectores de la economía madrileña. La llegada de participantes genera actividad en establecimientos hoteleros, restauración, comercio, transporte, ocio, cultura y otros servicios vinculados a la estancia de los visitantes. A ello se suma la actividad económica directamente relacionada con la organización de la propia feria: montaje y producción de espacios expositivos, servicios audiovisuales, comunicación, logística, seguridad, limpieza, personal auxiliar, servicios técnicos, catering y otras actividades profesionales.

Por tanto, FITUR constituye no solo un acontecimiento turístico, sino también un elemento dinamizador de la economía de la ciudad, que favorece la generación de actividad empresarial y empleo y contribuye a reforzar la relación del turismo con otros sectores estratégicos de Madrid.

Promoción de la ciudad: La participación en FITUR constituye una herramienta estratégica para la promoción nacional e internacional de la ciudad como destino turístico, permitiendo presentar de manera directa y experiencial la diversidad y calidad de su oferta ante profesionales, prescriptores, medios de comunicación y público final.

La presencia de Madrid permite mostrar un destino que va más allá de sus recursos turísticos tradicionales, poniendo en valor una oferta amplia y complementaria basada en la cultura, el patrimonio histórico, la gastronomía, el comercio, el ocio, los espacios verdes, los barrios, la vida nocturna, los grandes acontecimientos deportivos y culturales y, especialmente, la propia forma de vivir y experimentar la ciudad.

La participación permite mantener y desarrollar relaciones con agentes estratégicos del sector turístico, generar nuevas oportunidades de colaboración y aumentar la visibilidad de Madrid ante operadores, compañías aéreas, agencias, medios especializados, empresas, instituciones y otros actores con capacidad para influir en la elección del destino reforzando el posicionamiento estratégico de la ciudad, cuyos efectos pueden proyectarse posteriormente sobre los mercados nacionales e internacionales.

A continuación, se explica cada uno de los criterios no valorables en cifras o porcentajes:

- **Oferta de diseño y propuesta de ejecución; concepto creativo, identidad y adecuación a la campaña “Madrid Beats”**

Se valorará de 0 a 10 puntos la propuesta de diseño que alcance a trasladar el briefing en su conjunto y que consiga integrar el hilo conductor principal inspirado en la campaña Madrid Beats, con su claim diferente en español en los diferentes espacios y elementos del stand. Se valorará la calidad, originalidad, coherencia y capacidad de la propuesta conceptual para trasladar al espacio expositivo los valores, atributos y narrativa de la campaña “Madrid Beats” y del claim “Siente el corazón invisible de Madrid”, de forma que el stand constituya una representación reconocible y diferencial del posicionamiento turístico de Madrid ciudad y región

El resto de propuestas serán valoradas proporcionalmente entre 9 y 0 puntos, de acuerdo a la propuesta de diseño y la creatividad del mismo, junto con la calidad de los materiales a utilizar y a los diferentes elementos decorativos presentes en el stand.

Si la propuesta, cumpliendo con los requisitos del pliego, no aportase un valor añadido, se valorará con 0 puntos.

- **Calidad del diseño arquitectónico, espacial y experiencial**

Se valorará de 0 a 10 la calidad arquitectónica y estética de la propuesta, así como su capacidad para transformar el concepto creativo en una experiencia espacial atractiva, contemporánea, innovadora y memorable para el visitante. El diseño deberá contribuir a que el visitante perciba y experimente el ritmo, la energía y el carácter vivo de Madrid, favoreciendo una experiencia sensorial y emocional coherente con la campaña.

El resto de las ofertas serán valoradas proporcionalmente entre 9 y 0 puntos, en función de la calidad en el diseño arquitectónico, espacial y experiencial que transmita el stand.

Si la propuesta, cumpliendo con los requisitos del pliego, no aportase un valor añadido, se valorará con 0 puntos.

• **Funcionalidad, distribución y experiencia de uso del stand**

Se valorará de 0 a 5 puntos la adecuación funcional de la propuesta y la calidad de la distribución de los diferentes espacios, así como la capacidad del diseño para compatibilizar la actividad profesional, institucional, promocional y experiencial que se desarrollará durante FITUR. Especialmente, la correcta organización, dimensionamiento y relación entre las diferentes áreas: networking, activaciones, bar, presentaciones, escenario principal y restantes zonas funcionales previstas y la claridad y fluidez de las circulaciones y recorridos, facilitando la movilidad de visitantes y profesionales.

El resto de las ofertas serán valoradas proporcionalmente entre 9 y 0 puntos, en función de la calidad en el diseño arquitectónico, espacial y experiencial que transmita el stand.

Si la propuesta, cumpliendo con los requisitos del pliego, no aportase un valor añadido, se valorará con 0 puntos.

CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES (MÁXIMO 75 PUNTOS)

Los 75 puntos a repartir para los criterios valorables en cifras o porcentajes se dividirán en los siguientes conceptos:

La puntuación de cada criterio será como se describe en la siguiente tabla:

Concepto	Puntuación máxima
Oferta económica	35
Mejoras a los mínimos planteados en los servicios requeridos	40
Total	75

Oferta económica tabla de precios unitarios (máximo 35 puntos)

El máximo de puntos por este criterio es de 35 puntos. La oferta más económica recibirá el máximo de puntuación, es decir, 35 puntos. El resto de licitadores recibirán puntos de manera proporcional siguiendo la siguiente fórmula:

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

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 (en este caso 35).

Se valorarán cada uno de los precios unitarios presentados por los licitadores.

Las ofertas deberán cumplir:

- Los precios son unitarios y sin IVA en todos los casos.
- El máximo de decimales a incluir en cada epígrafe es de 2 decimales.

- Las valoraciones se harán con 2 decimales redondeando el tercer decimal hacia el superior si es 5 o mayor que 5, o hacia el inferior si es 4 o menor que 4.

A su vez, el resultado de la simulación se utilizará para calcular si las propuestas de los licitadores incurren en el supuesto de ofertas anormalmente bajas para lo que seguirá un criterio que se explica en el apartado 19 del Anexo I de PCAP.

Mejoras a los mínimos planteados en los servicios requeridos.

Criterio	Definición	Puntos
Mejora del equipamiento audiovisual y digital del stand	Aportación, sin coste adicional para la Administración, de equipamiento audiovisual para la zona de dinamización (pantalla de más de 55 pulgadas) y dotación de una pantalla para cada despacho institucional de la primera planta. El equipamiento ofertado debe ser adicional a lo establecido como obligatorio en el PPT y deberá incluir, sin coste adicional, todos los elementos necesarios para su funcionamiento: instalación, estructuras, cableado, alimentación eléctrica, configuración, operación técnica, mantenimiento y desmontaje durante la celebración de FITUR 2027.	20
Mejora de los servicios y equipamiento para reuniones profesionales B2B	Proporcionar, sin coste adicional para la Administración, de recursos adicionales a los mínimos establecidos en el PPT destinados a mejorar la funcionalidad de las zonas profesionales y facilitar la actividad de coexpositores, empresas y entidades participantes durante FITUR 2027. Incorporación de puestos adicionales de reuniones profesionales B2B del sector madrileño completamente equipados, por encima del mínimo exigido. Incorporación de puntos adicionales de carga de dispositivos móviles, integrados en mesas, barras o mobiliario y accesibles a profesionales y visitantes.	10

Mejora en sostenibilidad, circularidad y reutilización de los elementos del stand	Compromiso por parte del adjudicatario, sin coste adicional para la Administración, de incrementar la reutilización, recuperación y aprovechamiento de los materiales y elementos empleados en la construcción y equipamiento del stand de FITUR 2027, por encima de las obligaciones mínimas establecidas en el PPT. La empresa adjudicataria deberá presentar, tras el desmontaje, una memoria justificativa de los materiales y elementos efectivamente reutilizados, recuperados o destinados a nuevos usos, identificando cantidades, tipologías y destino.	10
---	--	------------------

- **Mejora del equipamiento audiovisual y digital del stand**

Se valorará con 20 puntos la oferta que aporte mejor equipamiento audiovisual para la zona de dinamización (pantalla de más de 55 pulgadas) y dotación de una pantalla para cada despacho institucional de la primera planta.

Las propuestas que cumpliendo con las condiciones generales expuestas en el pliego no contemplen la mejora, serán valoradas con 0 puntos.

- **Mejora de los servicios y equipamiento para reuniones profesionales B2B**

Se valorará con 10 puntos la oferta que añada puestos adicionales de reuniones profesionales B2B del sector madrileño completamente equipados, por encima del mínimo exigido.

Las propuestas que cumpliendo con las condiciones generales expuestas en el pliego no contemplen la mejora en este espacio, serán valoradas con 0 puntos.

- **Mejora en sostenibilidad, circularidad y reutilización de los elementos del stand**

Se valorará con 10 puntos la oferta que adquiera el compromiso de incrementar la reutilización, recuperación y aprovechamiento de los materiales y elementos empleados en la construcción y equipamiento del stand.

Las propuestas que cumpliendo con las condiciones generales expuestas en el pliego no contemplen la mejora en este espacio, serán valoradas con 0 puntos.

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.

9.- CONCLUSIÓN

Por todo lo anterior, se propone la puesta en marcha del expediente correspondiente a la **contratación de la prestación de servicios de diseño, construcción, montaje, desmontaje, puesta en funcionamiento, mantenimiento y prestación de servicios accesorios del stand, tanto en el diseño como en el proyecto de ejecución del stand para la edición de FITUR 2027 organizados por la Empresa Municipal Madrid Destino Cultura, Turismo y Negocio S.A. a adjudicar mediante procedimiento abierto (PR26-0121), por un valor estimado y un presupuesto base de licitación de 541.853,72 € IVA no incluido.**

SCHWANZ
Z SABINE
- DNI
X3859195W
5W

Firmado digitalmente por SCHWANZ SABINE - DNI X3859195W
Fecha: 2026.08.18 14:09:51 +02'00'

Fdo. Sabine Schwanz
Subdirectora
Travel Trade y Conectividad

CORONEL
GUTIERREZ
HECTOR - DNI
02637293K

Firmado digitalmente por CORONEL GUTIERREZ HECTOR - DNI 02637293K
Fecha: 2026.08.24 11:36:46 +02'00'

Fdo. Héctor Coronel
Director de Turismo
Madrid Destino