



#### Nº DE EXPEDIENTE:

Lote 1. Madrid Destino. SP24-00294

Lote 2. Teatro Español. SP24-00288

Lote 3. Nave 10 Matadero. SP24-00289

Lote 4. Teatro Circo Price. SP24-00305

Lote 5. Fernán Gómez. Centro Cultural de la Villa. SP24-00287

Lote 6. Espacio Abierto. Quinta de los Molinos. SP24-00301

Lote 7. Matadero Madrid (que engloba a Cineteca Madrid, Medialab Matadero, Intermediae Matadero, Residencias Artísticas y Documenta Madrid). SP24-00293

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE: LOS SERVICIOS DE ASESORAMIENTO, ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS DE LAS PÁGINAS WEB Y PERFILES EN REDES SOCIALES DE MADRID DESTINO, TEATRO ESPAÑOL, NAVE 10 MATADERO MADRID, TEATRO CIRCO PRICE, FERNÁN GÓMEZ. CENTRO CULTURAL DE LA VILLA, ESPACIO ABIERTO. QUINTA DE LOS MOLINOS Y MATADERO MADRID, ASÍ COMO OTRAS ACCIONES DE APOYO A LA COMUNICACIÓN DE LOS MENCIONADOS CENTROS Y ÁREAS, A ADJUDICAR MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO SUJETO A REGULACIÓN ARMONIZADA**

## 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> .....	26
2.3.	<i>Equipos de trabajo y lugar de desarrollo. Seguimiento del proyecto.</i> .....	26
2.4.	<i>Propiedad de los trabajos</i> .....	27
2.5.	<i>Seguridad de la información</i> .....	28
3.	CALENDARIO DE TRABAJO .....	29
4.	RESPONSABLE DEL SERVICIO / SUSTITUTO. ....	29
5.	OBLIGACIONES LABORALES Y SOCIALES.....	29
6.	CLÁUSULAS SOCIALES .....	30
7.	RESPONSABILIDAD .....	32
8.	ENCARGO DE TRATAMIENTO .....	32
9.	SOLICITUD DE INFORMACIÓN .....	37

## ANEXO I: TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

## 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.

Madrid Destino, empresa municipal que depende del Área de Cultura, Turismo y Deporte, se encarga de la gestión de importantes espacios municipales culturales de la capital, entre los que se encuentran todos los que forman los lotes de este pliego: Teatro Español, Nave 10 Matadero, Teatro Circo Price, Fernán Gómez-Centro Cultural de la Villa, Espacio Abierto y Matadero Madrid.

El objeto del presente procedimiento de contratación lo constituye la prestación de los servicios de asesoramiento, gestión y mantenimiento de contenidos de las páginas web y perfiles en redes sociales de Madrid Destino, Teatro Español, Nave 10 Matadero, Teatro Circo Price, Fernán Gómez. Centro Cultural de la Villa, Espacio Abierto. Quinta de los Molinos y Matadero Madrid, así como otras acciones de apoyo a la comunicación de los mencionados centros y áreas, a adjudicar mediante procedimiento abierto. El presente pliego es necesario para poder gestionar de una manera correcta y eficaz la comunicación digital que Madrid Destino y seis de sus espacios culturales desarrollan en más de 10 páginas web, cerca de 10 boletines digitales y alrededor de 70 perfiles diferentes de redes sociales.

En 2021, se englobó en un único pliego los contratos menores de los servicios de web, redes sociales y apoyo de comunicación de cuatro de esos espacios culturales gestionados por Madrid Destino (Fernán Gómez. Centro Cultural de la Villa, Medialab en Matadero, Espacio Abierto. Quinta de los Molinos y Teatro Circo Price) que termina en diciembre de 2024. Por eso, se lanza el presente pliego para poder continuar con estas tareas fundamentales de difusión de su programación y añadir también el trabajo del área corporativa de Madrid Destino y otros espacios culturales que han realizado contratos menores y pliegos puentes hasta que fuera una realidad el nuevo pliego global (Teatro Español y Nave 10 Matadero serían dos espacios nuevos y Medialab Matadero ahora se convierte en Matadero Madrid, que engloba a sus espacios municipales y proyectos más destacados, como son Cineteca Madrid, Intermediae Matadero, Residencias Artísticas y Documenta Madrid).

Los propósitos principales del pliego son consolidar y potenciar la estrategia y los objetivos de la comunicación digital así como el apoyo de la comunicación offline y continuar con el desarrollo de las redes sociales del área corporativa de Madrid Destino y seis de sus espacios culturales, además de fomentar la interacción con los ciudadanos y visitantes de Madrid, poner en su conocimiento todas las iniciativas y proyectos e incrementar los niveles de asistencia en las actividades programadas.

Se pretende dar un mayor impulso y mejorar los contenidos en las webs y redes sociales, así como en el análisis, la medición de resultados y la usabilidad. Por todo esto y debido al constante desarrollo de nuevos planteamientos y herramientas digitales, se hace indispensable un servicio externo de gestión, análisis y actualización de perfiles sociales y web para alcanzar la rapidez y excelencia en la comunicación online y tener apoyo en la comunicación offline.

Este pliego de siete lotes engloba en un único pliego los contratos menores y pliegos de estos servicios para el área corporativa de Madrid Destino y seis de sus espacios culturales

El servicio objeto de contratación se prestará de conformidad con lo establecido en el presente Pliego, así como en el correspondiente a las Cláusulas Administrativas Particulares.

## 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 siguientes lotes que incluyen el área de Madrid Destino y espacios culturales de Madrid Destino, especificándose en cada uno de ellos:

- ❖ Las tareas
- ❖ La metodología de trabajo
- ❖ Los medios personales específicos

#### **2.1.1. LOTE 1. SERVICIO DE ASESORAMIENTO, ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB Y REDES SOCIALES Y APOYO A COMUNICACIÓN DE MADRID DESTINO.**

Este lote cubrirá las siguientes necesidades:

##### **Lote 1. Tareas**

El departamento de Comunicación de la empresa municipal Madrid Destino precisa estas cinco tipologías de servicios:

1. Asesoramiento en la definición y desarrollo de la estrategia de redes sociales corporativas
2. Gestión y mantenimiento de redes actuales y nuevas propuestas
3. Estrategia y gestión de contenidos web
4. Gestión del sistema de mailing
5. Apoyo en tareas de comunicación

##### 1. ASESORAMIENTO EN LA DEFINICIÓN Y DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES CORPORATIVAS

- Evaluación del estado inicial, en el que se deben incluir los siguientes aspectos, entre otros: DAFO, públicos y competencia.
- Desarrollo de la estrategia anual y objetivos
- Propuestas de nuevas acciones
- Elaboración de planes de contenidos mensuales y anuales
- Elaboración de planes de acción mensuales y anuales.
- Evaluación mensual de cumplimiento de KPIs establecidos para realizar los ajustes necesarios en los planes de acción y contenidos.
- Gestión de crisis
- Informes de benchmarking

##### 2. GESTIÓN Y MANTENIMIENTO DE REDES ACTUALES Y NUEVAS PROPUESTAS

- Redacción y publicación de los contenidos para las redes sociales. La gestión se apoyará en la Guía de Estilo Base y Protocolo de RRSS de Madrid Destino.
- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada perfil y deberán incluir el copy y las gráficas cuando sea posible. En las redes sociales de Madrid Destino se combinarán los

contenidos de las tres áreas principales que engloba nuestra empresa municipal -Turismo, Cultura y Espacios y Eventos-, además de información corporativa.

- Desarrollo de contenidos y diseño de creatividades en base al material facilitado por los departamentos de Diseño y Audiovisual de Madrid Destino y la propia cobertura directa de los actos y actividades por parte del proveedor, siguiendo siempre la identidad corporativa y con la supervisión de Madrid Destino. Se tendrán que crear contenidos de vídeo, GIFs e imágenes, para lo que se requiere conocimiento de edición de imagen y vídeo.
- Mantenimiento diario de las redes en días laborables y también en fin de semana y festivos si los proyectos y actividades de Madrid Destino lo requieren (Mínimo: FB 2 publicaciones/día, TW 2-3/día, Instagram 7/semana, publicaciones y stories, Google (seguimiento)).
- Cobertura directa de foto y vídeo de las actividades y presentaciones relacionadas con Madrid Destino para las redes sociales. Hasta 4 al mes.
- Diseño y creación de agendas mensuales y de fin de semana que tengan como objetivo la promoción de las actividades organizadas por los espacios culturales y las campañas culturales gestionadas por Madrid Destino.
- Dinamización constante de las redes, respuesta diaria a comentarios y peticiones de información.
- Detección de quejas *online* de usuario y transmisión de las mismas al responsable del contrato.
- Captación de públicos objetivos y fidelización de las audiencias ya existentes. Creación de base de datos de *influencers* y grupos de interés relacionados con los proyectos destacados de Madrid Destino para convertirlos en prescriptores.
- Colaboración con otras redes sociales de Madrid Destino y otras cuentas municipales.
- Identificación y establecimiento de alianzas con RRSS y con posibles líneas de colaboración.
- Planificación y desarrollo de sorteos de invitaciones y regalos relacionados con Madrid Destino. Siendo necesario realizar todos los trámites y gestiones administrativas necesarias, así como asumir los gastos que ocasionen dichos trámites y gestiones. Como máximo se realizará uno al trimestre.
- Establecimiento de protocolo para la gestión de crisis. Monitoreo diario de quejas y/o sugerencias.
- Coordinación con la dirección del departamento de Comunicación de Madrid Destino, el departamento de redes sociales del Ayuntamiento de Madrid, los diferentes equipos de redes sociales de los espacios culturales de Madrid Destino y el Área de Turismo.
- Coordinación y evaluación del plan de trabajo en una reunión mensual presencial.
- Informes de monitorización y evaluación mensuales y anuales de cada red que incluyan tanto análisis cuantitativo como cualitativo y el seguimiento del impacto de las campañas promocionadas y/o acciones especiales que se hayan vinculado con Google Analytics 4(GA4). En estos informes tendrán especial importancia los seguidores; los prescriptores principales; las comparativas de periodos para ver la evolución; la evaluación de KPIs fijados; el análisis de los comentarios positivos, neutros y negativos; las conclusiones; y las recomendaciones. Se entregarán antes del quinto día laborable del siguiente mes.
- Formación trimestral de 4 horas de duración al equipo de Comunicación de Madrid Destino para enseñarle las nuevas estrategias, herramientas y novedades de las redes sociales. La formación deberá ser impartida por la persona que se encarga diariamente de este trabajo y con ejemplos prácticos de lo que se ha realizado en las redes sociales de Madrid Destino. Esta formación puede ser grabada para posterior consulta del equipo de Madrid Destino.
- Plan de reversión a la finalización del contrato, que incluya la transferencia de toda la información que sea necesaria a Madrid Destino.

### 3. ESTRATEGIA Y GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB

- WEB CORPORATIVA: [WWW.MADRID-DESTINO.COM](http://WWW.MADRID-DESTINO.COM)
- Análisis de la actual web y propuesta de mejoras
- Actualización de contenidos, tanto en inglés como en español, de las siguientes secciones y espacios: Home, Espacios y Eventos, Turismo, Cultura, Perfil del contratante y Prensa. El número de secciones podría incrementarse en función de los proyectos gestionados por Madrid Destino y todas las traducciones en inglés serán facilitadas por el departamento de Traducción de Madrid Destino.
- Revisión de contenidos.
- Supervisión y mantenimiento de la estructura web.
- Coordinación de contenidos en web y perfiles de redes sociales junto con los responsables directos en cada caso.
- Elaboración de informes estratégicos anuales.
- Elaboración de informes mensuales, trimestrales y anuales de evaluación sobre las KPIs identificadas y los datos de la herramienta GA4, como visitas, tráfico, contenidos más consultados, dispositivos utilizados



y backlinks. En todos estos informes siempre deben interpretarse los datos, ofrecer conclusiones y proporcionar propuestas accionables para mejorar los resultados. Se entregarán antes del quinto día laborable del siguiente mes.

- Revisión posicionamiento SEO y recomendaciones estratégicas para mejoras de posicionamiento en buscadores.
- Formación trimestral de 4 horas de duración al equipo de Comunicación de Madrid Destino para enseñarle las herramientas de analíticas web y sus novedades. La formación deberá ser impartida por la persona que se encarga diariamente de este trabajo y con ejemplos prácticos de lo que se ha realizado en las webs de Madrid Destino. Esta formación puede ser grabada para posterior consulta del equipo de Madrid Destino.

- **OTRAS WEBS:**

- Actualización de los contenidos de la web <https://teatroitieresretiro.es/>, que facilitará la dirección artística, y análisis estratégico para proponer mejoras. De esta web también deben facilitarse informes estratégicos mensuales.
- Apoyo en la actualización de contenidos de otras webs de Madrid Destino cuando sea necesario.

#### 4. GESTIÓN DEL SISTEMA DE MAILING

- Revisión de la estrategia actual de e-mail marketing de Madrid Destino a nivel corporativo. En la actualidad solo hay una newsletter mensual de Turismo.
- Apoyo en la elaboración de la newsletter mensual de Turismo en sus dos versiones (español e inglés), selección de temas, redacción, selección y edición de fotografías, maquetación y envío. Las traducciones serán facilitadas por el departamento de traducción de Madrid Destino.
- Análisis de la plantilla, contenidos y alcance actual de la newsletter de turismo y elaboración de informe de propuestas de mejora.
- Creación y elaboración de nuevas newsletters. Se incluye diseño gráfico, creación de plantillas en html, planificación y elaboración de contenidos, maquetación, creación y mantenimiento de bases de datos de destinatarios.
- Actualización de diseños de plantillas de html del sistema de mailing según necesidad de formatos.
- Realización de propuestas para extender las newsletter de Madrid Destino a nuevos públicos.
- Mantenimiento o creación de formularios de inscripción a las newsletter.
- Revisión y actualización de BBDD y volcado de nuevos contactos y actualización en plataforma de e-mailing correspondiente. Gestión de contactos si se requiere (altas y bajas).
- Monitorización de resultados del sistema de mailing de Madrid Destino. Elaboración de informes trimestrales de evaluación sobre las KPIs identificadas como tasa de apertura y clicks en los envíos de newsletters, notas de prensa y otras comunicaciones.
- Formación semestral de 4 horas de duración al departamento de comunicación sobre tendencias y recomendaciones de email marketing. Esta formación puede ser grabada para posterior consulta del equipo de Madrid Destino.

#### 5. APOYO EN TAREAS DE COMUNICACIÓN

- Apoyo en la definición de la estrategia de comunicación hacia medios *online* y *offline*, generalistas y especializados y nuevos formatos de convocatoria y difusión. Se diferenciarán el Área de Turismo, la información corporativa y proyectos destacados de Madrid Destino, como es el caso de JOBO o el Teatro de Títeres de El Retiro.
- Apoyo en la gestión y atención de los correos generales del departamento de Comunicación. En la actualidad hay cuatro e-mails.
- Apoyo en la elaboración de notas de prensa para difundir las diferentes actividades del departamento de Turismo, así como otras iniciativas y proyectos vinculados a las áreas de Cultura, Espacios y Eventos y Corporativo.
- Apoyo en convocatorias de encuentros de prensa (email y/o convocatoria telefónica).
- Apoyo en la organización y en la atención a medios en ruedas de prensa y presentaciones. También se apoyará en la gestión de entrevistas y reportajes. Registro de las peticiones atendidas.
- Apoyo en difusión de notas de prensa y seguimiento negociando coberturas. Búsqueda de nuevas oportunidades de cobertura editorial.
- Apoyo en planificación de temas y/o actualización (contenidos e imágenes) del dossier de prensa de turismo de la ciudad de Madrid.
- Apoyo en la gestión del gabinete de prensa virtual de turismo (Madridpro).



- Apoyo en la actualización de contactos de la base de datos de prensa de turismo y cultura.
- Apoyo en la elaboración de clippings. Madrid Destino cuenta con una herramienta para su elaboración.
- Seguimiento sectorial competitivo.
- Apoyo en la gestión de permisos de grabación de medios de comunicación en el Faro de Moncloa y Casa de la Panadería, en coordinación con el departamento de Turismo y Seguridad de Madrid Destino.
- Apoyo en la coordinación con los responsables de prensa de cada uno de los espacios culturales que gestiona Madrid Destino y también con el responsable de Comunicación de Madrid Film Office, así como con las Áreas de Turismo y Cultura y el Ayuntamiento de Madrid.
- Apoyo en todas las tareas que se desarrollan en el departamento de Comunicación.

**\* Nota: El total de horas máximas de servicio anuales estimadas son 2.492 horas (2.024 horas laborales de lunes a viernes y 468 horas en días no laborables).**

### **Lote 1. Metodología de trabajo**

- Reuniones periódicas: semanales, mensuales, trimestrales y anuales.
  - Planificación, coordinación y evaluación del plan de trabajo en una reunión mensual presencial con el departamento de comunicación de Madrid Destino.
  - Reuniones semanales de coordinación de mantenimiento WEB y RRSS, y reuniones varias de planificación sobre los proyectos y actividades programadas. Podrán ser presenciales y/o telemáticas.
  - Reuniones de monitorización y evaluaciones mensuales, trimestrales y anuales e informes estratégicos de monitorización y evaluación mensuales. El informe debe detallar el alcance de la audiencia lograda por los contenidos publicados y evolución mensual, incluyendo una relación de las actividades y proyectos con sus indicadores estadísticos. En este detalle se debe incluir: Google Analytics en WEB, correspondientes KPIs, métricas para identificar el rendimiento de acciones de emailing como parte del CRM y de las estrategias de Inbound marketing. Todo ello se presentará también en los informes correspondientes y en la Memoria final anual.
- Elaboración de calendarios de trabajo y planificación de acciones. Con la periodicidad específica correspondiente.
- Supervisión y coordinación de las funciones a realizar por parte del Departamento de Comunicación de Madrid Destino.
- La empresa contratada deberá de tener disponibilidad para estar de forma presencial en las actividades y proyectos de Madrid Destino siempre que así se le requiera y el tiempo necesario, además de cubrir los eventos que se pidan según lo especificado en el contrato.
- El contratista deberá establecer un procedimiento para la comunicación de urgencias e imprevistos en días no laborables.

### **Lote 1. Medios personales específicos**

- El personal asignado por el contratista trabajará en contacto directo con el equipo de comunicación de Madrid Destino. .
- Para la ejecución del servicio la empresa adjudicataria destinará los recursos humanos y técnicos suficientes que garanticen su ejecución, proporcionando los perfiles adecuados y el número de personas necesarias.
- El adjudicatario se compromete a que su personal disponga de la formación y aptitudes adecuadas para el desempeño de la actividad.
- En todo caso el equipo de trabajo deberá contar al menos con un responsable de prensa y un community manager. El responsable de prensa debe tener al menos cinco años de experiencia profesional en labores de prensa, redacción de materiales informativos, interlocución con medios de comunicación y gestión de redes sociales y contenidos web; y contar con una trayectoria mínima de 3 años en los sectores cultural y/o turístico. El community manager debe tener al menos cinco años de experiencia profesional en gestión de comunicación digital en general y redes sociales, además de formación específica en redes sociales y conocimientos mínimos de edición foto y video para contenidos online; y contar con una trayectoria mínima de 3 años en los sectores cultural y/o turístico.
- La formación y experiencia del equipo deberá acreditarse mediante certificados de asistencia a cursos y formación especializada y/o experiencia suficientemente justificada en trabajos y programas de naturaleza similar al objeto del presente pliego desarrollados en instituciones públicas y/o privadas. Además, es imprescindible que el equipo tenga conocimientos de diseño gráfico, grabación y edición de contenidos



audiovisuales, buena redacción y creatividad a la hora de proponer temas y elaborar los contenidos del tipo que sean.

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.

### **2.1.2. LOTE 2. SERVICIO DE ASESORAMIENTO, ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB Y REDES SOCIALES Y APOYO A COMUNICACIÓN DE TEATRO ESPAÑOL**

El servicio cubrirá las siguientes necesidades:

#### **Lote 2. Tareas**

Los servicios que precisa el centro de este pliego son:

- a. Gestión y mantenimiento de contenidos de las RRSS actuales y activación de nuevas RRSS del Teatro Español.
- b. Apoyo a la Comunicación del Teatro Español.
- c. Actualización y gestión de contenidos de la página web del Teatro Español.
- d. Medición de flujos de seguimiento y engagement así como el análisis de KPI's

#### **a. GESTIÓN Y MANTENIMIENTO DE CONTENIDOS DE LAS RRSS ACTUALES Y ACTIVACIÓN DE NUEVAS RRSS DEL TEATRO ESPAÑOL**

- Desarrollo de perfiles en Redes Sociales: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, entre otros.
- Dinamización constante de las redes, respuesta diaria a comentarios y peticiones de información.
- Mantenimiento diario de las Redes Sociales en días laborables, y guardias en fin de semana y festivos si la actividad específica de los centros así lo requiere.
- Detección de quejas online de usuarios y transmisión de las mismas al responsable del contrato.
- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada red social, combinando los contenidos culturales y la oferta de actividades y servicios.
- Cobertura directa y en RRSS (directos Instagram y otros) de los eventos más destacados: estrenos de teatro, danza y música, inauguraciones, ruedas de prensa, entre otros.
- Cobertura directa en RRSS (directos Instagram y otros) de las actividades paralelas del centro: ruedas de prensa, encuentros con el público, presentaciones de revistas, presentaciones de temporada, talleres y otros eventos relacionados con la programación artística del centro. Se dará servicio adicional de cobertura directa a cada uno de los proyectos expositivos que acoja el centro.
- Crear y gestionar los contenidos para que sean profesionales y atractivos para los canales online. Tanto escritos (copy), gráficos o audio-visuales. Optimizando el contenido para cada canal. Sistema de carga de vídeos coordinados y con "mensajes", "cards".
- Identificación y establecimiento de alianzas con RRSS y con posibles líneas de colaboración (otras RRSS de Madrid Destino, posibles "influencer" y el área de blogs temáticos con el objetivo de promover la actividad del centro).
- Informes de monitorización y evaluación mensuales y anuales de cada red que incluyan tanto análisis cuantitativo como cualitativo y el seguimiento del impacto de las campañas promocionadas y/o acciones especiales que se hayan vinculado con GA4. En estos informes tendrán especial importancia los seguidores; los prescriptores principales; las comparativas de periodos para ver la evolución; la evaluación de KPIs fijados; el análisis de los comentarios positivos, neutros y negativos; las conclusiones; y las recomendaciones. Se entregarán antes del quinto día laborable del siguiente mes.

#### **b. APOYO A LA COMUNICACIÓN DEL TEATRO ESPAÑOL**



- Apoyo en la cobertura de las acciones relacionadas con el departamento de prensa, como colaboración en la elaboración de dossiers para prensa en formato digital y otro tipo de material de prensa y apoyo comunicativo puntual presencial en actividades y eventos.
- Seguimiento de noticias offline y online y apoyo en la elaboración de informes de clipping.
- Seguimiento sectorial competitivo.
- Colaboración puntual en la redacción de de notas de prensa en coordinación con el departamento de comunicación del centro.

#### c. ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS DE LA PÁGINA WEB DE LA TEATRO ESPAÑOL.

- Actualización Web de contenidos de programación y de la implementación de contenidos Web Vs adaptabilidad a RRSS. Incluido la zona de prensa de la web.
- Mantenimiento puntual de áreas comerciales y promocionales de la Web directamente implicadas en Social media (noticias, blog, ofertas, eventos).
- Coordinación de contenidos en Web y perfiles de RRSS junto con los responsables directos en cada caso.

#### d. MEDICIÓN DE FLUJOS DE SEGUIMIENTO Y ENGAGEMENT ASÍ COMO EL ANÁLISIS DE KPI'S

- Elaboración de informes mensuales, trimestrales y anuales de evaluación sobre las KPIs identificadas y los datos de la herramienta GA4, como visitas, tráfico, contenidos más consultados, dispositivos utilizados y backlinks. En todos estos informes siempre deben interpretarse los datos, ofrecer conclusiones y proporcionar propuestas accionables para mejorar los resultados. Se entregarán antes del quinto día laborable del siguiente mes.
- Los centros se reservan el derecho de conservar un usuario invitado en el editor de la página web.

**Nota: Todas estas tareas especificadas suponen un cómputo aproximado de 40 horas semanales.**

#### **Lote 2. Metodología de trabajo**

- Reuniones periódicas: semanales, mensuales, trimestrales y anuales.
  - Planificación, coordinación y evaluación del plan de trabajo en una reunión mensual presencial con el departamento de comunicación del Teatro Español. Reuniones semanales de coordinación de mantenimiento WEB y RRSS, y reuniones varias de planificación con compañías y festivales programados.
  - Reuniones de monitorización y evaluaciones mensuales, trimestrales y anuales e informes estratégicos de monitorización y evaluación mensuales. El informe debe detallar el alcance de la audiencia lograda por los contenidos publicados y evolución mensual, incluyendo una relación de las actividades de sus indicadores estadísticos a entregar mensualmente y por obra/compañía o espectáculo programado. En este detalle se debe incluir: Google Analytics en WEB de los Centros, correspondientes KPIs, métricas para identificar el rendimiento de acciones de emailing como parte del CRM y de las estrategias de Inbound marketing. Todo ello se presentará también en los informes correspondientes y en la Memoria final anual.
- Elaboración de calendarios de trabajo y planificación de acciones. Con la periodicidad específica correspondiente.
- Supervisión y coordinación de las funciones a realizar por parte del Departamento de Comunicación del Teatro Español.
- La empresa contratada deberá de tener disponibilidad para estar de forma presencial en los teatros siempre que así se le requiera y el tiempo necesario, además de cubrir los eventos que se pidan según lo especificado en el contrato.
- El contratista deberá establecer un procedimiento para la comunicación de urgencias e imprevistos en días no laborables.

#### **Lote 2. Medios personales específicos**



- El contratista deberá contar como mínimo con una persona con una trayectoria mínima total de 5 años entre formación demostrable y experiencia en la gestión de comunicación digital en general y una trayectoria mínima de 3 años en el sector cultural, incluyendo 1 año mínimo de experiencia laboral demostrable en comunicación en el sector de las artes escénicas.
- El personal asignado por el contratista trabajará en contacto directo con el equipo de comunicación del Teatro Español.
- Para la ejecución del servicio la empresa adjudicataria destinará los recursos humanos suficientes que garanticen su ejecución, proporcionando los perfiles adecuados y el número de personas necesarias.
- El adjudicatario se compromete a que su personal disponga de la formación y aptitudes adecuadas para el desempeño de la actividad.
- La formación y experiencia del equipo deberá acreditarse mediante certificados de asistencia a cursos y formación especializada y/o experiencia suficientemente justificada en trabajos y programas de naturaleza similar al objeto del presente pliego desarrollados en instituciones públicas y/o privadas. Además, es imprescindible que el equipo tenga conocimientos de diseño gráfico, grabación y edición de contenidos audiovisuales, buena redacción y creatividad a la hora de proponer temas y elaborar los contenidos del tipo que sean.

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.

### **2.1.3. LOTE 3. SERVICIO DE ASESORAMIENTO, ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB Y REDES SOCIALES Y APOYO A COMUNICACIÓN DE NAVE 10 MATADERO**

Este lote cubrirá las siguientes necesidades:

#### **Lote 3. Tareas**

Los servicios que precisa el centro de este lote son:

- a. Gestión y mantenimiento de contenidos de las RRSS actuales y activación de nuevas RRSS de la Nave 10 Matadero.
- e. Apoyo a la Comunicación de la Nave 10 Matadero.
- f. Actualización y gestión de contenidos de la página web de la Nave 10 Matadero.
- g. Medición de flujos de seguimiento y engagement, así como el análisis de KPIs

#### **a. GESTIÓN Y MANTENIMIENTO DE CONTENIDOS DE LAS RRSS ACTUALES Y ACTIVACIÓN DE NUEVAS RRSS DE LA NAVE 10 MATADERO.**

- Desarrollo de perfiles en Redes Sociales: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Spotify, entre otros.
- Dinamización constante de las redes, respuesta diaria a comentarios y peticiones de información.
- Mantenimiento diario de las Redes Sociales en días laborables, y guardias en fin de semana y festivos si la actividad específica del centro así lo requiere.
- Detección de quejas online de usuarios y transmisión de las mismas al responsable del contrato.
- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada red social, combinando los contenidos culturales y la oferta de actividades y servicios.
- Cobertura directa y en RRSS (directos Instagram y otros) de los eventos más destacados: estrenos de teatro, danza y música, inauguraciones, ruedas de prensa, acciones de mediación, etc.
- Cobertura directa en RRSS (directos Instagram y otros) de las actividades paralelas del centro: ruedas de prensa, encuentros con el público, presentaciones de revistas, presentaciones de temporada, talleres y otros eventos relacionados con la programación artística del centro. Se dará servicio adicional de cobertura directa a cada uno de los proyectos expositivos que acoja el centro.
- Crear y gestionar los contenidos para que sean profesionales y atractivos para los canales online. Tanto escritos (copy), gráficos o audio-visuales. Optimizando el contenido para cada canal. Sistema de carga de vídeos coordinados y con “mensajes”, “cards”.



- Identificación y establecimiento de alianzas con RRSS y con posibles líneas de colaboración (otras RRSS de Madrid Destino, posibles “influencer” y el área de blogs temáticos con el objetivo de promover la actividad del centro).
  - Informes de monitorización y evaluación mensuales y anuales de cada red que incluyan tanto análisis cuantitativo como cualitativo y el seguimiento del impacto de las campañas promocionadas y/o acciones especiales que se hayan vinculado con GA4 En estos informes tendrán especial importancia los seguidores; los prescriptores principales; las comparativas de periodos para ver la evolución; la evaluación de KPIs fijados; el análisis de los comentarios positivos, neutros y negativos; las conclusiones; y las recomendaciones. Se entregarán antes del quinto día laborable del siguiente mes.
- d. APOYO A LA COMUNICACIÓN DE LA NAVE 10 MATADERO
- Apoyo en la cobertura de las acciones relacionadas con el departamento de prensa, como colaboración en la elaboración de dossiers para prensa en formato digital y otro tipo de material de prensa y apoyo comunicativo puntual presencial en actividades y eventos.
  - Seguimiento de noticias offline y online y apoyo en la elaboración de informes de clipping.
  - Seguimiento sectorial competitivo.
  - Apoyo puntual en la redacción puntual de notas de prensa en coordinación con el departamento de comunicación de los centros.
- e. ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS DE LA PÁGINA WEB DE LA NAVE 10 MATADERO.
- Actualización Web de contenidos de programación y de la implementación de contenidos Web Vs adaptabilidad a RRSS. Incluido la zona de prensa de la web.
  - Mantenimiento puntual de áreas comerciales y promocionales de la Web directamente implicadas en Social media (noticias, blog, ofertas, eventos).
  - Coordinación de contenidos en Web y perfiles de RRSS junto con los responsables directos en cada caso.
  - Los centros se reservan el derecho de conservar un usuario invitado en el editor de la página web
- MEDICIÓN DE FLUJOS DE SEGUIMIENTO Y ENGAGEMENT ASÍ COMO EL ANÁLISIS DE KPIs
  - Elaboración de informes mensuales, trimestrales y anuales de evaluación sobre las KPIs identificadas y los datos de la herramienta GA4, como visitas, tráfico, contenidos más consultados, dispositivos utilizados y backlinks. En todos estos informes siempre deben interpretarse los datos, ofrecer conclusiones y proporcionar propuestas accionables para mejorar los resultados. Se entregarán antes del quinto día laborable del siguiente mes.

**Nota: Todas estas tareas especificadas suponen un cómputo aproximado de 35 horas semanales.**

### **Lote 3. Metodología de trabajo**

Reuniones periódicas: semanales, mensuales, trimestrales y anuales.

- Planificación, coordinación y evaluación del plan de trabajo en una reunión mensual presencial con el departamento de comunicación de Nave 10 Matadero. Reuniones semanales de coordinación de mantenimiento WEB y RRSS, y reuniones varias de planificación con compañías, artistas y festivales programados.
- Reuniones de monitorización y evaluaciones mensuales, trimestrales y anuales e informes estratégicos de monitorización y evaluación mensuales. El informe debe detallar el alcance de la audiencia lograda por los contenidos publicados y evolución mensual, incluyendo una relación de las actividades de sus indicadores estadísticos a entregar mensualmente y por obra/compañía o espectáculo programado. En este detalle se debe incluir: Google Analytics en WEB de los Centros, correspondientes KPIs, métricas para identificar el rendimiento de acciones de emailing como parte del CRM y de las estrategias de Inbound marketing. Todo ello se presentará también en los informes correspondientes y en la Memoria final anual.
- Elaboración de calendarios de trabajo y planificación de acciones. Con la periodicidad específica correspondiente.
- Supervisión y coordinación de las funciones a realizar por parte del Departamento de Comunicación de Nave 10 Matadero.



- La empresa contratada deberá de tener disponibilidad para estar de forma presencial en los teatros siempre que así se le requiera y el tiempo necesario, además de cubrir los eventos que se pidan según lo especificado en el contrato.
- El contratista deberá establecer un procedimiento para la comunicación de urgencias e imprevistos en días no laborables.

### **Lote 3. Medios personales específicos**

- El contratista deberá contar como mínimo con una persona con una trayectoria mínima total de 5 años entre formación demostrable y experiencia en la gestión de comunicación digital en general y una trayectoria mínima de 3 años en el sector cultural, incluyendo 1 año mínimo de experiencia laboral demostrable en comunicación en el sector de las artes escénicas.
- El personal asignado por el contratista trabajará en contacto directo con el equipo de comunicación de Nave 10 Matadero.
- Para la ejecución del servicio la empresa adjudicataria destinará los recursos humanos y técnicos suficientes que garanticen su ejecución, proporcionando los perfiles adecuados y el número de personas necesarias.
- El adjudicatario se compromete a que su personal disponga de la formación y aptitudes adecuadas para el desempeño de la actividad.
- La formación y experiencia del equipo deberá acreditarse mediante certificados de asistencia a cursos y formación especializada y/o experiencia suficientemente justificada en trabajos y programas de naturaleza similar al objeto del presente pliego desarrollados en instituciones públicas y/o privadas. Además, es imprescindible que el equipo tenga conocimientos de diseño gráfico, grabación y edición de contenidos audiovisuales, buena redacción y creatividad a la hora de proponer temas y elaborar los contenidos del tipo que sean.

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.

### **2.1.4. LOTE 4. SERVICIO DE ASESORAMIENTO, ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB Y REDES SOCIALES Y APOYO A COMUNICACIÓN DE TEATRO CIRCO PRICE**

Este lote cubrirá las siguientes necesidades:

#### **Lote 4. Tareas**

Los servicios concretos de este lote serían:

#### **1. Asesoramiento en la definición y desarrollo de la estrategia de redes sociales para Teatro Circo Price**

- Evaluación del estado inicial de las RRSS y planteamientos de mejora
- Fijación de objetivos mediante KPI's establecidos por el Price y desarrollo de la estrategia anual
- Redacción de informes mensuales en base al cumplimiento de los KPIs señalados para realizar los ajustes necesarios en los planes de acción

#### **2. Gestión y mantenimiento de redes actuales y activación de nuevas propuestas**

Redes actuales: Facebook, X, Instagram, YouTube y Google My Business.

- Se llevará a cabo la puesta en marcha de perfiles de Threads y Vimeo
- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada red social, combinando las actividades del centro, así como acciones de branding
- Desarrollo de contenidos y diseño de creatividades en base al material facilitado por el centro y la cobertura directa de espectáculos y actividades, siguiendo siempre la identidad corporativa y con la supervisión del centro. Creación de contenidos de vídeo, GIFs e imágenes, para lo que se requiere conocimiento de edición de imagen y vídeo.
- Mantenimiento diario de las redes (Con una media de 3 publicaciones semanales por cada red social y el seguimiento diario de Google My Business).
- Cobertura directa (foto y vídeo) de espectáculos y actividades del centro (espectáculos, conciertos, talleres, conferencias, ruedas de prensa) – hasta una media de 1 cobertura semanal.



Se entiende por cobertura la realización de fotografías y vídeos suficientes para la comunicación del espectáculo, concierto o actividad en cuestión. Debiendo estos estar adaptados a los formatos y lenguajes de las RRSS e incluso editando los aspectos necesarios para que las piezas mantengan los estándares de comunicación del centro.

- Dinamización constante de las redes, respuesta diaria a comentarios y peticiones de información.
- Captación de públicos objetivos y fidelización de las audiencias ya existentes.
- Fidelización de los usuarios que ya nos siguen, búsqueda y contacto con nuevos públicos y grupos de interés relacionados con cada una de las actividades, espectáculos y programas del centro.
- Mantenimiento y desarrollo de base de datos de influencers y grupos de interés relacionados con cada una de las actividades para convertirlos en prescriptores del centro.
- Creación de copias y claims para publicidad en RRSS.
- Establecimiento de protocolo para la gestión de crisis. Monitoreo de quejas y/o sugerencias
- Coordinación y evaluación del plan de trabajo en 1 reunión semanal presencial con el personal del centro
- Informes de monitorización y evaluación mensuales de cada red. Se entregarán antes del quinto día laborable del siguiente mes. Informes específicos de hashtags, seguidores, prescriptores principales y evaluación de KPIs fijados
- Realización de informes web basados en estadísticas obtenidas en Google Analytics 4, o en el sistema de medición indicado por el centro, con análisis de los KPI´s fijados y propuesta de acciones para la mejora de los mismos
- Memoria anual que incluyan conclusiones y nuevas propuestas
- Seguimiento del branding y reputación online, asegurando la correcta referencia al centro en redes externas y web

### **3. Gestión de contenidos de teatrocircoprice.es**

- Apoyo puntual a la actualización de contenidos de la página web, a partir de los materiales editoriales y gráficos facilitados por el centro, incluida el Área de prensa

**Nota: El total de horas máximas de servicio anuales estimadas son 1.927'5 horas (1.867,5 horas laborales de lunes a viernes y 60 horas en días no laborables).**

### **Lote 4. Metodología de trabajo**

- Reuniones periódicas: semanales, mensuales, trimestrales y anuales.
- Planificación, coordinación y evaluación del plan de trabajo en una reunión quincenal presencial con el personal del centro.
- Reuniones de monitorización mensuales, a la entrega de los informes estratégicos. Dichos informes informe deberán contener un cuadro de mando con los KPI´s determinados por el centro y su evolución así como detallar el alcance de los contenidos publicados en las RRSS
- Elaboración de calendarios de trabajo mensuales y planificación de acciones semanal.
- El personal asignado trabajará en contacto directo con el departamento de Comunicación del Teatro Circo Price.
- La empresa contratada deberá de tener disponibilidad para estar de forma presencial en el teatro siempre que así se le requiera y el tiempo necesario, además de cubrir los eventos que se pidan según lo especificado en el contrato.
- El contratista deberá establecer un procedimiento para la comunicación de urgencias e imprevistos en días no laborables

### **Lote 4. Medios personales específicos**

Para la ejecución del servicio la empresa adjudicataria destinará los recursos humanos suficientes que garanticen su ejecución, proporcionando los perfiles adecuados y el número de personas necesarias.

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



**En todo caso el equipo de trabajo deberá contar al menos con una persona (que tenga una trayectoria mínima de cinco años de experiencia en gestión digital en general, y una trayectoria mínima de 3 años en el sector cultural, conocimientos mínimos de edición de foto y video para contenidos online, diseño gráfico, analista de web y redes sociales y social media strategic).**

La formación y experiencia del equipo deberá acreditarse mediante certificados de asistencia a cursos y formación especializada y/o experiencia suficientemente justificada en trabajos y programas de naturaleza similar al objeto del presente pliego desarrollados en instituciones públicas y/o privadas. Además, es imprescindible que el equipo tenga conocimientos de diseño gráfico, buena redacción y creatividad a la hora de proponer temas y elaborar los contenidos.

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/s persona/s en un plazo máximo de cuarenta y ocho (48) horas.

La empresa adjudicataria estará obligada a nombrar una persona como interlocutor o responsable del servicio y que actuará como interlocutor entre el responsable de los servicios de MADRID DESTINO y entre el personal de la empresa adjudicataria, encargándose de garantizar que la empresa adjudicataria cumple con las obligaciones contractuales. Asimismo, la empresa adjudicataria deberá designar un sustituto del responsable del servicio o interlocutor.

### **2.1.5. LOTE 5. SERVICIO DE ASESORAMIENTO, ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB Y REDES SOCIALES Y APOYO A COMUNICACIÓN DE FERNÁN GÓMEZ. CENTRO CULTURAL DE LA VILLA**

Este lote cubrirá las siguientes necesidades:

#### **Lote 5. Tareas**

Los servicios concretos de este servicio serían:

#### **1.1. Asesoramiento en la definición y desarrollo de una estrategia de SOCIAL MEDIA para FG.CCV**

##### **1.1.1.-**

##### **General**

- Creación, definición, implementación y ejecución del plan de Marketing Digital del Centro, y de la programación de FG.CCV, así como el reporte de los principales indicadores clave de rendimiento KPIS (Analytics).
- Identidad digital y objetivos tono y estilo de la comunicación (a definir conjuntamente con el FG.CCV).
- Plan anual de comunicación online, campañas principales, relación con otras instituciones.

##### **1.1.2.- Área de RRSS y WEB**

- Creación, definición de la imagen del Centro e implementación de la estrategia de comunicación del Centro, utilizando para ello los canales online disponibles (redes sociales, web corporativa...), en coordinación con el Centro.
- Consolidar MASA CRÍTICA en todas las plataformas. Cambio y adaptación del Look & Feel específico o general en canales y RRSS.
- Potenciación de la imagen ecléctica.
- Coordinación de la retransmisión en los canales adecuados de las actividades en streaming.
- Monitorización de la web y elaboración de informes mensuales de evaluación sobre las siguientes KPIs: tráfico, audiencia, adquisición y comportamiento.

##### **1.1.3.- Área de CRM & Inbound Marketing**

- Captación de Públicos objetivos (a definir conjuntamente con el FG.CCV según la variedad y género de la programación: música, teatro, danza, conferencias, exposiciones, teatro familiar, actividades de participación, pedagógicas...).

#### **1.2. Gestión y mantenimiento:**

##### **1.2.1.- General**



- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada red social y web
- Desarrollo de contenidos y diseño de creativities gráficas en base al material facilitado por el centro, para uso publicitario y del propio centro. Cobertura directa de actos y actividades siguiendo siempre la identidad corporativa y con la supervisión del centro.
- Manejo de las distintas herramientas con el objetivo de consolidar promociones.
- Establecimiento de protocolo para la gestión de crisis.
- Realización de cuantos informes sobre la ejecución y estado del servicio se le soliciten, con la periodicidad que se estime en cada momento (mensuales, trimestrales, anuales, o de resumen total a la finalización del servicio).

### **1.2.2.- Área de RRSS y WEB TFG**

- Desarrollo de perfiles. Redes: Facebook, X (Twitter), Instagram, YouTube. Otros: Spotify, Google My Business, LinkedIn, Vimeo. Unificación y puesta al día de las RRSS. Dinamización constante de las redes, respuesta diaria a comentarios y peticiones de información.
- Mantenimiento diario de las redes y web en días laborables, fin de semana y festivos si la actividad específica del centro lo requiere.
- Gestionar quejas Online de clientes y distribuirlas entre los departamentos correspondientes.
- Crear y gestionar los contenidos para que sean profesionales y atractivos para los canales online. Tanto escritos (copy), gráficos o audio-visuales. Optimizando el contenido para cada canal. Sistema de carga de vídeos coordinados y con “mensajes”, “cards”.
- Coordinación de contenidos en WEB y perfiles de RRSS junto con los responsables directos en cada caso (compañías programadas, productores, comisarios...) y coordinados siempre por el responsable del centro.
- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada red social, combinando los contenidos culturales nuevos del centro y la oferta de actividades y servicios.
- Cobertura directa de los eventos más destacados (ruedas de prensa, inauguraciones, estrenos teatro, danza, conciertos y demás actividades que tenga el centro). Con un mínimo de 5 actividades de artes escénicas por mes. Se dará cobertura adicional de cobertura directa de cada uno de los proyectos expositivos que acoja el centro, con un mínimo de 1 actividad por mes.
- Actualización WEB de contenidos de programación.
- Mantenimiento, monitorización y elaboración de las herramientas Google My Business, Google Calendar.
- Identificación y establecimiento de alianzas con RRSS y con posibles líneas de colaboración (otras RRSS de Madrid Destino, posibles “influencer” y el área de blogs temáticos con el objetivo de promover la actividad del centro).

### **1.2.3.- Área de CRM & Inbound Marketing**

- Asesoramiento en la implementación de técnicas y herramientas de CRM y optimización de BBDD.
- Organización, creación y envío semanal de nuevas pautas de newsletters, segmentadas y adaptadas a públicos.
- Elaboración semanal de las newsletters general de programación del centro
- Elaboración de newsletter específica de una actividad en concreto (máximo una vez al mes)
- Monitorización y elaboración de informes mensuales de evaluación del envío de las newsletters.

### **1.3. Apoyo a comunicación**

- Grabación y emisión de actividades en formato streaming, relacionadas con la programación (ruedas de prensa, pases para gráficos, estrenos, encuentros, conferencias, visitas guiadas, talleres, master clases, ensayos generales, etc.) en los canales de audio y video correspondientes,

### **1.4. Otros**

#### **1.4.1 Presentación de Estadísticas y resultados:**

Las estadísticas de Web, RRSS, newsletters: Frecuencia mensual, semestral y anual de Estadísticas KPI's, desarrollo de análisis de efectividad y evolución de los resultados para comunicación, dirección artística y gerencia.

Mantenimiento, monitorización y elaboración de informes con la versión vigente de las herramientas que sean necesarias.

Dichas estadísticas englobarán:



- **Estadísticas de redes sociales:**

Informes de monitorización y evaluación mensuales de cada red que incluyan tanto análisis cuantitativo como cualitativo y el seguimiento del impacto de las campañas promocionales y/o acciones especiales que se haya vinculado con Google Analytics. En estos informes tendrán especial importancia los seguidores; los prescriptores principales; las comparativas de periodos para ver la evolución; la evaluación de KPIs fijados; el análisis de los comentarios positivos, negativos y neutros; las conclusiones, y las recomendaciones. Se entregarán antes del quinto día laborable del siguiente mes.

- **Estadísticas de Web:**

Elaboración de informes mensuales, trimestrales y anuales de evaluación sobre las KPIs identificadas y los datos de la herramienta GA4, como visitas, tráfico, contenidos más consultados, dispositivos utilizados y backlinks. En todos estos informes siempre deben interpretarse los datos, ofrecer conclusiones y proporcionar propuestas accionables para mejorar los resultados. Se entregarán antes del quinto día laborable del siguiente mes.

#### 1.4.2 Apoyo en evolutivos del Departamento de Soporte WEB y de Marketing digital.

- **Monitorización de RRSS** y elaboración de informes mensuales, que incluyan datos, conclusiones y propuestas:

**Instagram:** Nº de seguidores actuales vs los ganados respecto al mes anterior. Publicaciones, nº de posts, publicación con mayor alcance, interacciones, nº de me gusta y de comentarios, tipología del público. Stories: nº de stories y sus visitas y tipología del público. **X:** nº de seguidores (total y nuevos con respecto al mes anterior), nº de tuits, visitas a perfil, menciones e impresiones de esos tuits. Retuits, me gusta / respuesta / promedio por día de cada baremo y tipología del público. Posible crisis y la solución dada. **Facebook:** audiencia (nº de seguidores nuevos, nº total). Nº de publicaciones, nº de impresiones y cual es la publicación con mayor alcance. Nº de reacciones, comentarios y cuantas veces ha sido compartido, y tipología del público.

- **Análisis por tipologías de audiencia.** Elaboración de un informe trimestral con acciones y objetivos a desarrollar para la captación de seguidores según la especificidad de cada canal digital. Implementación con las aplicaciones necesarias de las recomendaciones y acciones destinadas a la captación de público específico que demande la programación.

#### 1.4.3 Creación de materiales digitales:

La empresa licitadora deberá aportar sus propios equipos de trabajo que habrán de ser adecuados y suficientes para las tareas solicitadas en la licitación. Deberán contar con un equipamiento técnico mínimo, como puede ser:

- Equipo propio que permita la grabación y edición de contenido multimedia, adaptado a las distintas plataformas (a partir de los materiales que podrán ser o no facilitados por el centro).
- Cobertura móvil que permita la grabación de videos en directo en cualquier entorno.
- Programas adecuados de software de edición y realización de diseño de fotografía, video y diseño gráfico.
- Creación de formatos **específicos para RRSS** como vídeos o GIFs animados (a partir de los materiales que podrán ser o no facilitados por el centro), detallando montajes de fotos, videos, material wetransfer y emisiones en directo.

WEBS Y RRSS Festivales y otros eventos: Coordinación de áreas específicas y relativas a todo lo relacionado con Social Media cuando existan una serie de perfiles específicos de festivales y producciones artísticas de RRSS. Desarrollo y actualización de contenidos (mencionado en todos los puntos anteriores). Debido a los cambios en las programaciones anuales municipales, algunas de estas cuentas, actividades o servicios podrían desaparecer.

Todas las tareas especificadas para el lote del Fernán Gómez. Centro Cultural de la Villa **suponen un cómputo máximo estimado de 31,5 horas semanales**, de las cuales un máximo de 1,5 horas, pueden requerirse en fines de semanas, si surgen necesidades.

El total de **horas máximas de servicio anuales** estimadas son **1.638 horas** (1.560 horas laborales de lunes a viernes y 78 horas en días no laborables).



### **Lote 5. Metodología de trabajo**

- Reuniones periódicas: semanales, mensuales, trimestrales y anuales.
- Planificación, coordinación y evaluación del plan de trabajo en una reunión mensual presencial con el personal del centro. Reuniones semanales de coordinación de mantenimiento WEB y RRSS, y reuniones varias de planificación con compañías y festivales programados.
- Reuniones de monitorización y evaluaciones mensuales, trimestrales y anuales e informes estratégicos de monitorización y evaluación mensuales. El informe debe detallar el alcance de la audiencia lograda por los contenidos publicados y evolución mensual, incluyendo una relación de las actividades de sus indicadores estadísticos a entregar mensualmente y por obra/compañía o espectáculo programado. En este detalle se debe incluir: Google Analytics en WEB del Centro, correspondientes KPIs, métricas para identificar el rendimiento de acciones de emailing como parte del CRM y de las estrategias de Inbound marketing. Todo ello se presentará también en los informes correspondientes y en la Memoria final anual.
- Elaboración de calendarios de trabajo y planificación de acciones. Con la periodicidad y especificidad correspondiente.
- Supervisión y coordinación de las funciones a realizar por el Departamento de Comunicación, Marketing y de gestión de audiencias del FGCCV:
  - Gestión y mantenimiento RRSS Y WEB
  - Gestión y mantenimiento CRM & Inbound marketing.
  - Apoyo a comunicación.
- El personal asignado trabajará en contacto directo con el personal encargado de coordinar las redes desde el teatro FGCCV.
- La empresa contratada deberá de tener disponibilidad para estar de forma presencial en el teatro siempre que así se le requiera y el tiempo necesario, además de cubrir los eventos que se pidan según lo especificado en el contrato.
- El contratista deberá establecer un procedimiento para la comunicación de urgencias e imprevistos en días no laborables

### **Lote 5. Medios personales específicos**

Para la ejecución del servicio la empresa adjudicataria destinará los recursos humanos suficientes que garanticen su ejecución, proporcionando los perfiles adecuados y el número de personas necesarias.

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

**En todo caso el equipo de trabajo deberá contar al menos con una persona (que tenga una trayectoria mínima de cinco años de experiencia en gestión digital en general, y una trayectoria mínima de 3 años en el sector cultural, conocimientos mínimos de edición de foto y video para contenidos online, diseño gráfico, analista de web y redes sociales y social media strategic).**

La formación y experiencia del equipo deberá acreditarse mediante certificados de asistencia a cursos y formación especializada y/o experiencia suficientemente justificada en trabajos y programas de naturaleza similar al objeto del presente pliego desarrollados en instituciones públicas y/o privadas. Además, es imprescindible que el equipo tenga conocimientos de diseño gráfico, buena redacción y creatividad a la hora de proponer temas y elaborar los contenidos.

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/s persona/s en un plazo máximo de cuarenta y ocho (48) horas.

La empresa adjudicataria estará obligada a nombrar una persona como interlocutor o responsable del servicio y que actuará como interlocutor entre el responsable de los servicios de MADRID DESTINO y entre el personal de la empresa adjudicataria, encargándose de garantizar que la empresa adjudicataria cumple



con las obligaciones contractuales. Asimismo, la empresa adjudicataria deberá designar un sustituto del responsable del servicio o interlocutor.

### **2.1.6. LOTE 6. SERVICIO DE ASESORAMIENTO, ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB Y REDES SOCIALES Y APOYO A COMUNICACIÓN DE ESPACIO ABIERTO. QUINTA DE LOS MOLINOS**

Este lote cubrirá las siguientes necesidades:

#### **Lote 6. Tareas**

Este lote cubrirá las siguientes necesidades:

##### **1. Gestión web (espacioabiertoqm.com)**

- Actualización de la home de Espacio Abierto durante los fines de semana, festivos y durante los períodos de ausencia de la persona que gestiona temas de la comunicación del centro.
- Actualización de contenidos de la página web, siguiendo las indicaciones de la persona que gestiona temas de la comunicación del centro una vez por semana.
- Publicación de la programación en la página web coincidentes de manera general con las presentaciones de la programación, que suelen coincidir con otoño, Navidad, invierno, primavera y verano, pero que se comunicarán previamente al adjudicatario.

##### **2. Gestión de e-mail marketing**

- Redacción, edición y envío de un máximo de tres newsletters mensuales en coordinación con la persona que gestiona temas de comunicación del centro que se comunicarán previamente al adjudicatario.

##### **3. Gestión en redes sociales**

- Implementación del plan estratégico de comunicación de Espacio Abierto, incluyendo plan de captación de públicos objetivos y asesoramiento en la definición y desarrollo de estrategia en RRSS, junto con quien gestiona temas de comunicación del centro. Se realizará una reunión mensual de coordinación y evaluación del plan de trabajo, en Espacio Abierto, virtual o telefónica.
- Envío de propuestas semanales para las redes sociales de Espacio Abierto: Facebook, Twitter, Instagram, y en nuevas redes sociales que podamos implementar a medio y/o largo plazo, a la persona que gestiona temas de comunicación en el centro, los miércoles de cada semana, en horario de oficina, entre las 10 y las 15 horas.
- Publicación de contenidos en redes, una vez aprobada la propuesta, durante los días de apertura del centro, de miércoles a domingo.
- Subida de imágenes y vídeos en Flickr y/o Vimeo una vez a la semana.
- Gestión y dinamización diaria de las redes sociales de Espacio Abierto, de miércoles a domingo, coincidiendo con los días de apertura del centro. Especialmente viernes, sábados y domingos y de forma excepcional, lunes, martes y/o festivos, tras acordarlo con la persona que gestiona la comunicación en el centro, hasta un máximo de 5 al año, en un horario acordado previamente con el adjudicatario.
- Respuesta diaria, y a la mayor brevedad posible, a comentarios y/o solicitudes de información: de miércoles a domingo, coincidiendo con los días de apertura del centro. Especialmente viernes, sábados y domingos, que es cuando más afluencia de público hay en Espacio Abierto y más dudas nos trasladan de manera pública y a través de mensajes privados.
- Identificar y hacer seguimiento de posibles quejas y/o sugerencias, cuando surjan, y avisar de las mismas para prevenir posibles crisis de comunicación. Así como gestión de crisis, llegado el caso, siguiendo el

protocolo de actuación siempre bajo la coordinación y supervisión con la persona que gestiona temas de la comunicación del centro.

- Fidelización mensual de nuestros seguidores y búsqueda y contacto con nuevos públicos y grupos de interés relacionados con cada una de las actividades, espectáculos y programas del centro. Insistir en el público adolescente y generar una comunidad en línea con las áreas del sector cultural: hablando con ellos, investigando qué les interesa, qué les preocupa, qué tipo de lenguaje y herramientas de comunicación usan, a qué horarios publican, a quién siguen, quiénes son sus referentes, etc.
- Más allá de publicar las actividades de Espacio Abierto, es importante generar una comunidad con las distintas áreas del sector cultural dedicado a la infancia y a la adolescencia y hacer un seguimiento de las compañías, talleristas, público y colaboradores. En definitiva, establecer una comunicación continuada con la #ComunidadQuinta interactuando con sus publicaciones (aunque no estén directamente relacionados con Espacio Abierto), dándoles likes, comentando, interactuando y construyendo una relación digital estrecha y viva. Por ejemplo: si una compañía de teatro está nominada a unos premios, estrena un nuevo espectáculo, participan en un congreso o encuentro cuya temática esté relacionada con el centro (cultura, infancia, educación), comentar, dar la enhorabuena y/o interactuar desde las redes de Espacio Abierto.
- Búsqueda y actualización de fechas clave (ej, días internacionales relacionados con el centro y su filosofía: Día Internacional del Niño, Día de las Familias, Día del Teatro, Danza, Educación). Se enviará una propuesta anual que se irá revisando mensualmente.
- Directos de Instagram, creación y/o difusión de eventos en Facebook o a través de nuevas redes sociales que podamos implementar a medio y/o largo plazo, cuando la actividad lo requiera (máximo 5 al año).
- Desarrollo de contenidos y diseño de creatividades gráficas en base al material facilitado por la persona que gestiona temas de comunicación de Espacio Abierto, siguiendo siempre la identidad corporativa del centro y de Madrid Destino. Creación de contenidos de vídeo, GIFs y cualquier tipo de creatividad, para lo que se requiere conocimiento de edición de imagen y vídeo, máximo 3 al año.
- Cubrir presentaciones, actividades, espectáculos y/o talleres para la obtención de recursos gráficos y seguimiento de los mismos de miércoles a domingo, coincidiendo con los días de apertura del centro. Especialmente viernes, sábados y domingos, que es cuando más actividad hay. Excepcionalmente se podrá solicitar cubrir algún evento o presentación coincidiendo con los días de cierre del centro, lunes o martes, que será acordado con el adjudicatario previamente, sustituyendo una de las visitas mensuales. Mínimo 3 visitas al mes y máximo 5.

#### **4. Informes**

##### **• Redes**

Informes de monitorización y evaluación mensuales de cada red que incluyan tanto análisis cuantitativo como cualitativo y el seguimiento del impacto de las campañas promocionadas y/o acciones especiales que se hayan vinculado con Google Analytics. En estos informes tendrán especial importancia los seguidores; los prescriptores principales; las comparativas de periodos para ver la evolución; la evaluación de KPIs fijados; el análisis de los comentarios positivos, neutros y negativos; las conclusiones; y las recomendaciones. Se entregarán antes del quinto día laborable del siguiente mes.

##### **• Web**

Elaboración de informes mensuales, trimestrales y anuales de evaluación sobre las KPIs identificadas y los datos de la herramienta GA4, como visitas, tráfico, contenidos más consultados, dispositivos utilizados y backlinks. En todos estos informes siempre deben interpretarse los datos, ofrecer conclusiones y proporcionar propuestas accionables para mejorar los resultados. Se entregarán antes del quinto día laborable del siguiente mes.



## 5. Apoyo en la comunicación

- Apoyo en presentaciones y encuentros con prensa (máximo 3 al año).
- Revisión y actualización de BBDD y volcado de nuevos contactos y actualización en plataforma de e-mailing correspondiente.

### **Lote 6. Metodología de trabajo**

- Comunicación directa con la responsable de comunicación de Espacio Abierto de miércoles a viernes y también durante los fines de semana, si fuera necesario.
- Elaboración de calendarios semanales y estrategias concretas de comunicación online para actividades puntuales.
- El personal asignado trabajará en contacto directo con la responsable de comunicación del Centro.

### **Lote 6. Medios personales específicos**

Para la ejecución del servicio la empresa adjudicataria destinará los recursos humanos suficientes que garanticen su ejecución, proporcionando los perfiles adecuados y el número de personas necesarias para ello.

El adjudicatario se compromete a que su personal disponga de la formación, experiencia y aptitudes adecuadas para el desempeño de la actividad. Así como a disponer de los equipos técnicos y las licencias necesarias para el desarrollo de las funciones especificadas en el contrato.

En todo caso, el equipo de trabajo deberá disponer de al menos cinco años de experiencia en gestión de redes sociales, gestión de crisis y formación específica en redes sociales. Además, es imprescindible que el equipo tenga conocimientos y experiencia en diseño gráfico y en edición de foto y vídeo, buena redacción y creatividad a la hora de proponer temas y elaborar los contenidos, así como proactividad para proponer acciones e iniciativas.

La formación y experiencia del equipo deberá acreditarse mediante certificados de asistencia a cursos y formación especializada y/o experiencia suficientemente justificada en trabajos y programas de naturaleza similar al objeto del presente pliego desarrollados en instituciones públicas y/o privadas.

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/s persona/s en un plazo máximo de cuarenta y ocho (48) horas.

### **2.1.7. LOTE 7. SERVICIO DE ASESORAMIENTO, ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB Y REDES SOCIALES Y APOYO A COMUNICACIÓN DE MATADERO MADRID**

Este lote cubrirá las siguientes necesidades:

#### **Lote 7. Tareas**

Los servicios concretos de este lote serían:

##### **1. Gestión de perfiles en redes sociales Matadero Madrid**

- Redes y plataformas: Facebook, X, Instagram, Vimeo, Youtube, Flickr, Issuu, Ivoox, Spotify
- Plan estratégico anual de comunicación en RRSS incluyendo plan de captación de públicos objetivo y asesoramiento en la definición y desarrollo de estrategia en RRSS.
- Gestión de crisis. Protocolo de actuación.



- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada RRSS combinando contenidos de programación, editorial y de servicios.
- Mantenimiento diario de las redes en días laborables y en fin de semana:
  - Facebook: mínimo dos publicaciones al día, creación de eventos y seguimiento y respuesta a mensajes directos.
  - X: mínimo dos publicaciones al día, retuits y seguimiento y respuesta a menciones y mensajes directos.
  - Instagram: mínimo una publicación al día en Feed y dos publicaciones al día en stories, seguimiento y respuesta a mensajes directos.
- Cobertura directa (foto y vídeo) de actividades en el centro (talleres, encuentros, ruedas de prensa, inauguraciones, conciertos) para la obtención de recursos gráficos y emisión en directo. Máximo 5 actividades al mes.
- Estrategia de publicidad en RRSS y asesoramiento en la redacción de briefing para dos campañas especiales anuales.
- Elaboración de campañas para programas y proyectos específicos o patrocinados. Se solicitará la generación de un informe de estrategia y la propuesta de ejecución y dinamización en el resto de perfiles de Matadero Madrid (máximo 2 campañas al mes).
- Informes de seguimiento mensuales e informe anual de evaluación sobre las siguientes KPIs. Las entregas de los informes mensuales se realizarán antes del día 5 de cada mes. El informe anual se entregará antes del día 15 de enero del año en curso.
  - X
    - Resumen mensual: Tamaño actual de la audiencia (nº total de seguidores) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior / Nº de tuits / Impresiones de tuits / Visitas al perfil / Menciones
    - Destacados: Tuit principal / Mención principal / Tuit con contenido multimedia principal / Seguidor principal
    - Tuits: Clics en el enlace / Retuits / Me gusta / Respuesta / Promedio por día de cada baremo
    - Publicaciones destacadas: 3 tuits con más impresiones / 3 tuits con mayor interacción
    - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
  - FACEBOOK
    - Audiencia: Tamaño actual (nº total de seguidores) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior
    - Publicaciones: Nº de publicaciones / Nº de impresiones / Publicación con mayor alcance / Publicación con mayor interacción
    - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
    - Alcance: Rendimiento del alcance total medio en comparación con el periodo anterior.
    - Interacción: Nº de reacciones / comentarios / veces compartido
    - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
  - INSTAGRAM
    - Audiencia: nº de seguidores actuales / nº de seguidores ganados respecto al mes anterior
    - Publicaciones: Nº de Posts / Publicación con mayor alcance / Interacciones / Nº de Me Gusta / Nº de comentarios
    - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
    - Alcance: Publicación con mayor alcance / Story con mayor alcance
    - Stories: Nº de stories / Nº de vistas en las stories
    - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó.
- Creación de un nuevo canal para el centro en TikTok. Elaboración de estrategia de publicaciones y asesoramiento en el arranque y desarrollo de la actividad en el nuevo canal.
- Mantenimiento del archivo fotográfico de Matadero en Flickr, abono de la suscripción anual a la plataforma (importe estimado 85 € + IVA), recopilación y subida de imágenes.
- Mantenimiento del archivo audiovisual de Matadero Madrid en Vimeo, abono de la suscripción anual Pro a la plataforma (importe estimado 85 € + IVA), recopilación y subida de vídeos.
- Mantenimiento del archivo de publicaciones de Matadero en Issuu, abono de la suscripción anual a la plataforma (importe estimado 250 € + IVA), recopilación y subida de imágenes.



- Mantenimiento del archivo de audio de Matadero Madrid en Ivoox, abono de la suscripción anual Pro a la plataforma (importe estimado anual 85 € + IVA), recopilación y subida de vídeos.
- 
- 2. Gestión de redes sociales de Intermediae Matadero**
- Redes: Facebook, X, Instagram, Youtube, Flickr
- Plan estratégico anual de comunicación en RRSS incluyendo plan de captación de públicos objetivo y asesoramiento en la definición y desarrollo de estrategia en RRSS.
- Gestión de crisis. Protocolo de actuación.
- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada RRSS combinando contenidos de programación, editorial y de servicios.
- Mantenimiento diario de las redes en días laborables y en fin de semana:
  - Facebook: mínimo dos publicaciones al día, creación de eventos y seguimiento y respuesta a mensajes directos.
  - X: mínimo dos publicaciones al día, retuits y seguimiento y respuesta a menciones y mensajes directos.
  - Instagram: mínimo una publicación al día en Feed y dos publicaciones al día en stories, seguimiento y respuesta a mensajes directos.
- Cobertura directa (foto y vídeo) de actividades en el centro (talleres, encuentros, ruedas de prensa, inauguraciones, conciertos). Máximo 5 actividades al mes.
- Desarrollo de contenidos y diseño de creativities en base al material facilitado por el centro siguiendo siempre la identidad corporativa y con la supervisión del centro.
- Cobertura directa de actividades para la obtención de recursos gráficos y emisión en directo. Máximo 5 actividades al mes.
- Elaboración de campañas para programas o proyectos específicos. Se solicitará la generación de un informe de estrategia y la propuesta de ejecución y dinamización en el resto de perfiles de Matadero Madrid (máximo 2 al mes).
- Mantenimiento del archivo fotográfico de Intermediae en Flickr, abono de la suscripción anual a la plataforma (importe estimado 85 € + IVA), recopilación y subida de imágenes.
- Informes de seguimiento mensuales e informe anual de evaluación sobre las siguientes KPIs. Las entregas de los informes mensuales se realizarán antes del día 5 de cada mes. El informe anual se entregará antes del día 15 de enero del año en curso.
  - X
    - Resumen mensual: Tamaño total de la audiencia (nº de seguidores actuales) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior / Nº de tuits / Impresiones de tuits / Visitas al perfil / Menciones
    - Destacados: Tuit principal / Mención principal / Tuit con contenido multimedia principal / Seguidor principal
    - Tuits: Clics en el enlace / Retuits / Me gusta / Respuesta / Promedio por día de cada baremo
    - Publicaciones destacadas: 3 tuits con más impresiones / 3 tuits con mayor interacción
    - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
  - FACEBOOK
    - Audiencia: Tamaño actual de la audiencia (nº total de seguidores) / Seguidores ganados respecto al mes anterior
    - Publicaciones: Nº de publicaciones / Nº de impresiones / Publicación con mayor alcance / Publicación con mayor interacción
    - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
    - Alcance: Rendimiento del alcance total medio en comparación con el periodo anterior.
    - Interacción: Nº de reacciones / comentarios / veces compartido
    - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
  - INSTAGRAM
    - Audiencia: nº de seguidores actuales / nº de seguidores ganados respecto al mes anterior
    - Publicaciones: Nº de Posts / Publicación con mayor alcance / Interacciones / Nº de Me Gusta / Nº de comentarios
    - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
    - Alcance: Publicación con mayor alcance / Storie con mayor alcance



- Stories: N° de stories / N° de vistas en las stories
- Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó

### **3. Gestión de perfiles en redes sociales Centro de Residencias Artísticas.**

- Redes: Facebook, Instagram
- Plan estratégico anual de comunicación en RRSS incluyendo plan de captación de públicos objetivo y asesoramiento en la definición y desarrollo de estrategia en RRSS.
- Gestión de crisis. Protocolo de actuación.
- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada red social, combinando los contenidos culturales del centro y la oferta de actividades y servicios.
- Mantenimiento diario de las redes en días laborables y en fin de semana:
  - Facebook: mínimo dos publicaciones al día, creación de eventos y seguimiento y respuesta a mensajes directos.
  - Instagram: mínimo una publicación al día en Feed y dos publicaciones al día en stories, seguimiento y respuesta a mensajes directos.
- Cobertura directa (foto y vídeo) de actividades en el centro (talleres, encuentros, ruedas de prensa, inauguraciones, conciertos). Máximo 5 actividades al mes.
- Desarrollo de contenidos y diseño de creativities en base al material facilitado por el centro siguiendo siempre la identidad corporativa y con la supervisión del centro.
- Informes de seguimiento mensuales e informe anual de evaluación sobre las siguientes KPIs. Las entregas de los informes mensuales se realizarán antes del día 5 de cada mes. El informe anual se entregará antes del día 15 de enero del año en curso.
- FACEBOOK
  - Audiencia: Tamaño actual (n° total de seguidores) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior
  - Publicaciones: N° de publicaciones / N° de impresiones / Publicación con mayor alcance / Publicación con mayor interacción
  - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
  - Alcance: Rendimiento del alcance total medio en comparación con el periodo anterior.
  - Interacción: N° de reacciones / comentarios / veces compartido
  - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
- INSTAGRAM
  - Audiencia: n° de seguidores actuales / n° de seguidores ganados respecto al mes anterior
  - Publicaciones: N° de Posts / Publicación con mayor alcance / Interacciones / N° de Me Gusta / N° de comentarios
  - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
  - Alcance: Publicación con mayor alcance / Storie con mayor alcance
  - Stories: N° de stories / N° de vistas en las stories
  - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó

### **4. Gestión de perfiles en redes sociales Cineteca Madrid**

- Redes: Facebook, X, Instagram, Youtube
- Plan estratégico anual de comunicación en RRSS incluyendo plan de captación de públicos objetivo y asesoramiento en la definición y desarrollo de estrategia en RRSS.
- Gestión de crisis. Protocolo de actuación.
- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada RRSS combinando contenidos de programación, editorial y de servicios.
- Mantenimiento diario de las redes en días laborables y en fin de semana:
  - Cobertura directa (foto y vídeo) de actividades en el centro (talleres, encuentros, ruedas de prensa, inauguraciones, conciertos). Máximo 5 actividades al mes.
  - Desarrollo de contenidos y diseño de creativities en base al material facilitado por el centro siguiendo siempre la identidad corporativa y con la supervisión del centro.
- Creación de un nuevo canal para el centro en TikTok. Elaboración de estrategia de publicaciones y asesoramiento en el arranque y desarrollo de la actividad en el nuevo canal.
- Cobertura directa de actividades para la obtención de recursos gráficos y emisión en directo. Máximo 5 actividades al mes.
- Estrategia de publicidad online y asesoramiento en la redacción de briefing para dos campañas especiales anuales.



- Elaboración de campañas para programas o proyectos específicos. Se solicitará la generación de un informe de estrategia y la propuesta de ejecución y dinamización (máximo 2 al mes).
- 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 (máximo 2 al mes).
- Mantenimiento del archivo audiovisual de Cineteca Madrid en Youtube, recopilación y subida de vídeos.
- Informes de seguimiento mensuales e informe anual de evaluación sobre las siguientes KPIs. Las entregas de los informes mensuales se realizarán antes del día 5 de cada mes. El informe anual se entregará antes del día 15 de enero del año en curso.
  - X
    - Resumen mensual: Tamaño total de la audiencia (nº de seguidores actuales) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior / Nº de tuits / Impresiones de tuits / Visitas al perfil / Menciones
    - Destacados: Tuit principal / Mención principal / Tuit con contenido multimedia principal / Seguidor principal
    - Tuits: Clics en el enlace / Retuits / Me gusta / Respuesta / Promedio por día de cada baremo
    - Publicaciones destacadas: 3 tuits con más impresiones / 3 tuits con mayor interacción
    - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
  - FACEBOOK
    - Audiencia: Tamaño actual de la audiencia (nº total de seguidores) / Seguidores ganados respecto al mes anterior
    - Publicaciones: Nº de publicaciones / Nº de impresiones / Publicación con mayor alcance / Publicación con mayor interacción
    - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
    - Alcance: Rendimiento del alcance total medio en comparación con el periodo anterior.
    - Interacción: Nº de reacciones / comentarios / veces compartido
    - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
  - INSTAGRAM
    - Audiencia: nº de seguidores actuales / nº de seguidores ganados respecto al mes anterior
    - Publicaciones: Nº de Posts / Publicación con mayor alcance / Interacciones / Nº de Me Gusta / Nº de comentarios
    - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
    - Alcance: Publicación con mayor alcance / Storie con mayor alcance
    - Stories: Nº de stories / Nº de vistas en las stories
    - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó

## 5. Gestión de perfiles en redes sociales Documenta Madrid

- Redes: Facebook, X, Instagram, Youtube
- Plan estratégico anual de comunicación en RRSS incluyendo plan de captación de públicos objetivo y asesoramiento en la definición y desarrollo de estrategia en RRSS.
- Gestión de crisis. Protocolo de actuación.
- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada RRSS combinando contenidos de programación, editorial y de servicios.
- Mantenimiento diario de las redes en días laborables y en fin de semana:
  - Facebook: mínimo dos publicaciones al día, creación de eventos y seguimiento y respuesta a mensajes directos.
  - X: mínimo dos publicaciones al día, retuits y seguimiento y respuesta a menciones y mensajes directos.
  - Instagram: mínimo una publicación al día en Feed y dos publicaciones al día en stories, seguimiento y respuesta a mensajes directos.
- Desarrollo de contenidos y diseño de creatividades en base al material facilitado por el Festival siguiendo siempre la identidad corporativa y con la supervisión del equipo del Festival.
- Cobertura directa (foto y vídeo) de actividades del Festival durante el mes de celebración del festival, así como de los meses inmediatamente anterior y posterior.

- Cobertura directa de actividades para la obtención de recursos gráficos y emisión en directo. Máximo 10 actividades en el mes de celebración del festival.
- Estrategia de publicidad online y asesoramiento en la redacción de briefing para una campaña al año.
- Mantenimiento del archivo audiovisual de Documenta Madrid en Youtube, recopilación y subida de vídeos.
- Informes de seguimiento mensuales e informe anual de evaluación sobre las siguientes KPIs. Las entregas de los informes mensuales se realizarán antes del día 5 de cada mes. El informe anual se entregará antes del día 15 de enero del año en curso.
  - X
    - Resumen mensual: Tamaño total de la audiencia (nº de seguidores actuales) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior / Nº de tuits / Impresiones de tuits / Visitas al perfil / Menciones
    - Destacados: Tuit principal / Mención principal / Tuit con contenido multimedia principal / Seguidor principal
    - Tuits: Clics en el enlace / Retuits / Me gusta / Respuesta / Promedio por día de cada baremo
    - Publicaciones destacadas: 3 tuits con más impresiones / 3 tuits con mayor interacción
    - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
    - Conclusiones
  - FACEBOOK
    - Audiencia: Tamaño actual de la audiencia (nº total de seguidores) / Seguidores ganados respecto al mes anterior
    - Publicaciones: Nº de publicaciones / Nº de impresiones / Publicación con mayor alcance / Publicación con mayor interacción
    - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
    - Alcance: Rendimiento del alcance total medio en comparación con el periodo anterior.
    - Interacción: Nº de reacciones / comentarios / veces compartido
    - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
    - Conclusiones
  - INSTAGRAM
    - Audiencia: nº de seguidores actuales / nº de seguidores ganados respecto al mes anterior
    - Publicaciones: Nº de Posts / Publicación con mayor alcance / Interacciones / Nº de Me Gusta / Nº de comentarios
    - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
    - Alcance: Publicación con mayor alcance / Storie con mayor alcance
    - Stories: Nº de stories / Nº de vistas en las stories
    - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
    - Conclusiones

### 3. Gestión en redes sociales de Medialab Matadero

#### 2.1.8.

- Gestión de los canales de Medialab en RRSS: Facebook, X, Instagram, Youtube, Vimeo, Ivoox
- Desarrollo de calendarios mensuales editoriales independientes para cada red social.
- Desarrollo de contenidos y diseño de creatividades gráficas en base al material facilitado por el equipo de Medialab y la cobertura directa de actos y actividades, siguiendo siempre la identidad corporativa y con la supervisión del equipo de Medialab.
- Diseño de campañas específicas de comunicación por proyectos, dando especial difusión a las diferentes convocatorias de los mismos (proyectos y colaboraciones).
- Realización de cuantos informes sobre la ejecución y estado del servicio se le soliciten, con la periodicidad que se estime en cada momento.
- Mantenimiento diario de las redes en días laborables, fines de semana y festivos si la actividad específica del Centro lo requiere. (Mínimo: FB 2 publicaciones/día, X 2-3/día, Instagram 4-5/semana).
- Monitorización de la conversación en redes sociales, dinamización constante, respuesta diaria a comentarios y peticiones de información.

- Creación y gestión de contenidos para que sean profesionales y atractivos para los canales online. Tanto escritos (copy), gráficos o audiovisuales, optimizando el contenido para cada canal. Sistema de carga de vídeos coordinados y con mensajes.
- Cobertura directa de los eventos más destacados, con un máximo de 2 actividades por semana, que incluirán uno o varios posts en Facebook, X e Instagram, en tablón y en stories.
- Informes de seguimiento mensuales e informe semestral de evaluación. Las entregas de los informes mensuales se realizarán antes del día 5 de cada mes. Los informes semestrales se entregarán antes del día 15 de julio (comprenderá el periodo entre enero y junio) y antes del 15 de enero (comprenderá el periodo entre julio y diciembre). Los informes deben consignar las siguientes KPIs:
  - TWITTER
    - Resumen mensual: Tamaño actual de la audiencia (nº total de seguidores) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior / Nº de tuits / Impresiones de tuits / Visitas al perfil / Menciones
    - Destacados: Tuit principal / Mención principal / Tuit con contenido multimedia principal / Seguidor principal
    - Tuits: Clics en el enlace / Retuits / Me gusta / Respuesta / Promedio por día de cada baremo
    - Publicaciones destacadas: 3 tuits con más impresiones / 3 tuits con mayor interacción
    - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
    - Conclusiones
  - FACEBOOK
    - Audiencia: Tamaño actual (nº total de seguidores) / Nuevos seguidores respecto al mes anterior
    - Publicaciones: Nº de publicaciones / Nº de impresiones / Publicación con mayor alcance / Publicación con mayor interacción
    - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
    - Alcance: Rendimiento del alcance total medio en comparación con el periodo anterior.
    - Interacción: Nº de reacciones / comentarios / veces compartido
    - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
    - Conclusiones
  - INSTAGRAM
    - Audiencia: nº de seguidores actuales / nº de seguidores ganados respecto al mes anterior
    - Publicaciones: Nº de Posts / Publicación con mayor alcance / Interacciones / Nº de Me Gusta / Nº de comentarios
    - Publicaciones destacadas: 3 posts con más impresiones / 3 posts con mayor interacción
    - Alcance: Publicación con mayor alcance / Story con mayor alcance
    - Stories: Nº de stories / Nº de vistas en las Stories
    - Posibles crisis a destacar y la solución por la que se optó
    - Conclusiones
- Mantenimiento del archivo fotográfico de Medialab en Flickr, abono de la suscripción anual a la plataforma (importe estimado 85 € + IVA), recopilación y subida de imágenes.
- Mantenimiento del archivo audiovisual de Medialab en Vimeo, abono de la suscripción anual Pro a la plataforma (importe estimado 85 € + IVA), recopilación y subida de vídeos.

### **Lote 7. Metodología de trabajo**

- El personal asignado por el contratista trabajará en contacto directo con el equipo de comunicación de Matadero Madrid, quien llevará a cabo la supervisión y coordinación de todas las funciones a realizar.
- El contratista deberá establecer una herramienta eficiente para la compartición de los contenidos de comunicación con el equipo de Matadero Madrid y su posterior revisión y aprobación.
- El contratista deberá crear calendarios de contenidos mensuales por programa/institución y canal de comunicación (web, RRSS y newsletters)
- Se realizará una reunión semanal presencial en el centro o por videollamada con el equipo de comunicación de Matadero para revisión de los calendarios de publicaciones.
- Se realizará una reunión trimestral presencial o por videollamada para exposición de plan de trabajo trimestral.



- Se podrán realizar reuniones específicas para la planificación de la estrategia de comunicación digital de grandes eventos o con socios y patrocinadores de los mismos.
- La empresa contratada deberá de tener disponibilidad para acudir de forma presencial al centro siempre que así se le requiera y el tiempo necesario, además de cubrir los eventos que se pidan según lo especificado en el contrato.
- El contratista deberá establecer un procedimiento para la comunicación de urgencias e imprevistos en días no laborables

### **Lote 7. Medios personales específicos**

Para la ejecución del servicio la empresa adjudicataria destinará los recursos humanos suficientes que garanticen su ejecución, proporcionando los perfiles adecuados y el número de personas necesarias.

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

En todo caso, el equipo de trabajo deberá contar con al menos un perfil que cumpla una experiencia mínima de 5 años en la gestión de comunicación digital en cualquier sector comercial y una experiencia mínima de 3 años en el sector cultural, conocimientos mínimos de edición de foto y vídeo para contenidos online, diseño gráfico, analíticas web y de redes sociales y estrategia en Social Media.

La experiencia en el sector cultural superior a la mínima requerida será objeto de valoración de conformidad con el Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

La formación y experiencia del equipo deberá acreditarse mediante certificados de asistencia a cursos y formación especializada y/o experiencia suficientemente justificada en trabajos y programas de naturaleza similar al objeto del presente pliego desarrollados en instituciones públicas y/o privadas.

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/s persona/s en un plazo máximo de cuarenta y ocho (48) horas.

La empresa adjudicataria estará obligada a nombrar una persona como interlocutor o responsable del servicio y que actuará como interlocutor entre el responsable de los servicios de MADRID DESTINO y entre el personal de la empresa adjudicataria, encargándose de garantizar que la empresa adjudicataria cumple con las obligaciones contractuales. Asimismo, la empresa adjudicataria deberá designar un sustituto del responsable del servicio o interlocutor.

#### **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 y el equipo técnico que utilizará y que debería ser adecuado y suficiente para las tareas solicitadas en la licitación. En todo caso, deberán contar con el siguiente equipamiento técnico mínimo:



- Equipo propio que permita la grabación y edición de contenido multimedia, adaptado a las distintas plataformas: ordenador, teléfono móvil con cámara de una resolución adecuada, trípode, estabilizador de cámara.
- Cobertura móvil máxima, que permita la grabación de vídeos en directo en cualquier entorno.
- Programas adecuados de software de edición y realización de fotografía y vídeos, y de diseño gráfico (ejemplos: paquete Adobe: Photoshop, InDesign, Premiere Pro)
- Aplicaciones móviles para la edición rápida de texto, fotos y vídeos y creación de contenido inmediato para redes (ejemplos: Canva, InShot)
- Programas para el análisis de datos y control de la audiencia (ejemplos: Google Analytics, Tweetdeck, Meta, SEMrush, Metricool)
- Herramientas de marketing digital, planificación y gestión contenidos, y predicciones como Hootsuite.

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.

El lugar de desarrollo del trabajo de los equipos asignados será el habitual de trabajo del proveedor sin perjuicio de que tenga que acudir a las instalaciones de Madrid Centro, los propios centros o sitios donde se organicen actividades tanto para cubrir las actividades in situ que se celebran en ellos como para cuantas reuniones se estimen oportunas por parte del responsable del contrato.

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 informes y trabajos previstos en el pliego, 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 necesidades de ejecución de los trabajos y las posibles incidencias.

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.
- Las conexiones externas que deban realizarse por necesidades del servicio se realizarán bien mediante VPN controladas por Madrid Destino, bien fuera de la red 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 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.

### 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. Asimismo, la empresa adjudicataria deberá designar un sustituto del responsable del servicio o interlocutor.

### 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 enero, así como de las que se promulguen durante la ejecución del contrato.

El adjudicatario de la prestación cumplirá en todos sus ámbitos con la normativa vigente en materia laboral y de Seguridad Social, incluyendo la normativa sobre prevención de riesgos laborales establecida en el presente Pliego.

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 Particulares, Anexo VIII.

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.

La presente contratación no tiene asociada relación de personal a subrogar.

A la extinción del contrato, no podrá producirse en ningún caso la consolidación de las personas que hayan realizado los trabajos objeto del contrato, como personal del ente, organismo o entidad del sector público contratante.

El personal contratado por el adjudicatario dependerá única y exclusivamente del mismo, el cual tendrá todos los derechos y obligaciones respecto al citado personal sin que en ningún caso resulte responsable MADRID DESTINO de las obligaciones existentes entre ellos.

El adjudicatario deberá acreditar, mediante declaración responsable, la afiliación y el alta en la Seguridad Social de las personas trabajadoras destinadas a la ejecución del contrato. Esta obligación se extenderá a todo el personal subcontratado por la entidad adjudicataria principal, destinado a la ejecución del contrato. Para la acreditación del cumplimiento de esta obligación, la entidad adjudicataria aportará una declaración responsable al efecto, al inicio del contrato, en la que se señale que las personas trabajadoras destinadas a la ejecución del mismo se encuentran afiliadas y dadas de alta en la Seguridad Social.

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

En caso de accidente o perjuicio de cualquier género ocurrido al personal con ocasión del ejercicio de sus trabajos, la empresa adjudicataria cumplirá lo dispuesto en las normas vigentes bajo su responsabilidad, sin que ésta alcance, en modo alguno, a MADRID DESTINO.

## 6. CLÁUSULAS SOCIALES

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

El incumplimiento de las mismas generará la imposición de penalidades de conformidad con en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, (Anexo I).

1.- El adjudicatario del contrato estará obligado a 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*.

En el cumplimiento del presente contrato se tendrá en cuenta lo establecido en la Convención de Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con diversidad funcional, así como los criterios de accesibilidad universal y de diseño universal o diseño para todas las personas, tal como son definidos estos términos en el TRLGDPD.



Para su acreditación será necesaria una declaración responsable de la empresa.

**2.-** En toda documentación, publicidad, imagen o materiales especiales que, en su caso, deban aportar los licitadores o que sean necesarios para la ejecución del contrato, deberán 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.

Corresponderá a la persona responsable del contrato de MADRID DESTINO la comprobación del cumplimiento de esta obligación, a cuyo fin llevará a cabo la revisión de documentación, así como de cualquier otro soporte que garantice en cumplimiento de esta obligación.

**3. En materia de seguridad y salud laboral.** La empresa adjudicataria tiene la obligación de adoptar las medidas de seguridad y salud en el trabajo que sean obligatoria para prevenir de manera rigurosa los riesgos que puedan 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.

De conformidad con lo anterior, el adjudicatario está obligado a respetar y cumplir la normativa vigente en materia laboral, de seguridad social, de integración social de minusválidos y de prevención de riesgos laborales, conforme a lo dispuesto en la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, sobre Prevención de Riesgos Laborales y en el Reglamento de los Servicios de Prevención, aprobado por Real Decreto 39/1997, de 17 de enero. Igualmente es de aplicación el Real Decreto 773/1997, 30 de mayo sobre disposiciones mínimas de seguridad y salud relativas a la utilización por los trabajadores de equipos de protección individual, así como el Real Decreto 171/2004, de 30 de enero, de coordinación de actividades empresariales, y toda aquella normativa que sea de aplicación y/o se promulgue durante la vigencia del presente procedimiento de contratación.

La empresa adjudicataria deberá acreditar el cumplimiento de estos extremos mediante la documentación que corresponda para el desempeño del contrato.

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

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

El adjudicatario deberá acreditar, mediante declaración responsable, la afiliación y el alta en la Seguridad Social de las personas trabajadoras destinadas a la ejecución del contrato. Esta obligación se extenderá a todo el personal subcontratado por la entidad adjudicataria principal, destinado a la ejecución del contrato. Para la acreditación del cumplimiento de esta obligación, la entidad adjudicataria aportará una declaración responsable al efecto, al inicio del contrato, en la que se señale que las personas trabajadoras destinadas a la ejecución del mismo se encuentran afiliadas y dadas de alta en la Seguridad Social.

En todo caso, el responsable del contrato o en su caso el órgano de contratación podrá solicitar, cuando lo considere oportuno, la aportación de la documentación que acredite el contenido de la declaración responsable. En concreto y como mínimo, podrá efectuar las siguientes comprobaciones:



## CONTROL DE EJECUCIÓN DE LAS CLÁUSULAS SOCIALES

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

Concluida cada anualidad de ejecución del contrato, se emitirá por la misma persona un informe sobre el cumplimiento de las obligaciones citadas.

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.

El incumplimiento de las mismas generará la imposición de penalidades de conformidad con en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, (Anexo I).

## 7. RESPONSABILIDAD

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

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

## 8. ENCARGO DE TRATAMIENTO

### 8.1 Normativa

De conformidad con la Disposición adicional 25ª de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, los contratos que impliquen el tratamiento de datos de carácter personal deberán respetar en su integridad el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales (RGPD), y la normativa complementaria, incluyendo la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Para el caso de que la contratación implique el acceso de la Contratista a datos de carácter personal de cuyo tratamiento sea responsable la entidad contratante, aquél tendrá la consideración de encargado del tratamiento. En este supuesto, el acceso a esos datos no se considerará comunicación de datos, cuando se cumpla lo previsto en el artículo 28 del RGPD y lo dispuesto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, y en sus normas de desarrollo. **En todo caso, las previsiones de este deberán de constar por escrito.**

### 8.2 Tratamiento de Datos Personales

Para el cumplimiento del objeto de este Pliego, la Contratista deberá tratar los datos personales de los cuales Madrid Destino es Responsable del Tratamiento (Responsable del Tratamiento) de la manera que se especifica en el Anexo denominado "Tratamiento de Datos Personales".



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

Por tanto, sobre Madrid Destino recaen las responsabilidades del Responsable del Tratamiento y sobre la Contratista las de Encargado de Tratamiento.

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

El Anexo “Tratamiento de Datos Personales” describe:

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

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

### **8.3 Estipulaciones como Encargado de Tratamiento**

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

#### **a) Tratamiento conforme a instrucciones de Madrid Destino**

Tratar los Datos Personales conforme a las instrucciones documentadas en el presente Pliego o demás documentos contractuales aplicables a la ejecución del contrato y aquellas que, en su caso, reciba de Madrid Destino por escrito en cada momento. El adjudicatario informará inmediatamente a Madrid Destino cuando, en su opinión, una instrucción sea contraria a la normativa de protección de Datos Personales aplicable en cada momento.

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

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

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

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

En todo caso, deberá implantar mecanismos para:



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

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

#### **d) Deber de confidencialidad y secreto**

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

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

#### **e) Relación de personas autorizadas**

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

Y mantener a disposición de Madrid Destino dicha documentación acreditativa.

#### **f) Formación**

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

#### **g) Comunicación de datos a terceros**

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

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

#### **h) Delegado de Protección de Datos**

Nombrar Delegado de Protección de Datos, en caso de que sea necesario según el RGPD, y comunicarlo a Madrid Destino, también cuando la designación sea voluntaria, así como la identidad y datos de contacto de la(s) persona(s) física(s) designada(s) por la Contratista como sus representante(s) a efectos de protección de los Datos Personales (representantes del Encargado de Tratamiento), responsable(s) del cumplimiento de la regulación del tratamiento de Datos Personales, en las vertientes legales/formales y en las de seguridad.

#### **i) Destino de los datos**

Una vez finalizada la prestación contractual objeto del presente Pliego, se compromete, según corresponda y se instruya en el Anexo "Tratamiento de Datos Personales", a devolver o destruir (i)



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

#### **j) Transferencias internacionales**

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

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

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

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

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

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

- a) Descripción de la naturaleza de la violación de la seguridad de los datos personales, inclusive, cuando sea posible, las categorías y el número aproximado de interesados afectados, y las categorías y el número aproximado de registros de datos personales afectados.
- b) El nombre y los datos de contacto del delegado de protección de datos o de otro punto de contacto en el que pueda obtenerse más información.
- c) Descripción de las posibles consecuencias de la violación de la seguridad de los datos personales.
- d) Descripción de las medidas adoptadas o propuestas para poner remedio a la violación de la seguridad de los datos personales, incluyendo, si procede, las medidas adoptadas para mitigar los posibles efectos negativos.

Si no es posible facilitar la información simultáneamente, y en la medida en que no lo sea, la información se facilitará de manera gradual sin dilación indebida.

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

Cuando una persona ejerza un derecho (de acceso, rectificación, supresión y oposición, limitación del tratamiento, portabilidad de datos y a no ser objeto de decisiones individualizadas automatizadas, u otros reconocidos por la normativa aplicable (conjuntamente, los “Derechos”),



ante el Encargado del Tratamiento, éste debe comunicarlo a Madrid Destino con la mayor prontitud a la dirección de correo electrónico [dpd@madrid-destino.com](mailto:dpd@madrid-destino.com)

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

La Contratista asistirá a Madrid Destino, siempre que sea posible, para que ésta pueda cumplir y dar respuesta a los ejercicios de Derechos.

#### **n) Colaborar con Madrid Destino en el cumplimiento de sus obligaciones como Responsable del Tratamiento**

Colaborar con MADRID DESTINO en el cumplimiento de sus obligaciones en materia de(i) medidas de seguridad, (ii) comunicación y/o notificación de brechas (logradas e intentadas) de medidas de seguridad a las autoridades competentes o los interesados, y (iii) colaborar en la realización de evaluaciones de impacto relativas a la protección de datos personales y consultas previas al respecto a las autoridades competentes; teniendo en cuenta la naturaleza del tratamiento y la información de la que disponga.

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

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

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

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

#### **p) Derecho de información**

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

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

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

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



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

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

#### **8.4 Información**

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

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

**Responsable:** MADRID DESTINO CULTURA TURISMO Y NEGOCIO, S.A., con domicilio en Madrid, [calle Conde Duque, 9-11](https://www.madriddestino.com), 28015.

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

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

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

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

**Legitimación:** Ejecución de un contrato

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

## **9. 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](mailto:contratacion@madrid-destino.com) para los aspectos administrativos, y para los aspectos técnicos lo podrán hacer a las siguientes direcciones:



Lote 1. Madrid Destino: [ana.rojo@madrid-destino.com](mailto:ana.rojo@madrid-destino.com)  
Lote 2. Teatro Español: [belen.herrero@teatroespanol.es](mailto:belen.herrero@teatroespanol.es)  
Lote 3. Nave 10 Matadero: [pablo.giraldo@teatroespanol.es](mailto:pablo.giraldo@teatroespanol.es)  
Lote 4. Teatro Circo Price: [sergio.encinas@teatrocircoprice.es](mailto:sergio.encinas@teatrocircoprice.es)  
Lote 5. Fernán Gómez. Centro Cultural de la Villa: [mar.montalvillo@teatrofernangomez.es](mailto:mar.montalvillo@teatrofernangomez.es)  
Lote 6. Espacio Abierto. Quinta de los Molinos: [maria.sanmartin@espacioabiertoqm.com](mailto:maria.sanmartin@espacioabiertoqm.com)  
Lote 7. Matadero Madrid: [marisa.pons@madrid-destino.com](mailto:marisa.pons@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

Fdo.: EL RESPONSABLE DEL CONTRATO  
Técnico de Comunicación, Web y Redes Sociales  
Dirección de Comunicación

Fdo.: ÓRGANO DE CONTRATACIÓN  
Consejero Delegado



## ANEXO “TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES”

### **Descripción general del tratamiento de Datos Personales a efectuar:**

El alcance específico del servicio se detalla a lo largo del pliego de especificaciones técnicas. Los sistemas y la infraestructura interna corporativa con datos de carácter personal se encuentra localizada en CentroCentro, Plaza Cibeles 1, (28014) Madrid

El personal adscrito por adjudicataria para proporcionar los Servicios establecidos en el Pliego puede tratar Datos Personales. Los Datos Personales se tratarán únicamente por el personal adscrito y al único fin de efectuar el alcance contratado.

En caso de que como consecuencia de la ejecución del contrato resultara necesario en algún momento la modificación de lo estipulado en este Anexo, la adjudicataria lo requerirá razonadamente y señalará los cambios que solicita. En caso de que Madrid Destino estuviese de acuerdo con lo solicitado, Madrid Destino emitiría un Anexo actualizado, de modo que el mismo siempre recoja fielmente el detalle del tratamiento.

### **Colectivos y Datos Tratados**

Los colectivos de interesados y Datos Personales tratados a las que puede tener acceso la Contratista son:

<b>Tratamientos y principales colectivos de interesados</b>	<b>Datos Personales del tratamiento a los que se puede acceder</b>
ENVÍO DE MAILING	E-mail

### **Elementos del tratamiento**

El tratamiento de los Datos Personales comprenderá:

- Recogida (captura de datos)      Registro
- (grabación)
- Estructuración
- Modificación
- Conservación (almacenamiento)
- Extracción (retrieval)
- X Consulta     Cesión
- X Difusión
- Interconexión (cruce)
- Cotejo
- Limitación
- Supresión
- Destrucción (de copias temporales)
- Conservación (en sus sistemas de información)
- Duplicado Copia (copias temporales)
- Copia de seguridad
- Recuperación
- Otros: \_\_\_\_\_

**Disposición de los datos al terminar el Servicio** Una vez finalice el encargo, la adjudicataria debe:



a) Devolver al responsable del tratamiento los datos de carácter personal y, si procede, los soportes donde consten, una vez cumplida la prestación. La devolución debe comportar el borrado total de los datos existentes en los equipos informáticos utilizados por el encargado. No obstante, el encargado puede conservar una copia, con los datos debidamente bloqueados, mientras puedan derivarse responsabilidades de la ejecución de la prestación.

No obstante, el Responsable del Tratamiento podrá requerir al encargado para que en vez de la opción a), cumpla con la b) o con la c) siguientes:

b) Devolver al encargado que designe por escrito el responsable del tratamiento, los datos de carácter personal y, si procede, los soportes donde consten, una vez cumplida prestación. La devolución debe comportar el borrado total de los datos existentes en los equipos informáticos utilizados por el encargado. No obstante, el encargado puede conservar una copia, con los datos debidamente bloqueados, mientras puedan derivarse responsabilidades de la ejecución de la prestación.

c) Destruir los datos, una vez cumplida la prestación. Una vez destruidos, el encargado debe certificar su destrucción por escrito y debe entregar el certificado al responsable del tratamiento. No obstante, el encargado puede conservar una copia, con los datos debidamente boqueados, mientras puedan derivarse responsabilidades de la ejecución de la prestación.

### **Medidas de seguridad**

Los datos deben protegerse empleando las medidas que un empresario ordenado debe tomar para evitar que dichos datos pierdan su razonable confidencialidad, integridad y disponibilidad.

Madrid Destino como empresa integrante del sector público institucional dependiente del Ayuntamiento de Madrid está sujeta al Esquema Nacional de Seguridad (ENS) siéndole de aplicación el Real Decreto 3/2010, de 8 de enero, por el que se regula el ENS en el ámbito de la Administración Electrónica.

En la medida en la que los sistemas de información de Madrid Destino objeto de tratamiento estén sujetos al Esquema Nacional de Seguridad, las medidas de seguridad a adoptar por la empresa adjudicataria son las recogidas en el Anexo II de Medidas de Seguridad del Real Decreto 3/2010 y las definidas con nivel básico en el artículo 82 del Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, de desarrollo de la Ley Orgánica de Protección de Datos (RLOPD) y demás normativa aplicable vigente en cada momento, con respecto a los datos de socios del programa de fidelización, y medio con respecto a los usuarios.

El adjudicatario no podrá no implementar o suprimir dichas medidas mediante el empleo de un análisis de riesgo o evaluación de impacto salvo aprobación expresa de Madrid Destino.

A estos efectos, el personal de la Contratista debe seguir las medidas de seguridad establecidas por Madrid Destino, no pudiendo efectuar tratamientos distintos de los definidos por Madrid Destino.

En el caso que MADRID DESTINO fuera considerado Responsable del Tratamiento el contratista actuaría como Encargado del Tratamiento encuadrando el tratamiento dentro de los siguientes campos:

## **10. Registro de Actividades de “Promoción y Difusión”**

**Base Jurídica es RGPD: 6.1.a)** El interesado dio su consentimiento para el tratamiento de sus datos personales para uno o varios fines específicos **Colectivo:** Usuarios

**Datos tratados:** “nombre de usuario en RRSS”

## **11. Elementos de tratamiento: “consulta”**