



MEMORIA JUSTIFICATIVA

Nº EXPEDIENTE: SP24-00367

Nº CPV: 92111000; 92100000; 92111210 y 79341000-6

ASUNTO: CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DE UN VÍDEO PROMOCIONAL CONJUNTO DE LA CIUDAD DE MADRID Y DE LA COMUNIDAD DE MADRID PARA SU PRESENTACIÓN EN FITUR 2025 Y SU POSTERIOR DIFUSIÓN EN CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL EN MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES, A ADJUDICAR POR PROCEDIMIENTO ABIERTO SIMPLIFICADO.

TIPO DE CONTRATO:SERVICIO

PROCEDIMIENTO Y FORMA DE ADJUDICACIÓN: ABIERTO SIMPLIFICADO.

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

MADRID DESTINO CULTURA TURISMO Y NEGOCIO, S.A. (MADRID DESTINO) es una sociedad mercantil municipal del Ayuntamiento de Madrid dependiente del Área de Gobierno de Cultura, Turismo y Deporte, que lleva a cabo, entre otras actividades, recogidas en su objeto social, la gestión de las políticas municipales en materia de promoción e información turística de la ciudad de Madrid en los mercados turísticos tanto nacionales como internacionales y la coordinación con otras administraciones públicas y otras entidades públicas y privadas para mejorar el posicionamiento de Madrid como destino turístico

En el ejercicio de su objeto social, MADRID DESTINO, con fecha de 7 de septiembre de 2022, firmó un Convenio de Colaboración con la Comunidad de Madrid que ostenta la competencia exclusiva en materia de turismo por el artículo 26.1.21 del Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid aprobado por Ley Orgánica 3/1983 de 25 de febrero, con el objetivo de establecer y regular la colaboración y coordinación entre ambas entidades para la promoción de la imagen de Madrid como destino turístico –que comprende la ciudad de Madrid y su Comunidad Autónoma– en el ámbito tanto nacional como internacional (en lo sucesivo, el “Convenio”)

El Convenio prevé formalizar Convenios Específicos en los que se determinen las actuaciones concretas de colaboración a llevar a cabo entre las Partes como adendas al mismo y recoge como líneas de colaboración la participación conjunta del destino Madrid (ciudad y la Comunidad Autónoma) en la Feria Internacional de Turismo (FITUR), así como, entre otras acciones, la realización de campañas de publicidad y acciones de comunicación y marketing en mercados emisores y potenciales para el destino Madrid y la presencia en materiales audiovisuales de promoción vinculadas a campañas conjuntas, siempre que no estén realizadas en el ámbito del proyecto “Madrid Turismo by Ifema”

El Proyecto “Madrid Turismo by Ifema” es fruto del Convenio de Colaboración entre la Comunidad de Madrid, MADRID DESTINO e IFEMA MADRID para la Promoción Internacional de Madrid como destino turístico para la mejora del posicionamiento turístico de la Comunidad de Madrid y de la ciudad de Madrid en mercados internacionales emisores de turismo, así como el fortalecimiento de la marca Madrid en el ámbito internacional a través del desarrollo de actuaciones conjuntas de promoción y comercialización turística

En este contexto, de cara a su estreno en la Feria Internacional de Turismo FITUR 2025, la Comunidad de Madrid y MADRID DESTINO, además de participar conjuntamente con un stand compartido, están interesadas en **producir conjuntamente un vídeo como herramienta idónea y única para la promoción conjunta nacional e internacional del destino Madrid, ciudad y Región, que pueda ser presentado en FITUR**, a cuyo fin han firmado un Convenio específico con fecha de 4 de julio de 2024, adicionalmente al del stand conjunto.

Desde 2013, la Comunidad de Madrid y MADRID DESTINO han participado en la Feria Internacional de Turismo FITUR con un stand compartido como escaparate de imagen conjunto de la ciudad y región de Madrid como herramienta idónea para homogeneizar y focalizar en lo esencial el mensaje para el fomento del destino Madrid.

En esta línea, la firma del Convenio de carácter general entre la Comunidad de Madrid y MADRID DESTINO, así como, de los Convenios específicos formalizados como Adenda, ha permitido aunar los esfuerzos e inversión de ambas entidades en la promoción conjunta del destino, con el consiguiente ahorro de costes y eficiencia en alcanzar los objetivos previstos.

A la vista de la buena experiencia y resultados obtenidos en anteriores campañas conjuntas, dada la necesidad de disponer de un vídeo promocional de la ciudad de Madrid y de su región a ser presentado en FITUR 2025, con fechas de celebración previstas del 22 al 26 de enero de 2025, la Comunidad de Madrid y MADRID DESTINO han acordado su producción conjunta para su estreno en FITUR y su posterior difusión en campañas y acciones de promoción turística de ambas entidades. El objetivo de dicho acuerdo es comunicar una imagen y mensaje común sobre los destinos de la ciudad y la región en los territorios de Europa, América (todo el continente) y Asia por periodo de un año a contar desde su primera comunicación pública en cada uno de los territorios y siempre que la realización de este video no se realice en el ámbito del proyecto "Madrid Turismo by Ifema", como ocurrió en la edición de FITUR 2024.

Entre los compromisos asumidos para FITUR 2025, MADRID DESTINO asume la tramitación de un expediente de contratación de servicios especializados de desarrollo de propuesta creativa y apoyo a la realización integral (preproducción, rodaje y postproducción) del video final y sus adaptaciones, al contar con un Departamento Audiovisual, con experiencia y reconocimiento en el sector audiovisual turístico desde 2006, que puede supervisar la producción y realización del vídeo con los criterios de calidad y de imagen requeridos por la Comunidad de Madrid y Madrid Destino para su presentación y estreno en FITUR como imagen común del destino de la región y la ciudad.

MADRID DESTINO, aun contando con un Departamento Audiovisual, no dispone de los recursos humanos y técnicos necesarios para la producción propia del vídeo con el dimensionamiento requerido al (1) encontrarse en proceso de reestructuración; (2) tener que atender las necesidades de cobertura de grabación y edición audiovisual de toda la actividad de la sociedad, que incluye, entre otras, la gestión de programas y actividades culturales, formativas y artísticas municipales del Ayuntamiento de Madrid y la gestión de los centros, espacios, recintos, dependencias y/o servicios culturales, cuya gestión le ha sido encomendada temporal o indefinidamente, o cuyo uso le ha sido cedido por el Ayuntamiento de Madrid y (3) no contar acualmente con un contrato de servicios de apoyo a la producción fotográfica y audiovisual de MADRID DESTINO, que aún está en estudio y análisis para su próxima licitación.

Es por ello, que para cumplir los compromisos asumidos por MADRID DESTINO con la Comunidad de Madrid, es preciso la contratación de un servicio de producción audiovisual que incluya el desarrollo de guion, preproducción, rodaje y postproducción para poder disponer de un vídeo conjunto para la ciudad y su región y que sirva de herramienta para la promoción del destino en mercados nacionales e internacionales.

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

El objeto del presente procedimiento es la contratación de los servicios de producción audiovisual de un vídeo promocional conjunto de la ciudad de Madrid y de la Comunidad de Madrid para su presentación en la Feria Internacional de Turismo FITUR 2025 y su posterior difusión en campañas de comunicación nacional e internacional en medios digitales y redes sociales.



Los servicios incluyen el desarrollo de guion conforme al briefing adjunto como **Anexo I** a la presente Memoria, la preproducción, la producción, el rodaje y la postproducción del Vídeo Final en base al guion aprobado, incluida la gestión de derechos de propiedad intelectual y de imagen con el alcance definido, así como, la edición de las adaptaciones necesarias del Vídeo final a diferentes soportes, formatos, duraciones e idiomas necesarios para su óptima utilización y difusión, en concreto:

- Horizontal (16:9, con resolución mínima UHD), Vertical (9:16) y cuadrado (1:1) en las máximas resoluciones posibles)
- Duración: Original, 1 minuto, Adaptaciones: 30 segundos, 15 segundos y 10 segundos.
- Idioma del audio: castellano e inglés.
- Subtítulos (traducciones facilitadas por MADRID DESTINO): Castellano accesible a personas con discapacidad auditiva conforme a la norma UNE 153010:2012, inglés, francés, alemán, portugués, chino, japonés, coreano.

Asimismo, es objeto del contrato, como unidad funcional orientada a la consecución de la misma finalidad, la grabación de planos y recursos de la ciudad y región sin captación de imágenes de actores y/o figurantes para su incorporación en los respectivos bancos audiovisuales de cada MADRID DESTINO y la Comunidad de Madrid para su explotación posterior de forma independiente.

En adelante, “el Servicio”.

3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Los servicios objeto de contratación comprenden la conceptualización, planificación, y realización integral de un vídeo promocional destinado a captar la atención de viajeros nacionales e internacionales, así como, profesionales del sector turístico.

La contratación es extensiva a la producción y realización del vídeo para la promoción turística conjunta del destino Madrid, ciudad y región (en adelante, “Video Final”) y a sus distintas adaptaciones (en adelante, “Adaptaciones”), con derechos de explotación y autorizaciones de uso auxiliar de imagen de los actores y figurantes participantes en los territorios de Europa, América (todo el continente) y Asia por periodo de un año a contar desde su primera comunicación pública en cada uno de los territorios, para todos los medios salvo radio y televisión. La fecha de estreno del Video Final en FITUR no computará en cuanto a la vigencia del alcance temporal de los derechos. En adelante, todo ello “el Alcance”.

Las localizaciones serán al menos un mínimo de seis (6), tres (3) de la región y tres (3) de la ciudad, y los actores principales un mínimo de dos (2).

El Vídeo Final incluirá doblaje en inglés y castellano, y subtítulos en castellano (accesible para personas con discapacidad auditiva), inglés, francés, alemán, portugués, chino, japonés y coreano, y deberá estar disponible con 7 días hábiles de antelación a la fecha de inicio de FITUR. La entrega de las adaptaciones, se realizará una semana antes del inicio de FITUR. En el plazo máximo de un mes desde la aceptación del Vídeo Final y las Adaptaciones, la Contratista deberá entregar a MADRID DESTINO la totalidad de los “brutos” grabados y la documentación acreditativa de las licencias, autorizaciones y cesiones de derechos operadas.

El contrato no alcanza a la ejecución de las campañas y acciones de promoción turística que realicen la Comunidad de Madrid y MADRID DESTINO con posterioridad al estreno del vídeo en FITUR, así como, tampoco a la renovación del derecho auxiliar de imagen de los actores, figurantes o dobladores una vez finalizado el periodo de vigencia o a la ampliación del ámbito territorial de derechos de imagen.



La grabación de planos y recursos de la ciudad y región sin imágenes de actores y/o figurantes de forma reconocible o identificable podrá requerir una unidad de apoyo en el rodaje (en adelante, “Recursos Visuales Adicionales” o “Recursos Adicionales”).

4. PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN

Procedimiento abierto simplificado

5.- CODIFICACIÓN DEL CONTRATO

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

92111000-Servicios de producción de películas de cine y vídeo., 92100000-Servicios de cine y vídeo., 92111210-Producción de películas publicitarias; 79341000-6- Servicios de publicidad

5. DIVISIÓN EN LOTES

De acuerdo con lo previsto en el artículo 99.3.b) de la LCSP, la realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en el objeto del contrato dificulta la correcta ejecución del mismo.

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

La empresa Madrid Destino no cuenta con medios materiales ni personales propios para realizar un rodaje de tales dimensiones, ni realizar todas las gestiones oportunas en tiempo y forma que requiere una producción de estas características.

7. RESPONSABLE DEL CONTRATO

El Departamento Audiovisual será la unidad encargada del seguimiento y ejecución del contrato, actuando como responsable del contrato, D. Santiago Alcazar Larrea, Responsable del Departamento Audiovisual, que velará por el cumplimiento del mismo. Dirección Postal: Señores de Luzón, 10, 2ª planta. 28013, Madrid

8. PLAZO DE DURACIÓN Y PLAZO DE EJECUCIÓN

La contratación comenzará desde la formalización del contrato y se extenderá hasta la aceptación por MADRID DESTINO de las versiones finales de todos los materiales entregables (video y adaptaciones) para su estreno y presentación en FITUR 2025, del 22 al 26 de enero de 2025, y entrega en el plazo máximo de un mes a contar desde la finalización de FITUR 2025, a más tardar el 26 de febrero de 2025, si no se producen aplazamientos en las fechas de celebración de FITUR, de un disco SSD con los brutos grabados y versiones finales de entregables y sin ser susceptible de prórroga.

Todo lo anterior, sin perjuicio de la vigencia de derechos operada para la reproducción y comunicación pública del Vídeo Final y las Adaptaciones en campañas de comunicación internacionales y nacionales con el Alcance requerido.

Se establecen varias fases en el servicio a prestar por parte de la empresa adjudicataria:

FASE 1. DESARROLLO DE GUIÓN

Entrega primer borrador: plazo máximo de una (1) semana desde la formalización del contrato

El proceso de **Revisión y Aprobación:**

- **Primera fase de revisión:** 1 semana tras la entrega del primer borrador



- **Segunda fase de revisión:** duración máxima de 1 semana tras la entrega del segundo borrador.
- **Tercera fase de revisión:** simultánea al inicio de la fase de preproducción

FASE 2. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL INTEGRAL. INCLUYE CAPTACIÓN DE RECURSOS VISUALES ADICIONALES

- **PREPRODUCCIÓN:** 3 semanas desde aprobación de guion (ya sea en primera o en segunda fase de revisión)
- **RODAJE PRINCIPAL:** mínimo, 3 días Madrid y 3 días en Comunidad de Madrid
- **RODAJE RECURSOS ADICIONALES:** 2 días Madrid y 2 días en Comunidad de Madrid (pueden ser simultáneo al principal)
- **POSPRODUCCIÓN.** 3 semanas

ENTREGA PRIMERA VERSIÓN DEL VÍDEO: A las 3 semanas de finalizar el rodaje

FASE 3. REVISIÓN Y APROBACIÓN

Tres (3) periodos de una (1) semana cada uno

FASE 4. ENTREGA DE VERSIONES FINALES Y BRUTOS DE RODAJE

Las fechas de entrega del Video Final, las Adaptaciones y brutos de rodaje son las siguientes:

- **Entrega vídeo final:** 7 días hábiles antes de inicio de FITUR 2025
- **Entrega de las adaptaciones:** 1 semana antes de inicio de FITUR 2025.
- **Entrega de todos los brutos grabados y documentación acreditativa de licencias, autorizaciones y cesiones de derechos gestionadas:** a la finalización de la prestación, una vez aceptadas las versiones finales del vídeo y de las adaptaciones, en el plazo máximo de un mes a contar desde la terminación de FITUR 2025.

9. INFORME ECONÓMICO

Para la elaboración del presupuesto estimativo de este proyecto, se ha seguido lo establecido en el artículo 102 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP), que exige que los órganos de contratación aseguren que el precio sea adecuado para el efectivo cumplimiento del contrato a través de una correcta estimación de su importe, considerando el precio general de mercado.

Además, conforme a su disposición adicional Trigésima Tercera, para contratos de servicios que involucren la ejecución de tareas de manera sucesiva y por precio unitario sin un número total definido de entregas al tiempo de firmar el contrato, es necesario aprobar un presupuesto máximo.

En línea con lo anterior, para calcular el presupuesto de este estudio, se han consultado varias productoras para obtener precios de mercado de los servicios y materiales necesarios para el desarrollo de la producción completa del vídeo, incluyendo las etapas de propuesta de idea, desarrollo de guion, preproducción, rodaje, postproducción y adaptaciones.

De los presupuestos presentados, se ha realizado la media del valor de cada servicio necesario y se ha aplicado el número de unidades y jornadas estimadas para llevar a cabo cada fase de este proyecto, resultando en el siguiente presupuesto estimativo:



	PRESUPUESTO ESTIMADO			
	MEDIA	UNIDADES	JORNADAS	TOTAL
PREPRODUCCIÓN				
GUION	4.333,33€	1,00	1,00	4.333,33€
JEFE LOCALIZACIONES	300,00€	1,00	3,00	900,00€
PROTAGONISTAS				
FIGURACIÓN	491,67€	2	6	5.900,00€
S.SOCIAL	126,67€	8	6	6.080,00€
S.SOCIAL	1.650,00€	1	1	1.650,00€
EQUIPO TÉCNICO				
REALIZADOR	1.083,33€	1	6	6.500,00€
AY. DIRECCIÓN	283,33€	1	6	1.700,00€
PRODUCTOR	300,00€	1	16	4.800,00€
JEFE DE PRODUCCIÓN	250,00€	1	6	1.500,00€
AUXILIAR DE PRODUCCIÓN	150,00€	2	6	1.800,00€
DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA	733,33€	1	6	4.400,00€
FOQUISTA	466,67€	1	6	2.800,00€
AY. DECÁMARA	350,00€	1	6	2.100,00€



TÉCNICO DE SONIDO	466,67 €	1	6	2.800,00 €
DIRECTOR DE ARTE	700,00 €	1	6	4.200,00 €
ATRECISTAS	300,00 €	1	6	1.800,00 €
ESTILISTA	416,67 €	1	6	2.500,00 €
AY. ESTILISMO	200,00 €	1	6	1.200,00 €
MAQUILLAJE	350,00 €	1	6	2.100,00 €
GAFFER	458,33 €	1	6	2.750,00 €
ELECTRICOS	366,67 €	2	6	4.400,00 €
OPERADOR CÁMARA RECURSOS LOCALIZACIONES	350,00 €	1	6	2.100,00 €
MATERIAL RODAJE				
CAMARA	1.066,67 €	1	6	6.400,00 €
ELECTRICO	1.333,33 €	1	6	8.000,00 €
VESTUARIO				
ALQUILER VESTUARIO	100,00 €	2	6	1.200,00 €
TRANSPORTE				
CAMION PRODUCCION	185,00 €	1	6	1.110,00 €
CAMION CAMARA	185,00 €	1	6	1.110,00 €
GASTOS RODAJE				
CATERING EQUIPO	40,00 €	24	6	5.760,00 €
TRANSPORTES EQUIPO	1.000,00 €	1	1	1.000,00 €
POSTPRODUCCIÓN				
LOCUTORES	741,67 €	3	1	2.225,00 €
EDICIÓN DE VIDEO	467,13 €	1	6	2.802,84 €
GRAFISMO	288,33 €	1	6	1.730,00 €
MUSICA LIBRERIA	466,67 €	1	1	466,67 €
SALA MEZCLAS	221,67 €	1	6	1.330,00 €
PERMISOS Y SEGUROS				
PERMISOS OFICIALES	600,00 €	1	1	600,00 €
RESERVAS DE ESPACIO	600,00 €	1	1	600,00 €
PLAN DE PREVENCIÓN	500,00 €	1	1	500,00 €
SEGURO DE RODAJE	1.200,00 €	1	1	1.200,00 €
TOTAL BASE				104.347,84 €
BENEFICIO INDUSTRIAL				6.260,87 €
GASTOS GENERALES Y COSTES ESTRUCTURALES				9.391,31 €
TOTAL				120.000,00 €
IVA 21%				25.200,00 €
TOTAL (IVA INCLUIDO)				145.200,00 €

Por tanto, se estima que el presupuesto base de licitación asciende a 120.000,00 € le corresponde un IVA de 25.200,00 €, totalizándose el presupuesto en 145.200,00 €.

10. VALOR ESTIMADO Y PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN

Presupuesto base de licitación: ciento veinte mil euros (120.000,00 €)

Valor Estimado: ciento veinte mil euros (120.000,00 €)

IVA: Veinticinco mil dos cientos euros (25.200,00 €). Tipo/s: 21%

Sistema de determinación del presupuesto: Máximo estimado. Para obtener el valor estimado MADRID DESTINO ha tenido en cuenta la consulta realizada a varias productoras del mercado sobre el presupuesto de realización de un vídeo con las jornadas y partidas especificadas en el apartado 9 INFORME ECONÓMICO.

11. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN:

MADRID DESTINO valorará las propuestas presentadas conforme a criterios valorables en cifra 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.

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”.

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 realización de guiones o ediciones audiovisuales, en los cuales, además, el precio no podrá ser el único factor determinante de la adjudicación (art. 145.3 g) LCSP).

Teniendo en cuenta lo anterior, al tratarse de un contrato que tiene por objeto prestaciones de carácter intelectual, se adjudicará mediante una pluralidad de criterios sobre la base de la mejor relación calidad-precio, formulados tanto de manera objetiva como de manera subjetiva de acuerdo con lo establecido en los artículos 145 y 146 LCSP, con pleno respeto a los principios de igualdad, no discriminación, transparencia y proporcionalidad.



En el presente procedimiento de contratación se atiende **TANTO A CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES COMO A CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES.**

Concepto	Puntuación máxima
Criterios subjetivos	25 pts
Criterios objetivos: Proposición económica	35 pts
Criterios objetivos: Mejoras objetivas a los mínimos planteados en los servicios requeridos	40 pts
Total	100 pts

11.1. CRITERIOS SUBJETIVOS (25 puntos): (documentación a incluir en el SOBRE “B” ELECTRÓNICO). En dicho Sobre deberá incluirse la documentación relativa a los criterios sujetos a juicio de valor de acuerdo con los requisitos que se establecen a continuación.

Concepto	Puntuación máxima
Criterios subjetivos – Propuesta de idea a realizar	25 pts
Total	25 pts

Aquellas propuestas que no obtengan un mínimo de 12 puntos en los criterios no valorables o subjetivos serán consideradas como **NO APTAS** y serán automáticamente excluidas por la Mesa de Contratación, sin pasar a la siguiente apertura de sobre, por no superar el mínimo de calidad exigida para un vídeo promocional de naturaleza publicitaria a presentar en FITUR 2025 y para su utilización en medios de comunicación nacionales e internacionales según los usos y costumbres del sector audiovisual de promoción turística.

Los licitadores deberán presentar una PROPUESTA CREATIVA tomando como base el briefing que figura adjunto como Anexo I del Pliego de Prescripciones Técnicas (PPT) con el siguiente FORMATO y CONTENIDOS:

FORMATO DE PRESENTACIÓN:

- Las propuestas deberán ser presentadas en formato PDF.
- Se podrán incluir imágenes, bocetos o storyboards que ilustren los conceptos clave y las secuencias propuestas.
- Se valorará la inclusión de enlaces a vídeos de referencia para clarificar la visión estética y narrativa.
- La propuesta, en caso de resultar adjudicataria, debe permitir ajustes y modificaciones dentro del presupuesto establecido para adecuarla al briefing final

CONTENIDO DE LA PROPUESTA:

- **Título y Sinopsis:** Un título descriptivo para la idea, seguido de un resumen ejecutivo que destaque su concepto central y objetivos de comunicación.
- **Esbozo Narrativo:** Se valorará la inclusión de un breve desarrollo de la idea general, incluyendo la estructura básica del relato y cómo se pretende abordar la introducción, una escena representativa y un posible cierre para transmitir de la mejor manera el tono y dirección de la misma.



- **Localizaciones Propuestas:** Breve listado de localizaciones que se adecúen a la propuesta, sin que sean vinculantes en el proyecto final, identificando **al menos tres localizaciones dentro de la ciudad y otras tres en la región.**
- **Personajes:** Breve descripción de los personajes, incluyendo **un mínimo de 2 principales**, excepto aquellas ideas que justifiquen la modificación de este número por su originalidad o elementos específicos.
- **Estilo Visual y Técnico:** Explicación del enfoque visual y técnico, incluyendo el estilo cinematográfico, el uso de tecnologías específicas (como drones, grúas, dolly, etc.), y cualquier otro elemento innovador que diferencie la propuesta.
- **Música y Sonido:** Propuesta del estilo musical a utilizar por medio de **librería musical**,
- **Plan de Producción Preliminar:** Esbozo básico del plan de producción, incluyendo una **estimación del número de días de rodaje** requeridos, el equipo técnico y artístico necesario, y cualquier consideración logística relevante.
- **Compromisos de Sostenibilidad:** Descripción de cómo la propuesta se alinea con prácticas de producción sostenible y minimizando el impacto ambiental.
- **Declaración de Viabilidad:** Una declaración que asegure la viabilidad técnica, logística y financiera de la propuesta, considerando el calendario y los recursos disponibles.

NOTA IMPORTANTE: en el documento a incluir en este sobre “B” no debe figurar referencia alguna a los criterios objetivos cuya oferta debe incluirse en el sobre “C”, ni contener menciones, textos o contenido que permitan anticipar o deducir lo que el licitador vaya a ofrecer en cualquiera de las mejoras correspondientes a los criterios objetivos a incluir en el sobre “C”. En el supuesto de que el documento a incluir en el sobre “B” incurra en alguno de estos supuestos, procederá la exclusión de la oferta del presente procedimiento de licitación.

El máximo de puntos posibles para los criterios no valorables en cifras o porcentajes es de 25 puntos dividida en las siguientes partes:

Concepto	Desgloses de puntuaciones máximas
Originalidad de la idea	15
Adaptabilidad al público objetivo	5
Efectividad de la comunicación	5
Puntuación máxima Total	25 puntos

Originalidad de la Idea (15 puntos): Se evaluarán narrativas, conceptos, realización y enfoques o perspectivas novedosas que se distingan del resto de vídeos turísticos elaborados con anterioridad en Madrid y se destaquen por su creatividad. Se valorarán las ideas que sean únicas y capaces de captar la atención y el interés del público de manera inmediata. Las propuestas deben evitar clichés y explorar nuevas formas de presentar Madrid y su comunidad como destinos turísticos, ofreciendo elementos innovadores en términos de narrativa visual.

Adaptabilidad al Público Objetivo (5 puntos): Se puntuarán positivamente aquellas propuestas que conecten con los diferentes segmentos del público objetivo del briefing respecto a la diversidad cultural, edad, intereses y las preferencias de los potenciales visitantes.

Efectividad de la Comunicación (5 puntos): Se analizará la eficacia de la propuesta respecto a la transmisión del mensaje y los objetivos de comunicación establecidos en el briefing de Madrid Destino. Valorando la claridad del mensaje, la coherencia y la capacidad de la propuesta para provocar una respuesta emocional y motivar al público objetivo a visitar Madrid y la Comunidad de Madrid.



11.2. CRITERIOS OBJETIVOS DE PROPOSICIÓN ECONÓMICA (35 puntos):

La puntuación se asignará usando la siguiente fórmula:

$$Puntos = 35 \times \left(1 - \frac{Oferta - Oferta\ más\ baja}{Presupuesto\ base}\right)$$

Donde:

- **Oferta** es el valor económico propuesto por el proveedor.
- **Oferta más baja** es el valor de la oferta más económica recibida.
- **Presupuesto base** es el presupuesto máximo establecido para el contrato.

11.3. CRITERIOS OBJETIVOS PARA MEJORAS (40 PUNTOS):

- **Días de Grabación de Recursos Adicionales:**
Se otorgarán 4 puntos por cada día adicional de grabación de recursos. (8 puntos en total, 2 días adicionales máximo)
- **Incremento en el número de figurantes:**
Se otorgará 1 punto por cada figurante adicional que se incluya, hasta un total de 8 figurantes adicional. (8 puntos en total)
- **Incremento en el número de actores principales:**
Se otorgarán 4 puntos por cada actor o actriz adicional hasta un máximo de 6 actores adicionales. (24 puntos en total)

PROPUESTA

Por todo lo anterior, MADRID DESTINO no dispone de los recursos, tanto materiales como humanos, por lo que se propone al Órgano de Contratación la aprobación del expediente correspondiente para la **contratación de SERVICIOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DE UN VÍDEO PROMOCIONAL CONJUNTO DE LA CIUDAD DE MADRID Y DE LA COMUNIDAD DE MADRID PARA SU PRESENTACIÓN EN FITUR 2025 Y SU POSTERIOR DIFUSIÓN EN CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL EN MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES, A ADJUDICAR POR PROCEDIMIENTO ABIERTO SIMPLIFICADO (SP24-00367)**, por un valor estimado y un presupuesto base de licitación de 120.000,00 € + IVA, al que corresponde un IVA por valor de 25.200,00 € totalizándose en 145.200,00 €.

En Madrid , firmado electrónicamente

RESPONSABLE DEL CONTRATO

El presente documento ha sido firmado digitalmente en fecha 13 de agosto de 2024 a las 14:50 horas por las personas que constan como firmantes del mismo

Santiago Alcázar Larrea
Responsable Departamento Audiovisual
Madrid Destino Cultura Turismo y Negocio, S.A.



ANEXO I

BRIEFING DE CONCEPTUAL PARA UN VÍDEO PROMOCIONAL DE DESTINO MADRID: REGIÓN Y CIUDAD MENSAJE PRINCIPAL

El vídeo promocional de Madrid región y ciudad debe mostrar un destino único y vibrante y posicionarse como “El Mejor Estilo de Vida del Mundo”. Debe estar presente de forma principal la transformación que ha tenido Madrid en los últimos años y la revolución tanto de su entorno como en la forma de vida de sus gentes. Su estilo de vida genuino y alegre se vive ahora de una forma vibrante, donde el visitante se mimetiza y se siente uno más, experimentando en sus propias carnes lo que, en Madrid, tanto ciudad como región, se vive día a día.

Mensajes que deben estar presentes en el vídeo:

- El gusto por la buena vida, el disfrute del conocimiento, el arte de la gastronomía, el ocio.
- Autocomplacencia, mentalidad del disfrute del momento que uno vive, un tipo de indulgencia. El regalarse, permitirse y mimarse a uno mismo regalándose experiencias únicas y que dejan huella. Puede tener cierto toque de sutil hedonismo (experiencias gastronómicas, caprichos de compras, tours en privado) o bienestar (habitaciones superiores, estancias en hoteles con encanto/especiales, confort, relax, tiempo para disfrutar de la ciudad sin prisas).
- Experiencias que muestren productos únicos en Madrid, tanto región como ciudad
- Estilo de vida: se debe mostrar cómo se disfruta de la vida misma en todas partes, de la energía de las calles de Madrid, de sus pueblos y entornos naturales, su gente y sus costumbres.

Otros mensajes que deben estar de forma transversal:

Madrid tiene un patrimonio cultural y artístico único y emblemático

- Gastronomía diversa y de alto valor. Poder mostrar lo más autóctono.
- Enoturismo (bodegas y denominaciones de origen)
- En Madrid se puede disfrutar de los espacios abiertos. En este sentido, aparecen los conceptos de ese nuevo Madrid paseable, peatonalizado, cómodo para el disfrute.
- Turismo activo. Región con un entorno natural único declarado Parque Nacional, donde se puede disfrutar de forma sostenible del deporte activo en naturaleza.
- Madrid dispone de una climatología primaveral y otoñal muy buena, así como un ambiente social y al aire libre muy apetecible de compartir a todas horas del día y la noche.
- Poder mostrar, a través de sus gentes, el estilo de vida genuino de Madrid, su inquietud por la vida en la calle, el disfrute de la comida con amigos y en compañía, las risas, la luz y el color en todo lo que elige, etc.
- Tradición vs modernidad
- El ocio nocturno como un atributo muy diferenciador de la ciudad de Madrid y atrayente de un público también elevado y sofisticado.
- Madrid con una atractiva agenda de grandes eventos musicales y deportivos todo el año.
- Día y Noche

ELEMENTOS TURÍSTICOS PRESENTES

- Patrimonio, cultura y arte
- Gastronomía y enoturismo
- Ocio nocturno
- Experiencias concretas
- Aire libre (terrazza, museo abierto, vivencia cultural urbana en las calles, calles de entornos rurales, enclaves patrimonio de la humanidad, naturaleza)
- Turismo activo
- Flamenco



- Agenda cultural (musicales, festivales, grandes eventos deportivos)
- Compras
- Golf

VALORES Y ATRIBUTOS PRESENTES

- Autenticidad
- Energía
- Estilo de vida muy propio
- Alegría, risas, compartir
- Tradición vs modernidad
- Vida de día vs vida de noche

PÚBLICO OBJETIVO:

La acción de promoción turística por parte de las instituciones, desde ya hace algunos años, se dirige a una audiencia que genera un alto impacto para toda la cadena de valor del sector turístico de Madrid.

El perfil al que nos dirigimos es culturalmente alto, busca arte y patrimonio, experiencias gastronómicas y consumo de ocio en general. Es un público que se siente atraído por lo auténtico, genuino y un estilo de vida único.

Nos dirigimos a residentes en España, mercados europeos, EEUU, LATAM, Oriente Medio y Asia, especialmente de núcleos urbanos con conexión directa a Madrid.

Nuestro público objetivo suele viajar en pareja o con amigos y tiene edades comprendidas entre los 30 y los 65 años.

ESTILO Y TONO

La propuesta tiene que ser fresca y original. Se debe crear una pieza con ritmo que enganche y genere emociones de principio a fin. Su tono será alegre y vibrante. Siempre positivo y amigable.

IDIOMA

Español e inglés (2 versiones)

Tener en cuenta que habrá versiones subtituladas a 6 idiomas diferentes que antes se traducirán por Madrid Destino.

LOCUCIÓN

Sí, en ambos idiomas

MÚSICA

La música debe tener ritmo, ser dinámica y alegre. Debe ser canalizadora de emociones y llegar a transmitir la energía de Madrid.

LOCALIZACIONES

Localizaciones propuestas en el entorno de la ciudad de Madrid:

- Localizaciones ubicadas en la propia ciudad de Madrid;
 - Localizaciones imprescindibles de Madrid ciudad a considerar: Palacio Real, Teatro Real, Retiro, Plaza Mayor, etc.
 - Localizaciones de elementos novedosos de la ciudad de Madrid que han surgido en este último año: Galería de Colecciones Reales, Santiago Bernabéu, Roof



tops emblemáticos, terrazas nocturnas, hoteles nuevos, zonas de compras como Galería Canalejas, etc...

- Localizaciones propuestas en el entorno de la Comunidad de Madrid a elegir tres:
 - Destinos Patrimonio Mundial de Madrid: Alcalá de Henares, Aranjuez, San Lorenzo del Escorial
 - Destinos Villas de Madrid:
 - Sierra Norte: Buitrago o Rascafría
 - Sierra de Guadarrama: Castillo de Manzanares El Real
 - Sierra oeste: Pelayos de la Presa o San Martín de Valdeiglesias poniendo en valor la zona de pantano e imagen de playa en Madrid. Se pueden agregar imágenes de los deportes acuáticos que se pueden realizar en la Comunidad de Madrid como kayak o paddle surf
 - Comarca las Vegas: Chinchón o Colmenar de Oreja e incluir n una de las bodegas de la zona.

SOPORTES Y ESPACIOS PROMOCIONALES Y PUBLICITARIOS

Mercados: España, América, Europa, Asia y Oriente Medio.

Los soportes principales en los que se va a visionar el vídeo serán:

- Soporte exterior: pantallas exteriores (mupis, marquesinas, gran formato calle) o interiores (centros comerciales, ferias profesionales MICE y de ocio como FITUR, aeropuertos, estaciones de tren, etc.)
- Digital: en campañas de publicidad de branded content y advertorials de medios internacionales o nacionales, páginas Web de terceros con quien se tengan campañas (OTAs, empresas de transporte)
- Redes Sociales: canales propios de Madrid Destino y la Comunidad de Madrid, y de terceros con quienes se haga una campaña publicitaria (empresas de transporte, medios internacionales y nacionales, etc.)
- Presentaciones en powerpoint a agencia de viaje y touroperaciones por parte de los equipos internos de Madrid Destino y la Comunidad de Madrid.
- Medios propios: página Web (esmadrid.com y turismomadrid.com), canal YouTube Visita Madrid, Vimeo Madrid Destino, etc.

El vídeo deberá poder adaptarse a formatos de tiempos más limitados. Es decir, además de la producción del vídeo principal, se requerirá la creación de diferentes adaptaciones:

VERSIONES ADAPTADAS

Adaptación del vídeo principal a diferentes formatos:

- 16:9
- 9:16
- 1:1
- Formato vertical para RRSS

Adaptación del vídeo principal a duraciones inferiores:

- 15''
- 30''
- 1 minuto