



N.º DE EXPEDIENTE: SP25-00131

MEMORIA JUSTIFICATIVA CORRESPONDIENTE A LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ASESORAMIENTO, GESTIÓN ACTIVACIÓN Y MANTENIMIENTO DE REDES SOCIALES, ASÍ COMO LA GESTIÓN DEL SISTEMA DE MAILING, GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB Y APOYO EN LA COMUNICACIÓN DE CENTROCENTRO DE ASESORAMIENTO Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES, GESTIÓN DEL SISTEMA DE MAILING, GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB Y APOYO EN LA COMUNICACIÓN DE CENTROCENTRO, CENTRO DEPENDIENTE DE MADRID DESTINO CULTURA TURISMO Y NEGOCIO, S.A., A ADJUDICAR MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO SIMPLIFICADO.

Madrid Destino Cultura Turismo y 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.

CentroCentro es un centro de arte contemporáneo que, desde el corazón de la ciudad y del Paseo del Arte, presta especial atención al pulso creativo vivo de Madrid, mostrando en sus salas propuestas de artistas en activo de todas las generaciones y disciplinas.

CentroCentro es un punto de encuentro entre el talento artístico de la ciudad, el público y los agentes culturales que hacen ciudad y cultura.

Su programación tiene como objetivo dar voz a creadores de diferentes generaciones que ejemplifican el contexto creativo contemporáneo. Revisita el trabajo de artistas de reconocida y larga trayectoria que no se ha podido ver en Madrid en las últimas décadas. Al mismo tiempo, ofrece la oportunidad a autores de media carrera para que realicen su primera exposición individual en una institución pública y da visibilidad al trabajo de nuevos creadores.



Con un enfoque multidisciplinar en el que tienen cabida todas las expresiones artísticas — pintura, escultura, dibujo, fotografía, diseño gráfico, performance y más— las exposiciones son el eje vertebrador en torno al que se articula el resto de la actividad: encuentros, visitas guiadas con comisarios y artistas, talleres, residencias artísticas, a la que se suman la música y el micro teatro, entre otras propuestas culturales.

Es en el ámbito de los objetivos de gestión de actividad cultural y prestación de un servicio público cultural por parte de CentroCentro, en el que surge la necesidad tanto del asesoramiento, como de la gestión y mantenimiento de las redes sociales y activación de nuevas propuestas, así como de la gestión de un sistema de mailing para el posicionamiento de su identidad digital y de la gestión de contenidos web y de apoyo en la comunicación del Centro.

Estas herramientas, hoy fundamentales en la comunicación, son las que nos permiten potenciar la difusión de nuestra actividad cultural de forma que la información sobre las diferentes propuestas programadas alcance a un número mayor y más diverso de públicos, incrementándose así, los niveles de asistencia, además de contribuir tanto al desarrollo y consolidación de la identidad del centro, como al fomento de la interacción con los ciudadanos y visitantes.

CentroCentro no cuenta en su plantilla con personal especializado para llevar a cabo este cometido, por lo que se considera imprescindible la contratación del servicio citado.

Los servicios que el Centro precisa son:

1. Asesoramiento en la definición y el desarrollo de la estrategia de redes sociales para CentroCentro
2. Gestión y mantenimiento de redes actuales y activación de nuevas propuestas
3. Gestión del sistema de mailing de CentroCentro
4. Gestión de contenidos de www.centrocentro.org
5. Apoyo en comunicación

Por todo ello, constituye el objeto de la presente contratación la prestación del servicio de asesoramiento, gestión y mantenimiento de redes sociales, la activación de nuevas propuestas, la gestión del sistema de mailing, la gestión de contenidos web y el apoyo en la comunicación de CentroCentro, previsiblemente, desde el 15 de junio de 2025 al 14 de junio de 2026, ambos incluidos, con posibilidad de prórroga por 24 meses más, de conformidad con los requerimientos establecidos en los pliegos que se adjuntan a la presente.



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

A continuación, se detallan las condiciones económicas correspondientes al servicio que se convoca:

1.- 4.1. Valor estimado del contrato: ciento treinta y cuatro mil cincuenta y nueve euros con cincuenta y seis céntimos de euro (134.059,56€), de conformidad con el siguiente **desglose:**

- Importe correspondiente a una anualidad de vigencia: cuarenta y cuatro mil seiscientos ochenta y seis euros con cincuenta y dos céntimos de euro (44.686,52€).
- Importe correspondiente al periodo de prórroga de un año: cuarenta y cuatro mil seiscientos ochenta y seis euros con cincuenta y dos céntimos de euro (44.686,52€).
- Importe correspondiente al periodo de prórroga de un año: cuarenta y cuatro mil seiscientos ochenta y seis euros con cincuenta y dos céntimos de euro (44.686,52€).

Método de cálculo aplicado para valorar el valor estimado:

Se ha calculado en función de los servicios a cubrir y el equipo necesario para ello, la importancia de estos para el correcto desarrollo de todas las tareas y se ha establecido un máximo estimado teniendo en cuenta el Convenio Colectivo del Sector de Empresas de Publicidad (Resolución de 3 de febrero de 2016 de la Dirección General de Empleo, por la que se registra y publica el citado convenio) y la revisión de tablas salariales para los años 2022 a 2025 publicada el 2 de agosto de 2022.

El salario anual es el que figura en el año 2025 para las distintas categorías en la tabla de revisiones salariales de 2022 a 2025.

Se han establecido unas horas estimadas y se ha multiplicado el valor unitario por esas horas, determinando así unos costes salariales.

Para sacar el precio hora se ha dividido por las horas anuales calculadas de la siguiente manera: 52 semanas anuales de las cuales 43 semanas se trabajarán 37,5 horas, es decir 1.612,50 horas; y 9 semanas a 35 horas (1 de julio al 31 de agosto), es decir 315 horas. Esto hace un total de 1.927,50 horas al año.

Además, se ha desglosado y estimado las horas en las que se prestará el servicio en días no laborables (sábados, domingo y festivos), añadiendo en este segundo caso un complemento del 35%.



ANEXO IV

Convenio colectivo estatal del sector de empresas de publicidad

Tablas salariales año 2025

Tablas salariales 2025 + 4%

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

Para poder llevar a cabo el cálculo del coste de los servicios se han determinado una serie de perfiles necesarios para poder llevar a cabo de manera correcta, eficiente y en tiempo todo el desarrollo del proyecto.

Para la determinación de las tarifas de cada perfil, se ha partido de los convenios del sector seleccionando aquellos que más se ajustan a las necesidades de Madrid Destino y a la realidad del mercado: Community manager (Nivel 3); Redactor Copy Senior (Nivel 3) y Analista de Datos (Nivel 4).



ANEXO II

Categoría	Nivel salarial
<i>Grupo I: Directores</i>	
Director General	Nivel 1.
Director Financiero	Nivel 2.
Director Administrativo	Nivel 2.
Director Comercial // de Servicios al Cliente // de Grupo de Cuentas	Nivel 2.
Director Creativo Ejecutivo	Nivel 2.
Director de Medios // Planificación Estratégica de Medios	Nivel 2.
Director de Cuentas	Nivel 2.
Director Marketing // Nuevo Negocio	Nivel 2.
Director de Calidad	Nivel 2.
Director de Tecnología	Nivel 2.
Director de Tráfico	Nivel 2.
Director de Producción Digital, Audiovisual y Gráfica	Nivel 2.
Director de Recursos Humanos	Nivel 2.
Responsable de Medios Sociales	Nivel 2.
<i>Grupo II: Jefaturas</i>	
Supervisor de Cuentas	Nivel 3.
Supervisor de Tráfico	Nivel 3.
Jefe de Planificación // de Proyecto	Nivel 3.
Jefe de Compra de Medios	Nivel 3.
Jefe de Administración	Nivel 3.
Jefe de Personal	Nivel 3.
<i>Grupo III: Técnicos</i>	
Jefe de Atención al Cliente	Nivel 3.
Planificador Estratégico (Planner)	Nivel 3.
Director Creativo	Nivel 3.
Director de Arte Senior	Nivel 3.
Redactor // Copy Senior	Nivel 3.
Encargado de Publicidad Exterior	Nivel 3.
Encargado de Bases de Datos	Nivel 4.
Commuty Manager	Nivel 3.
<i>Grupo III: Técnicos</i>	
Director de Arte Junior	Nivel 4.
Redactor // Copy Junior	Nivel 4.
Planificador de Medios	Nivel 5.
Comprador de Medios	Nivel 5.
Ejecutivo de Cuentas Senior	Nivel 4.
Ejecutivo de Cuentas Junior	Nivel 7.
Dibujante-Montador	Nivel 8.
Técnico Informático	Nivel 5.
Promotor	Nivel 9.
Ayudante de Producción	Nivel 6.
Programador	Nivel 7.
Analista de Datos	Nivel 4.
Oficial Informático	Nivel 8.
Jefe de Estudio	Nivel 5.
Técnico Artefinalista	Nivel 6.
Diseñador Web	Nivel 4.

A todo esto, se han añadido los conceptos que se han considerado necesarios para calcular el precio adecuado para prestar el servicio durante toda la vigencia del contrato:

- **Seguridad Social: 30,9%**
- **Gastos materiales, licencias y suscripciones: 2%**



El porcentaje del 2% ha sido estimado teniendo en cuenta los costes reales necesarios para adquirir y mantener los materiales, licencias y suscripciones que son esenciales para la operativa de los diferentes servicios solicitados en el pliego. Este cálculo es razonable y ajustado a la dimensión del contrato, además de estar en línea con los estándares de gastos indirectos para contratos de similares características en el sector.

Por último, sobre los costes directos se han calculados los costes indirectos que se corresponden con los gastos generales de estructura que no participan directamente en el proyecto, que se calculan como un porcentaje (13%*) que se aplica sobre dichos costes directos. También se ha calculado el beneficio industrial que aportará la ejecución del contrato una vez satisfechos los costes directos e indirectos, que se calcula como un porcentaje (6%*) sobre la suma de los costes directos más los costes indirectos.

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

- **Gastos generales: 13%**
- **Beneficio industrial: 6%**

El precio del contrato será aquel al que ascienda la adjudicación y tiene la consideración de gasto máximo a ejecutar, si bien no constituye una obligación de pago, abonándose únicamente los servicios efectivamente prestados durante el periodo de vigencia del contrato, sin que pueda en ningún caso sobrepasarse el importe de adjudicación.

Será de cuenta del adjudicatario los gastos de traslado y manutención del personal que preste el servicio.

La estimación realizada es a los efectos de valoración del precio de licitación: Ver cuadro resumen:

EQUIPO HUMANO								
Perfiles	Coste anual en el Convenio de Publicidad (1.927,50 horas)	Coste por hora en días laborables	Coste por hora en días no laborables (35% más de una hora laborable)	Horas anuales en DÍAS LABORABLES (*ver nota aclaratoria)	Presupuesto de días laborables	Horas anuales en día EN DÍAS NO LABORABLES (sábados, domingos y festivos) (**ver nota aclaratoria)	Presupuesto de días no laborables	TOTAL
Redactor copy senior, nivel 3	22.146,01 €	11,49 €	15,51 €	960	11.030,40 €	96	1.488,96 €	12.519,36 €
Community Manager, nivel 3	22.146,01 €	11,49 €	15,51 €	960	11.030,40 €	96	1.488,96 €	12.519,36 €
Analista de datos, nivel 4	22.023,66 €	11,43 €	15,43 €	270	3.086,10 €	0	0,00 €	3.086,10 €
TOTALES				2190		192		28.124,82 €



Los cálculos están basados en las horas por categoría que siguen:

Redactor Copy Senior: 20 h/semana y 2 medias jornadas al mes en fin de semana (8 horas mes* 12 meses =96 horas)

Community Manager: 20 h/semana y 2 medias jornadas al mes en fin de semana (8 horas mes* 12 meses =96 horas)

Analista de datos: 3 jornadas al mes = 7,5 h *3 = 22,5 *12 = 270 h

COSTES DIRECTOS				
EQUIPO HUMANO		28.124,82 €		
Seguridad social	30,90%	8.690,57 €		
TOTAL		36.815,39 €		
COSTES INDIRECTOS				
Gtos materiales, licencias y suscripciones	2%	736,31 €		
TOTAL COSTES DIRECTOS E INDIRECTOS		37.551,70 €		
Gastos generales	13%	4.881,72 €		
Beneficio industrial	6%	2.253,10 €	IVA 21%	IMPORTE IVA INCLUIDO
TOTAL 1 ANUALIDAD		44.686,52 €	9.384,17 €	54.070,69 €
TOTAL 2 ANUALIDAD		44.686,52 €	9.384,17 €	54.070,69 €
TOTAL 3 ANUALIDAD		44.686,52 €	9.384,17 €	54.070,69 €
TOTAL CENTROCENTRO		134.059,56 €	28.152,51 €	162.212,07 €
TOTAL 1 ANUALIDAD		44.686,52 €		
Mensualidad		3.723,88 €		
Cálculo Horas				
Semanas	52			
Horas anuales		2382	100%	
Horas en días laborales		2190	92%	
Horas en días no laborales		192	8%	

5.- Presupuesto base de licitación y crédito en que se ampara. (Cláusulas 7, 8 y 45)

Tipo de presupuesto: máximo estimado.

El precio del contrato será aquél al que ascienda la adjudicación, si bien éste no constituye una obligación de pago, abonándose únicamente los servicios efectivamente prestados



durante el periodo de vigencia del contrato, sin que pueda en ningún caso sobrepasarse el importe de adjudicación.

Será de cuenta del adjudicatario los gastos de traslado y manutención del personal que preste el Servicio, no asumiendo MADRID DESTINO coste alguno por dichos conceptos.

La oferta económica deberá ser adecuada para que el adjudicatario haga frente a todos los costes derivados del servicio.

Presupuesto base de licitación: cuarenta y cuatro mil seiscientos ochenta y seis euros con cincuenta y dos céntimos de euro (44.686,52 €), más el IVA que resulte de aplicación

Porcentaje de IVA aplicable: nueve mil trescientos ochenta y cuatro euros con diecisiete céntimos de euro (9.384,17 €). Tipo: 21%

Total presupuesto base de licitación (IVA incluido): cincuenta y cuatro mil setenta euros con sesenta y nueve céntimos de euro (54.070,69 €).

Crédito en el que se ampara:

Aportación de Madrid Destino: 44.686,52€ año, más el IVA que resulte de aplicación

Anualidad	Importe	(IVA incluido)
2025 (De 15/06/2025 a 31/12/2025)	24.205,22€	29.288,32€
2026 (De 01/01/2026 a 31/12/2026)	44.686,52€	54.070,69€
2027 (De 01/01/2027 a 31/12/2027)	44.686,52€	54.070,69€
2028 (De 01/01/2028 a 14/06/2028)	20.481,34€	24.782,42€

Sistema de determinación del presupuesto: El presupuesto se ha calculado en función de los servicios a cubrir y el equipo necesario para ello, la importancia de estos para el correcto desarrollo de la comunicación del centro y se ha establecido un máximo estimado teniendo en cuenta el Convenio Colectivo del Sector de Empresas de Publicidad (Resolución de 3 de febrero de 2016 de la Dirección General de Empleo, por la que se registra y publica el citado convenio) y la revisión de tablas salariales para los años 2022 a 2025 publicada el 2 de agosto de 2022. Este convenio en ningún caso será de obligado cumplimiento para el/los adjudicatario/s del contrato. Simplemente se utiliza como la herramienta más fiable posible para la determinación de un precio que cubra de manera adecuada la prestación.

Forma de determinación del precio: art 309 LCSP



División de contrato en lotes:

División en lotes: no. De conformidad con lo establecido en el *Decreto de 15 de diciembre de 2016, del Delegado de Gobierno de Economía y Hacienda, por el que se aprueba la Instrucción 5/2016, relativa a los criterios de actuación en la contratación municipal*, el presente contrato no es objeto de división en lotes, dado que el objeto del mismo no es susceptible de utilidad o aprovechamiento por separado, al constituir CentroCentro un espacio cultural único e indivisible a los efectos de la presente contratación, al igual que para su óptima prestación -sobre todo desde el punto de vista de la coordinación de su ejecución- procede la existencia de una única empresa adjudicataria.

CONCLUSION

De conformidad con el carácter de servicio público de Madrid Destino y de acuerdo con los datos que se aportan en la presente memoria, así como en los pliegos que rigen la contratación, se solicita la tramitación del correspondiente expediente de licitación para la

CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ASESORAMIENTO, GESTIÓN ACTIVACIÓN Y MANTENIMIENTO DE REDES SOCIALES, ASÍ COMO LA GESTIÓN DEL SISTEMA DE MAILING, GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB Y APOYO EN LA COMUNICACIÓN DE CENTROCENTRO DE ASESORAMIENTO Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES, GESTIÓN DEL SISTEMA DE MAILING, GESTIÓN DE CONTENIDOS WEB Y APOYO EN LA COMUNICACIÓN DE CENTROCENTRO.

En Madrid, a 5 de marzo de 2025 Madrid
Destino Cultura Turismo y Negocio, S.A.

El presente documento ha sido firmado digitalmente en fecha 5 de marzo de 2025 a las 17:49 horas por la persona que consta como firmante del mismo
--

Fdo.- Ana Loma-Osorio Lerena, Gerente
de CentroCentro.