

Nº DE EXPEDIENTE: SP22-00058

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES DEL FESTIVAL VERANOS DE LA VILLA 2022 QUE ES ENCOMENDADO A LA SOCIEDAD MERCANTIL MUNICIPAL MADRID DESTINO CULTURA TURISMO Y NEGOCIO, A ADJUDICAR MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO SIMPLIFICADO

NOTA: Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas del Sector Público

TODOS LOS LICITADORES QUE SE PRESENTEN A LICITACIONES REALIZADAS A TRAVÉS DEL PROCEDIMIENTO SIMPLIFICADO DEBERÁN ESTAR INSCRITOS EN EL CORRESPONDIENTE REGISTRO OFICIAL DE LICITADORES, EN LA FECHA FINAL DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS SIEMPRE QUE NO SE VEA LIMITADA LA CONCURRENCIA.

A ESTOS EFECTOS, TAMBIÉN SE CONSIDERARÁ ADMISIBLE LA PROPOSICIÓN DEL LICITADOR QUE ACREDITE HABER PRESENTADO LA SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN EN EL CORRESPONDIENTE REGISTRO JUNTO CON LA DOCUMENTACIÓN PRECEPTIVA PARA ELLO, SIEMPRE QUE TAL SOLICITUD SEA DE FECHA ANTERIOR A LA FECHA FINAL DE PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS.

ÍNDICE

Contenido

1.	INTRODUCCIÓN.....	2
2.	REQUERIMIENTOS TÉCNICOS MÍNIMOS DEL SERVICIO.....	3
2.1.	<i>Objeto del contrato.....</i>	3
2.2.	<i>Plataforma tecnológica.....</i>	8
2.3.	<i>Equipos de trabajo y lugar de desarrollo. Seguimiento del proyecto.....</i>	8
2.4.	<i>Propiedad de los trabajos.....</i>	9
2.5.	<i>Seguridad de la información.....</i>	9
3.	Calendario de trabajo.....	10
4.	Responsable del servicio / sustituto.....	11
5.	Obligaciones laborales y sociales.....	11
6.	Cláusulas sociales de obligado cumplimiento.....	11
7.	Solicitud de información.....	13



1. INTRODUCCIÓN.

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

El Ayuntamiento de Madrid, a través del Área de Gobierno de Cultura, Turismo y Deporte, encomienda a Madrid Destino la programación cultural de fiestas y eventos culturales destacados que se celebran anualmente en la ciudad, entre los que se encuentran Veranos de la Villa. Son actividades de las que es necesario informar al ciudadano y generar interés mediático para fortalecer la imagen de la ciudad como destino cultural, amplificar la difusión de la programación para aumentar el éxito de público y apoyar al sector.

Em esa comunicación son muy importantes las webs y las redes sociales puesto que permiten potenciar la difusión de los proyectos y sus actividades culturales de forma que la información sobre las diferentes propuestas programadas alcance a un número mayor y más diverso de públicos, incrementándose así los niveles de asistencias, como al fomento de la interacción con los ciudadanos y visitantes.

A estos efectos, Madrid Destino está llevando a cabo el correspondiente procedimiento de contratación conforme al cual se solicita a las empresas del sector que presenten sus mejores ofertas para llevar a cabo los servicios de comunicación y actualización y gestión de contenidos de los perfiles en redes sociales de Veranos de la Villa 2021, festival encomendado a Madrid Destino por el Área de Gobierno de Cultura, Turismo y Deporte.



2. REQUERIMIENTOS TÉCNICOS MÍNIMOS DEL SERVICIO.

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

2.1. Objeto del contrato.

Consiste en los servicios de comunicación y actualización y gestión de contenidos de los perfiles en redes sociales del siguiente festival cultural que encomienda el Área de Gobierno de Cultura, Turismo y Deporte a Madrid Destino: Veranos de la Villa 2022.

Se especifican las tareas mínimas que deben cumplirse, la metodología de trabajo, los medios personales específicos que son necesarios para desarrollar el proyecto y la información básica y actual del festival.

2.1.1 Tareas.

1. Comunicación y atención a medios
2. Gestión de perfiles en redes sociales
3. Gestión web

1. Comunicación y atención a medios

- Elaboración de un plan de comunicación, que incluya un cronograma de notas de prensa, convocatorias y acciones especiales con prensa.
- Organización, coordinación y planificación de todo el equipo para poder realizar todas las tareas de comunicación que implica esta campaña cultural, teniendo en cuenta que siempre se debe ofrecer un servicio profesional y de calidad.
- Elaboración y envío de todas las notas de prensa necesarias para comunicar la programación, las actividades más destacadas y los temas importantes del proyecto. Siempre habrá una nota general que englobe todas las actividades del proyecto, una nota de agenda semanal y una nota balance al cierre de la campaña para comunicar resultados, además de todas las que se establezcan en el plan de comunicación.
- Organización de la rueda de prensa para presentar el proyecto a los medios de comunicación y en la que participarán autoridades municipales, instituciones colaboradoras y patrocinadores.
- Elaboración de la escaleta de la rueda de presentación, así como la de otros actos con prensa.
- Planificación y organización de otras posibles ruedas de prensa para iniciativas destacadas del proyecto.
- Convocatorias a los medios generales y especializados para las ruedas de prensa. Seguimiento telefónico de asistencia. Atención a los medios durante la rueda de prensa y cierre de entrevistas con interlocutores de la campaña y artistas que puedan asistir.

- Utilización de la plataforma de emailing de Madrid Destino cuando sea necesario realizar un apoyo en las comunicaciones, envíos y convocatorias que realiza la agencia a su base de datos de medios de comunicación.
- Elaboración de un dossier informativo sobre la campaña y el programa completo de actividades para la rueda de prensa y para el envío posterior a los medios de comunicación.
- Elaboración de los dossieres y documentos, así como las newsletters que sean necesarias para informar de las actividades programadas.
- Redacción de guiones para piezas promocionales de la actividad cultural.
- Atención y relación con los medios de comunicación durante el desarrollo de toda la campaña, para facilitar información, organizar entrevistas y reportajes, y atender presencialmente a los medios en las actividades. Es muy importante la atención in situ en toda la programación y el acompañamiento para los reportajes y entrevistas solicitadas. El trabajo debe ser proactivo con los principales medios de comunicación a nivel nacional y local.
- Realización de propuestas especiales de noticias y entrevistas a los medios de comunicación.
- Gestión de acreditaciones de prensa para las actividades en las que sea necesario.
- Apoyo en la gestión de crisis y elaboración de un protocolo de actuación. ante posibles escenarios de crisis.
- Realización de un sistema de envío de notas de prensa semanales como recordatorio de las actividades de la semana siguiente. También se informará de los cambios de última hora o novedades del festival.
- Comunicar a la Dirección General de Comunicación del Ayuntamiento de Madrid en tiempo real posibles cambios o modificaciones en la actividad/es.
- Comunicar y facilitar información relevante al departamento de redes sociales del Ayuntamiento de Madrid.
- Coordinación de una agenda de trabajo con entrevistas en diferentes medios a los miembros de la organización de la campaña y con entrevistas puntuales a los artistas que participan en la misma.
- Convocatoria a los medios de comunicación para las actividades. Se hará un esfuerzo especial con agencias, críticos, televisiones y medios gráficos con el objetivo de ampliar la difusión de la actividad.
- Trabajo en colaboración permanente con la dirección del festival.
- Coordinación con la dirección de Comunicación de Madrid Destino.
- Trabajo en colaboración permanente con todos los departamentos y áreas implicadas en la campaña, como son Producción, Ticketing, Accesibilidad y los espacios de Madrid Destino que participan en la programación.
- Trabajo en colaboración con todas las instituciones y organizaciones que participan en la programación de Veranos de la Villa.
- Elaboración de un informe balance sobre el trabajo realizado, que debe incluir al menos el número de notas y presentaciones de prensa, convocatorias y medios acreditados; los datos básicos del clipping realizado; una valoración; y recomendaciones.



- Elaboración de un *clipping*, que incluirá todas las repercusiones en medios escritos y digitales, así como audiovisuales (radio y teles). Para este trabajo Madrid Destino facilitará los recursos materiales necesarios.

2. Gestión de perfiles en redes sociales

- Plan estratégico de comunicación online, incluyendo plan de captación de públicos objetivo y asesoramiento en la definición y desarrollo de la estrategia en RRSS.
- Publicidad: desarrollo de la estrategia de posts promocionados y publicidad, elaboración de contenidos y creativities, vídeos, carruseles y banners. Las campañas se realizarán a través de la agencia de Publicidad de Madrid Destino y los costes serán cubiertos por el presupuesto de publicidad que haya asignado Madrid Destino.
- Elaboración de campañas específicas para programas o proyectos patrocinados. Se solicitará la generación de informe de estrategia y propuesta de ejecución y coordinación con los patrocinadores o socios del proyecto.
- Redacción y publicación de los contenidos para las redes sociales. La gestión de las redes siempre se apoyará en la Guía de Estilo Base y Protocolo de RRSS que facilitará Madrid Destino.
- Gestión diaria de los perfiles en Facebook (al menos 7 posts semanales, seguimiento y respuesta a menciones y mensajes directos)
- Gestión diaria de los perfiles en Twitter (al menos 21 tuits semanales, retuits y seguimiento y respuesta a menciones y mensajes directos).
- Gestión diaria de los perfiles en Instagram (al menos 10 publicaciones semanales y 10 stories, seguimiento y respuesta a menciones y mensajes directos).
- Gestión de los perfiles de Vimeo y todos los que se utilicen en la promoción del festival.
- Gestión de crisis. Protocolo de actuación.
- Presencia en la presentación de la programación, las actividades o programas para la obtención de recursos gráficos y darlas a conocer en los perfiles oficiales de las redes sociales. Cobertura del evento y emisión en directo.
- Grabación de pequeños directos para las redes sociales si fuera necesario, previa confirmación con Madrid Destino sobre las restricciones de grabación existentes por parte de los artistas, en cuanto a derechos de imagen y de propiedad intelectual.
- Toma de fotografías de las actividades para redes sociales con respecto al honor, la intimidad e imagen de las posibles personas retratadas o filmadas. En ningún caso será posible la publicación de las fotografías resultantes en bancos de imágenes ajenos a MADRID DESTINO.
- Promoción y utilización de las fotografías y el material audiovisual que proporcione Madrid Destino.
- Creación de formatos específicos para RRSS como vídeos o GIFs animados a partir de los materiales facilitados por Comunicación de Madrid Destino.



- Creación de contenidos específicos y creativas gráficas y audiovisuales, adaptadas a cada una de las redes sociales
- Coordinación con la dirección artística y la dirección de Comunicación de Madrid Destino.
- Monitorización de RRSS y elaboración de informes de evaluación sobre las KPIs identificadas junto al equipo de comunicación en Facebook, Twitter, Instagram, Youtube y Vimeo. El informe debe incluir al menos un análisis de los principales datos obtenidos en cada perfil, así como una valoración y recomendaciones.

3. Gestión web

- Actualización de contenidos de la zona de prensa de la página oficial, desde el momento en que se diseña/cierra la programación de las campañas hasta su conclusión. La actualización será diaria durante los días propios de la programación por todo el material fotográfico y notas de prensa que se generan.
- Apoyo en la carga de contenidos web al equipo de Madrid Destino cuando sea necesario por la amplitud de la programación.
- Apoyo en la publicación de notas de prensa en la web corporativa de Madrid Destino cuando sea necesario.
- Monitorización y elaboración de informes de evaluación sobre las KPIS identificadas con el equipo de comunicación de Madrid Destino (adquisición, demografía, visitas y usuarios únicos).
- Subida de contenidos a la plataforma Madrid Cultura y otras plataformas municipales cuando sea necesario.

2.1.2. Metodología de trabajo

- Contacto diario con la dirección artística del proyecto.
- Contacto diario con el responsable de Comunicación.
- Reuniones de coordinación.
- Desarrollo de planes y cronogramas.
- Desarrollo de calendarios semanales editoriales independientes para cada RRSS.
- En el equipo siempre deben estar trabajando diariamente un mínimo de tres personas, para que se puedan cubrir las mañanas, tardes y el horario nocturno de las actividades durante los siete días de la semana y durante la celebración de la programación cultural de los dos meses. De esta manera, se pueden cumplir los descansos entre las jornadas laborales y se puede atender a los medios de comunicación en todo momento y realizar el trabajo de redes.
- **El tiempo de respuesta a una incidencia debe realizarse en menos de tres horas y, si fuera necesario, presencialmente.**

2.1.3. Medios personales específicos

- El adjudicatario deberá disponer de recursos técnicos y un equipo humano cualificado que tenga los perfiles adecuados y el número de personas necesarias para que se puedan desempeñar las tareas incluidas en el contrato con la excelencia y calidad exigidas por Madrid Destino. **El adjudicatario como parte de esta oferta, deberá entregar un organigrama del equipo que se encargará del cumplimiento de los servicios del contrato, detallando los perfiles profesionales y los currículums.**
- El equipo de trabajo debe contar al menos con **un responsable de comunicación**, que tenga al menos cinco años de experiencia en comunicación pública de naturaleza similar al objeto del presente pliego y/o gabinetes de comunicación de instituciones públicas y/o privadas, y otro **responsable de redes sociales**, que tenga al menos cinco años de experiencia en redes sociales. Estos profesionales necesitan contar con



el apoyo de, al menos, dos redactores o auxiliares de redacción para la gestión de acreditaciones, atención a medios, publicación de contenidos y/o gestión de redes sociales durante el desarrollo de la programación cultural. También es necesario un diseñador gráfico que maquete los dossiers que sean necesarios en el proyecto y cree algunas plantillas para las redes sociales teniendo en cuenta el cartel de la campaña que facilitará Madrid Destino.

- En todo caso son necesarios perfiles técnicos con formación y conocimientos en comunicación pública, Redes Sociales y Relaciones con los medios, y/o experiencia suficientemente justificada en trabajos y programas de naturaleza similar al objeto del presente pliego desarrollados en instituciones públicas y/o privadas.

- El responsable de comunicación deberá tener experiencia en la comunicación corporativa con instituciones internacionales.

- Los responsables de comunicación, redes sociales y redactores tendrán que tener formación en Ciencias de la Información y redes sociales.

- Es imprescindible que todo el equipo tenga conocimientos mínimos de edición de foto y vídeo para los contenidos online.

2.1.4. Información básica del festival

Las características del festival Veranos de la Villa:

Duración

Fechas de inicio y fin de la programación cultural: En 2021, la programación empezó el 6 de julio y finalizó el 29 de agosto, aproximadamente **dos meses** (55 días).

Fechas de inicio y fin del contrato: El contrato empezará en mayo y finalizará en la primera quincena septiembre, siendo la duración aproximadamente de **cuatro meses**. El equipo deberá planificarse y organizarse en función del trabajo y las tareas que sean prioritarias en cada momento, siendo necesario que durante todo el proyecto haya disponibilidad para dar respuesta a imprevistos y crisis y se dé cobertura a todas las actividades programadas.

Sedes donde se realizará la programación cultural: En la edición anterior participaron alrededor de una decena de espacios, entre los que se encontraban lugares destacados de la ciudad y también espacios gestionadas por Madrid Destino.

Mensajes e hitos importantes de la campaña:

La cultura segura, la diversidad de la programación cultural, el apoyo de Madrid al sector cultural, la cultura como reactivador económico de la ciudad y la accesibilidad del festival serán temas principales en la comunicación. El acto de presentación y el balance del festival serán algunos de los hitos en comunicación.

Página web

Página web oficial del festival en la que tendrá que actualizarse diariamente la sección de prensa:

- <https://www.veranosdelavilla.com/es>
- <https://www.veranosdelavilla.com/es/zona-de-prensa>

Redes sociales

-Veranos de la Villa (redes propias: Twitter, Instagram, Vimeo). Se requiere actuación durante más de tres meses, de junio a primeros de septiembre.

Twitter (<https://twitter.com/VeranosVilla>) 5.911 seguidores (enero 2022)

Instagram (https://www.instagram.com/veranosdelavilla_madrid/) 15,9 k seguidores (enero 2022)

Vimeo (<https://vimeo.com/veranosvilla>): 50 seguidores (enero 2022)

* Además se utilizan cada año **como apoyo las redes de Madrid Cultura, Madrid Destino** y Corporativa del Ayuntamiento de Madrid para la comunicación. **El proveedor deberá encargarse de la promoción del festival en los perfiles Facebook, Twitter y Vimeo de Madrid Destino y Madrid Cultura.**



https://twitter.com/Madrid_Cultura 63.757 seguidores (enero 2022)
<https://www.facebook.com/madridcultura> 37.000 seguidores (enero 2022)

<https://www.facebook.com/MadridDestinoCTN/> 7.610 seguidores (enero 2022)
<https://twitter.com/MadridDestino> 6.769 seguidores (enero 2022)
<https://vimeo.com/madriddestino> 132 seguidores (enero 2022)

* Debido a los cambios en las programaciones anuales municipales, algunas de estas cuentas, actividades o servicios podrían desaparecer.

2.2. Plataforma tecnológica

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

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

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

La empresa licitadora deberá aportar sus propios equipos de trabajo, y en los que así lo indicará se requerirá la presencia física de trabajadores de la licitadora durante determinados periodos de tiempo semanales o mensuales.

Para la ejecución del servicio la empresa adjudicataria destinará los recursos humanos suficientes que garanticen su ejecución.

El adjudicatario se compromete a que su personal disponga de la formación y aptitudes adecuadas para el desempeño de la actividad.

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

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

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

MADRID DESTINO se reserva el derecho a exigir la sustitución de la/s personas destinadas al mismo cuando considere que no cumple con los requisitos mínimos exigidos. En este caso la empresa adjudicataria estará obligada a sustituir a esta persona en un plazo máximo de cuarenta y ocho (48) horas.

2.4. Propiedad de los trabajos

La empresa adjudicataria acepta expresamente que la propiedad de los trabajos que resulten de la ejecución del presente procedimiento corresponde a MADRID DESTINO, con exclusividad a todos los efectos, quien podrá ejercer el derecho de reproducción, publicidad y divulgación total o parcial.

La empresa adjudicataria renunciará expresamente a cualquier derecho sobre los trabajos realizados que como consecuencia de la ejecución del presente contrato pudieran corresponderle, y no podrá hacer ningún uso o divulgación de los documentos utilizados o elaborados en base a este pliego de condiciones, bien sea en forma total o parcial, directa o extractada, original o reproducida, sin autorización expresa de MADRID DESTINO.

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

El contenido audiovisual o imágenes aportadas por la empresa adjudicataria deberán tener derecho de uso en internet por MADRID DESTINO en las distintas redes sociales.

La empresa adjudicataria no podrá utilizar la información obtenida en la actividad desarrollada como consecuencia de este contrato, no pudiendo transmitir dicho conocimiento, sin el consentimiento escrito de MADRID DESTINO.

2.5. Seguridad de la información

El adjudicatario se compromete durante la duración del proyecto a:

- No introducir software microinformático ajeno a Madrid Destino.
- No divulgar las estructuras de carpetas ni los ficheros de información así como los aplicativos realizados a medida ni la información almacenada en ellos.
- No difundir ni publicar los sistemas de seguridad de la información existentes o previstos.



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

3. Calendario de trabajo

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

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

Los calendarios propuestos deberán incluir al menos la siguiente información:

- Desglose de todas las tareas a realizar y fases a llevar a cabo.
- Asignación de recursos, esfuerzos necesarios sin sobreasignaciones.
- Definición del número de recursos por perfil y marcación de las dedicaciones a cada tarea.
- Duración de cada fase y duración global del proyecto.



- Los licitadores deberán representar mediante un diagrama de Gantt o similar.
- Dependencias entre tareas.
- Hitos de entrega y descripción de lo que se entrega en cada hito.
- El calendario de trabajo que deberá usarse es el estándar con jornadas de 8 horas al día o 40 horas semanales, que tendrá que dividirse entre mañanas y tardes y abarcar el horario de inicio de las actividades culturales. Además, durante la celebración de la programación cultural deben incluirse todos los fines de semana para poder atender a los medios de comunicación que asistan a los eventos.

4. Responsable del servicio / sustituto.

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

5. Obligaciones laborales y sociales.

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

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

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

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

6. Cláusulas sociales de obligado cumplimiento.

Siguiendo instrucciones del decreto publicado el 19 de ABRIL de 2016 del Delegado del Área de Gobierno de Economía y Hacienda sobre la incorporación de cláusulas sociales en los contratos celebrados por el

Ayuntamiento de Madrid, sus Organismos Autónomos y Entidades del Sector Público Municipal, el adjudicatario deberá cumplir las siguientes cláusulas:

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



- En todo caso, el órgano de contratación podrá solicitar, cuando lo considere oportuno, la aportación de la documentación que acredite el contenido de la declaración responsable.
- Con carácter previo a la finalización del contrato, la empresa adjudicataria deberá presentar un informe relativo al cumplimiento de las obligaciones sociales que le fueran exigibles legal o contractualmente.

7. Solicitud de información.

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

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

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

Por Madrid Destino, S.A.

Por el ADJUDICATARIO

D.

D.