

MEMORIA JUSTIFICATIVA

ASUNTO: PLIEGO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE COORDINACIÓN Y TRABAJO DE COMUNICACIÓN, ATENCIÓN A MEDIOS Y REDES SOCIALES DE CAMPAÑAS CULTURALES (LOTES 1, 2, 3, 4 y 5) QUE SON ENCOMENDADAS A LA SOCIEDAD MERCANTIL MUNICIPAL MADRID DESTINO. CULTURA, TURISMO Y NEGOCIO, A ADJUDICAR MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO SUJETO A REGULACIÓN ARMONIZADA

Lote 1. Navidad y Cabalgata de Reyes, San Isidro y Carnaval. SP25-00656

Lote 2. Veranos de la Villa y Refúgiate en la Cultura, Semana Santa y Año Nuevo Chino. SP25-00657

Lote 3. Festival Internacional JAZZMADRID. SP25-00658

Lote 4. Bienal Flamenco Madrid. SP25-00659

Lote 5. Campañas culturales nuevas: medio mes y mes entero. SP25-00660

1. OBJETO Y JUSTIFICACIÓN DE LA LICITACIÓN

El objeto del presente procedimiento de contratación lo constituye la prestación de los servicios de coordinación y trabajo de comunicación, atención a medios y redes sociales de campañas culturales que el Área de Cultura, Turismo y Deporte del Ayuntamiento de Madrid encomienda a Madrid Destino y que se dividen en los siguientes lotes: lote 1. **Navidad y Cabalgata de Reyes, San Isidro y Carnaval**; lote 2. **Veranos de la Villa y Refúgiate en la Cultura, Semana Santa y Año Nuevo Chino**; lote 3. **Festival Internacional JAZZMADRID**; lote 4. **Bienal Flamenco Madrid**; y lote 5. **Campañas culturales nuevas: medio mes y mes entero**, a adjudicar mediante procedimiento abierto sujeto a regulación armonizada, de conformidad con lo establecido en el pliego de prescripciones técnicas y en el de cláusulas administrativas particulares.

Este pliego se justifica por tres razones principales:

1. Permitir una gestión adecuada y eficaz de los servicios de comunicación, atención a medios y redes sociales que se desarrollan en cada una de las campañas culturales que el Ayuntamiento de Madrid encomienda a Madrid Destino.
2. Dar continuidad al pliego anterior, licitado en enero de 2023, que agrupaba en un único contrato los servicios que anteriormente se gestionaban como contratos menores para cada campaña. Dicho contrato tenía una duración de tres años, hasta la finalización de la Cabalgata de Reyes de 2026, considerando la campaña de Navidad 2025 y la Cabalgata 2026 como una única unidad, aunque los actos se celebren en dos años naturales distintos.
3. Responder a la limitación de recursos del departamento de Comunicación de Madrid Destino, que se encarga de la comunicación corporativa y la coordinación de la comunicación de las sedes culturales de la empresa, y no está actualmente dimensionado

para asumir todas las tareas y servicios adicionales que implican estos proyectos culturales por el tiempo y la dedicación que suponen.

En el nuevo pliego, se mantienen las ocho campañas culturales que se desarrollan periódicamente en la ciudad y se agrupan en cuatro lotes. Además, se añade un quinto lote para campañas culturales nuevas que pueden organizarse en un futuro y que no están incluidas en los lotes anteriores. La agrupación se ha realizado en función de la relevancia de cada campaña y de su temática, buscando al mismo tiempo facilitar propuestas competitivas y atractivas para los proveedores.

Es objetivo fundamental del departamento de Comunicación de Madrid Destino poner en conocimiento de los ciudadanos y visitantes de Madrid todas las actividades, proyectos e iniciativas de la empresa, para lo cual resulta indispensable la actualización constante de sus páginas web, redes sociales, así como otros elementos de comunicación.

Entre esos proyectos se encuentran las campañas culturales que encomienda el Ayuntamiento de Madrid, a través del Área de Gobierno de Cultura, Turismo y Deporte, a Madrid Destino, Cultura, Turismo y Negocio. Estas campañas engloban la programación cultural de fiestas y eventos culturales destacados que se celebran anualmente en la ciudad, entre los que se encuentran Navidad y Cabalgata de Reyes, Año Nuevo Chino, Carnaval, Semana Santa, San Isidro, Veranos de la Villa y Festival Internacional JAZZMADRID, así como aquellas que se celebran cada dos años, como es el caso de la Bienal Flamenco Madrid. Asimismo, se contempla la puesta en marcha de nuevas campañas culturales en la ciudad de Madrid, con una duración estimada de entre medio mes y un mes entero, orientadas a dar respuesta a iniciativas culturales que surjan de manera puntual o que requieran una mayor visibilidad institucional. Son actividades de las que es necesario informar al ciudadano y generar interés mediático para fortalecer la imagen de la ciudad como destino cultural, amplificar la difusión de la programación para aumentar el éxito de público y apoyar al sector. Las webs y las redes sociales permiten potenciar la difusión de los proyectos y sus actividades culturales de forma que la información sobre las diferentes propuestas programadas alcance a un número mayor y más diverso de públicos, incrementándose así los niveles de asistencias, como al fomento de la interacción con los ciudadanos y visitantes.

2. JUSTIFICACIÓN DE LA ELECCIÓN DEL PROCEDIMIENTO Y DIVISIÓN DE LA LICITACIÓN EN LOTES

Teniendo en cuenta el valor estimado de este contrato y sus características, se considera que el procedimiento más adecuado para la licitación y contratación de **LOS SERVICIOS DE COORDINACIÓN Y TRABAJO DE COMUNICACIÓN, ATENCIÓN A MEDIOS Y REDES SOCIALES DE CAMPAÑAS CULTURALES (LOTES 1, 2, 3, 4 y 5) QUE SON ENCOMENDADAS A LA SOCIEDAD MERCANTIL MUNICIPAL MADRID DESTINO. CULTURA, TURISMO Y NEGOCIO**, es la tramitación mediante procedimiento abierto sujeto a regulación armonizada, dividido en lotes con el fin de favorecer la concurrencia.

La licitación se divide en cinco lotes:

Lote 1. Navidad y Cabalgata de Reyes, San Isidro y Carnaval. SP25-00656

Lote 2. Veranos de la Villa y Refúgiate en la Cultura, Semana Santa y Año Nuevo Chino. SP25-00657

Lote 3. Festival Internacional JAZZMADRID. SP25-00658



Lote 4. Bienal Flamenco Madrid. SP25-00659

Lote 5. Campañas culturales nuevas: medio mes y mes entero. SP25-00660

El presente pliego establece que los licitadores solo podrán presentarse a un lote. Con esta limitación se pretende garantizar la calidad y la especialización de los servicios, de modo que los adjudicatarios de los lotes 1, 2, 3, 4 y 5 sean diferentes. Estos requisitos son necesarios para desempeñar correctamente los servicios de comunicación y redes sociales, pero también son los que van a permitir mejorar y obtener una mayor eficiencia en el trabajo que se desempeñe para estas campañas que cuentan con una programación muy especializada en todo tipo de disciplinas artísticas y tienen públicos muy diferentes. Igualmente, esta limitación es una medida económica de dinamización del sector y un apoyo a las diferentes empresas de comunicación al evitar que haya un único adjudicatario de todos los lotes de las distintas campañas culturales de la ciudad de Madrid.

3. INFORME ECONÓMICO

En todos los lotes se ha aplicado el mismo método de cálculo en función de los servicios a cubrir y el equipo necesario para ello teniendo en cuenta la experiencia de los últimos años y 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.

Resolución de 3 de febrero de 2016, de la Dirección General de Empleo, por la que se registra y publica el Convenio colectivo del sector de empresas de publicidad:

<https://www.boe.es/boe/dias/2016/02/10/pdfs/BOE-A-2016-1290.pdf>

Resolución de 2 de agosto de 2022, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Acta sobre revisión y tablas salariales para los años 2022 a 2025 del Convenio colectivo estatal para las empresas de publicidad:

https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2022-13573

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

La duración de la jornada laboral será de 37,5 horas semanales, excepto en los meses de julio y agosto que se reducirá a 35 horas semanales.



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 de comunicación y redes sociales solicitados en el pliego se han determinado el tipo de perfiles necesarios para poder llevar a cabo de manera correcta, eficiente y en plazo todo el desarrollo del proyecto. Igualmente, se ha especificado el número mínimo de profesionales que debe tener cada uno de esos perfiles para desarrollar dichos servicios especializados con la calidad exigida por Madrid Destino conforme a los criterios/características establecidos en el tipo de programación cultural que se desarrolla en cada campaña.

Estos son los perfiles del convenio colectivo estatal del sector de empresas de publicidad que se necesitan para realizar las tareas del presente pliego:

Nivel 2. Director de Medios // Planificación Estratégica de Medios: Es la persona que se encarga del desarrollo de la planificación de medios de las diferentes campañas que le son encomendadas, pudiendo tener a su cargo uno o varios colaboradores.

Nivel 2. Responsable de medios sociales: Es la persona que diseña y planifica la estrategia y las campañas en los medios sociales. Dinamiza las campañas bajo los objetivos de la empresa y crea una comunidad alrededor de los propósitos de una compañía.

Nivel 3. Community Manager: Es la persona encargada de gestionar, dinamizar, construir y moderar comunidades en torno a una marca en los medios sociales



Nivel 3. Redactor /Copy Senior: Es la persona que, por si mismo o siguiendo las directrices que le mande su superior, tiene la misión de crear y orientar campañas y anuncios, redactando el texto de los mismos y pudiendo tener a su cargo uno o varios colaboradores.

Nivel 4. Diseñador Web. Diseñador web: Es la persona cuya actividad consiste en la preparación, diseño e implementación de sitios y páginas web, micrositos, etc.

Nivel 4. Analista de datos: Es aquella persona cuyas funciones incluyen, importar, limpiar, transformar, validar y analizar datos con el fin de llegar a conclusiones y tomar decisiones. A su vez se dedica a presentar los resultados, diseñar y desarrollar bases de datos. Tiene asimismo responsabilidad para mejorar la calidad de los datos y llegar a conclusiones.

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.



Categoría	Nivel salarial
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 que cubra la prestación adecuada del 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 calculado 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 del "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%

Serán por 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.

Valor estimado del contrato: cuatrocientos trece mil ochocientos treinta y cuatro euros con cuarenta y dos céntimos (413.834,42 €) más el IVA que resulte de aplicación.

IVA: Ochenta y seis mil novecientos cinco euros con veintitrés céntimos (86.905,23 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Quinientos mil setecientos treinta y nueve euros con sesenta y cinco céntimos (500.739,65 €)

Desglose del valor estimado:

- **Valor estimado del primer ejercicio:** Ciento treinta y dos mil setecientos veinte euros con noventa y cinco céntimos (132.720,95 €) más el IVA que corresponda.
IVA: Veintisiete mil ochocientos setenta y un euros con cuarenta céntimos (27.871,40 €). Tipo/s: 21 %
Importe total (IVA incluido): Ciento sesenta mil quinientos noventa y dos euros con treinta y cinco céntimos (160.592,35 €)
- **Valor estimado del segundo ejercicio:** Ciento cuarenta y ocho mil trescientos noventa y dos euros con cincuenta y dos céntimos (148.392,52 €) más el IVA que corresponda.
IVA: Treinta y un mil ciento sesenta y dos euros con cuarenta y tres céntimos (31.162,43 €). Tipo/s: 21 %
Importe total (IVA incluido): Ciento setenta y nueve mil quinientos cincuenta y cuatro euros con noventa y cinco céntimos (179.554,95 €)



- **Valor estimado del tercer ejercicio:** Ciento treinta y dos mil setecientos veinte euros con noventa y cinco céntimos (132.720,95 €) más el IVA que corresponda.
IVA: Veintisiete mil ochocientos setenta y un euros con cuarenta céntimos (27.871,40 €).
 Tipo/s: 21 %
Importe total (IVA incluido): Ciento sesenta mil quinientos noventa y dos euros con treinta y cinco céntimos (160.592,35 €)

	Primer ejercicio (2026/2027)	Segundo ejercicio (2027/2028)	Tercer ejercicio (2028/2029)	TOTAL DE LOS TRES EJERCICIOS
LOTE 1	45.967,43 €	45.967,43 €	45.967,43 €	137.902,29 €
LOTE 2	49.686,02 €	49.686,02 €	49.686,02 €	149.058,06 €
LOTE 3	27.835,66 €	27.835,66 €	27.835,66 €	83.506,98 €
LOTE 4	0,00 €	15.671,57 €	0,00 €	15.671,57 €
LOTE 5	9.231,84 €	9.231,84 €	9.231,84 €	27.695,52 €
TOTAL DE LOS LOTES	132.720,95 €	148.392,52 €	132.720,95 €	413.834,42 €

		IVA 21%	IMPORTE IVA INCLUIDO
Primer ejercicio	132.720,95	27.871,40	160.592,35
Segundo ejercicio	148.392,52	31.162,43	179.554,95
Tercer ejercicio	132.720,95	27.871,40	160.592,35
	413.834,42	86.905,23	500.739,65

Desglose por lotes:

Lote 1. Navidad y Cabalgata de Reyes, San Isidro y Carnaval

Valor estimado del contrato: Ciento treinta y siete mil novecientos dos euros con veintinueve céntimos (137.902,29 €) más el IVA que resulte de aplicación.

IVA: Veintiocho mil novecientos cincuenta y nueve euros con cuarenta y ocho céntimos (28.959,48 €). Tipo/s: 21 %



Importe total (IVA incluido): Ciento sesenta y seis mil ochocientos sesenta y un euros con setenta y siete céntimos (166.861,77 €)

Desglose del valor estimado:

• **Valor estimado del primer ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de junio de 2026 y finalizará el 31 de mayo de 2027):** Cuarenta y cinco mil novecientos sesenta y siete euros con cuarenta y tres céntimos (45.967,43 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Nueve mil seiscientos cincuenta y tres euros con dieciséis céntimos (9.653,16 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Cincuenta y cinco mil seiscientos veinte euros con cincuenta y nueve céntimos (55.620,59 €)

• **Valor estimado del segundo ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de junio de 2027 y finalizará el 31 de mayo de 2028):** Cuarenta y cinco mil novecientos sesenta y siete euros con cuarenta y tres céntimos (45.967,43 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Nueve mil seiscientos cincuenta y tres euros con dieciséis céntimos (9.653,16 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Cincuenta y cinco mil seiscientos veinte euros con cincuenta y nueve céntimos (55.620,59 €)

• **Valor estimado del tercer ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de junio de 2028 y finalizará el 31 de mayo de 2029):** Cuarenta y cinco mil novecientos sesenta y siete euros con cuarenta y tres céntimos (45.967,43 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Nueve mil seiscientos cincuenta y tres euros con dieciséis céntimos (9.653,16 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Cincuenta y cinco mil seiscientos veinte euros con cincuenta y nueve céntimos (55.620,59 €)

PRESUPUESTOS DEL LOTE 1

LOTE 1	
Navidad y Cabalgata de Reyes	27.545,60 €



San Isidro	14.092,65 €		
Carnaval	4.329,18		
TOTAL	45.967,43 €		
LOTE 1		IVA 21%	IMPORTE IVA INCLUIDO
Primer ejercicio	45.967,43 €	9.653,16 €	55.620,59 €
Segundo ejercicio	45.967,43 €	9.653,16 €	55.620,59 €
Tercer ejercicio	45.967,43 €	9.653,16 €	55.620,59 €
TOTAL	137.902,29 €	28.959,48 €	166.861,77 €

NAVIDAD

EQUIPO HUMANO	COSTE ANUAL en Convenio de Publicidad (1.927,50 horas)	Coste MENSUAL (Precio anual/12 meses)	Coste por MEDIO MES (Precio mensual/2)	Coste por UNA SEMANA (Precio anual/52 semanas)	Coste por UN DÍA (Coste anual/365 días)	TIEMPO QUE SOLICITA ESTE PLIEGO	TOTAL
Director de Comunicación, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	2 MESES	3.873,56
Responsable de Medios Sociales, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	2 MESES	3.873,56
Redactor copy senior, nivel 3	22.146,01 €	1.845,50	922,75	425,88	60,67	2 MESES	3.691,00
Redactor copy senior, nivel 3	22.146,01 €	1.845,50	922,75	425,88	60,67	2 MESES	3.691,00
Redactor copy senior, nivel 3	22.146,01 €	1.845,50	922,75	425,88	60,67	1 MES	1.845,50
Diseñador, nivel 4	22.023,66 €	1.835,31	917,66	423,53	60,34	3 DÍAS	181,02
Analista de datos, nivel 4	22.023,66 €	1.835,31	917,66	423,53	60,34	3 DÍAS	181,02
TOTALES							17.336,66 €

COSTES DIRECTOS		
EQUIPO HUMANO		17.336,66 €
Seguridad social	30,90%	5.357,03 €
TOTAL		22.693,69 €



COSTES INDIRECTOS				
Gtos materiales, licencias y suscripciones	2,00%	453,87 €		
TOTAL		453,87 €		
TOTAL COSTES DIRECTOS E INDIRECTOS		23.147,56 €		
Gastos generales	13,00%	3.009,18 €		
Beneficio industrial	6,00%	1.388,85 €	IVA 21%	IMPORTE IVA INCLUIDO
Primer ejercicio		27.545,60 €	5.784,58 €	33.330,17 €
Segundo ejercicio		27.545,60 €	5.784,58 €	33.330,17 €
Tercer ejercicio		27.545,60 €	5.784,58 €	33.330,17 €
TOTAL CAMPAÑA		82.636,80 €	17.353,73 €	99.990,52 €

La estimación realizada es a los efectos de valoración del precio de licitación.



San Isidro

EQUIPO HUMANO							
Perfiles que deben desempeñar las tareas	COSTE ANUAL en Convenio de Publicidad (1.927,50 horas)	Coste MENSUAL (Precio anual/12 meses)	Coste por MEDIO MES (Precio mensual/2)	Coste por UNA SEMANA (Precio anual/52 semanas)	Coste por UN DÍA (Coste anual/365 días)	TIEMPO QUE SOLICITA ESTE PLIEGO	TOTAL
Director de Comunicación, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	1 MES Y MEDIO	2.905,17
Responsable de Medios Sociales, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	1 MES Y MEDIO	2.905,17
Redactor copy senior, nivel 3	22.146,01 €	1.845,50	922,75	425,88	60,67	1 MES	1.845,50
Redactor copy senior, nivel 3	22.146,01 €	1.845,50	922,75	425,88	60,67	1 SEMANA	425,88
Redactor copy senior, nivel 3	22.146,01 €	1.845,50	922,75	425,88	60,67	1 SEMANA	425,88
Diseñador, nivel 4	22.023,66 €	1.835,31	917,66	423,53	60,34	3 DÍAS	181,02
Analista de datos, nivel 4	22.023,66 €	1.835,31	917,66	423,53	60,34	3 DÍAS	181,02
TOTALES							8.869,64 €

COSTES DIRECTOS			
EQUIPO HUMANO			8.869,64 €
Seguridad social	30,90%		2.740,72 €
TOTAL			11.610,36 €
COSTES INDIRECTOS			
Gtos materiales, licencias y suscripciones	2,00%		232,21 €
TOTAL			232,21 €
TOTAL COSTES DIRECTOS E INDIRECTOS			11.842,57 €
Gastos generales	13,00%		1.539,53 €
Beneficio industrial	6,00%		710,55 €
			IVA 21%
			IMPORTE IVA INCLUIDO



Primer ejercicio		14.092,65 €	2.959,46 €	17.052,11 €
Segundo ejercicio		14.092,65 €	2.959,46 €	17.052,11 €
Tercer ejercicio		14.092,65 €	2.959,46 €	17.052,11 €
TOTAL CAMPAÑA		42.277,96 €	8.878,37 €	51.156,33 €

La estimación realizada es a los efectos de valoración del precio de licitación.

CARNAVAL							
EQUIPO HUMANO							
Perfiles que deben desempeñar las tareas	COSTE ANUAL en Convenio de Publicidad (1.927,50 horas)	Coste MENSUAL (Precio anual/12 meses)	Coste por MEDIO MES (Precio mensual/2)	Coste por UNA SEMANA (Precio anual/52 semanas)	Coste por UN DÍA (Coste anual/365 días)	TIEMPO QUE SOLICITA ESTE PLIEGO	TOTAL
Director de Comunicación, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	MEDIO MES	968,39
Responsable de Medios Sociales, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	MEDIO MES	968,39
Redactor copy senior, nivel 3	22.146,01 €	1.845,50	922,75	425,88	60,67	1 SEMANA	425,88
Diseñador, nivel 4	22.023,66 €	1.835,31	917,66	423,53	60,34	3 DÍAS	181,02
Analista de datos, nivel 4	22.023,66 €	1.835,31	917,66	423,53	60,34	3 DÍAS	181,02
TOTALES							2.724,70 €

COSTES DIRECTOS		
EQUIPO HUMANO		2.724,70 €
Seguridad social	30,90%	841,93 €
TOTAL		3.566,63 €
COSTES INDIRECTOS		
Gtos materiales, licencias y suscripciones	2,00%	71,33 €
TOTAL		71,33 €
TOTAL COSTES DIRECTOS E INDIRECTOS		3.637,96 €



Gastos generales	13,00%	472,94 €		
Beneficio industrial	6,00%	218,28 €	IVA 21%	IMPORTE IVA INCLUIDO
Primer ejercicio		4.329,18 €	909,13 €	5.238,31 €
Segundo ejercicio		4.329,18 €	909,13 €	5.238,31 €
Tercer ejercicio		4.329,18 €	909,13 €	5.238,31 €
TOTAL CAMPAÑA		12.987,53 €	2.727,38 €	15.714,92 €

La estimación realizada es a los efectos de valoración del precio de licitación.

Lote 2. Veranos de la Villa y Refúgiate en la Cultura, Semana Santa y Año Nuevo Chino

Valor estimado del contrato: Ciento cuarenta y nueve mil cincuenta y ocho euros con seis céntimos (149.058,06 €) más el IVA que resulte de aplicación.

IVA: Treinta y un mil trescientos dos euros con diecinueve céntimos (31.302,19 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Ciento ochenta mil trescientos sesenta euros con veinticinco céntimos (180.360,25 €)

Desglose del valor estimado:

• **Valor estimado del primer ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2026 y finalizará el 30 de abril de 2027):** Cuarenta y nueve mil seiscientos ochenta y seis euros con dos céntimos (49.686,02 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Diez mil cuatrocientos treinta y cuatro euros con seis céntimos (10.434,06 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Sesenta mil ciento veinte euros con ocho céntimos (60.120,08 €)

• **Valor estimado del segundo ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2027 y finalizará el 30 de abril de 2028):** Cuarenta y nueve mil seiscientos ochenta y seis euros con dos céntimos (49.686,02 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Diez mil cuatrocientos treinta y cuatro euros con seis céntimos (10.434,06 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Sesenta mil ciento veinte euros con ocho céntimos (60.120,08 €)



- **Valor estimado del tercer ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2028 y finalizará el 30 de abril de 2029):** Cuarenta y nueve mil seiscientos ochenta y seis euros con dos céntimos (49.686,02 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Diez mil cuatrocientos treinta y cuatro euros con seis céntimos (10.434,06 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Sesenta mil ciento veinte euros con ocho céntimos (60.120,08 €)

LOTE 2			
Veranos de la Villa y Refúgiate en la cultura	32.617,52 €		
Semana Santa	12.739,32 €		
Año Nuevo Chino	4.329,18		
TOTAL	49.686,02 €		
LOTE 2		IVA 21%	IMPORTE IVA INCLUIDO
Primer ejercicio	49.686,02 €	10.434,06 €	60.120,08 €
Segundo ejercicio	49.686,02 €	10.434,06 €	60.120,08 €
Tercer ejercicio	49.686,02 €	10.434,06 €	60.120,08 €
TOTAL	149.058,06 €	31.302,19 €	180.360,25 €

PRESUPUESTOS DEL LOTE 2



VERANOS DE LA VILLA Y REFÚGIATE EN LA CULTURA

EQUIPO HUMANO							
Perfiles que deben desempeñar las tareas	COSTE ANUAL en Convenio de Publicidad (1.927,50 horas)	Coste MENSUAL (Precio anual/12 meses)	Coste por MEDIO MES (Precio mensual/2)	Coste por UNA SEMANA (Precio anual/52 semanas)	Coste por UN DÍA (Coste anual/365 días)	TIEMPO QUE SOLICITA ESTE PLIEGO	TOTAL
Director de Comunicación, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	3 MESES	5.810,34
Responsable de Medios Sociales, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	3 MESES	5.810,34
Redactor copy senior, nivel 3	22.146,01 €	1.845,50	922,75	425,88	60,67	2 MESES Y MEDIO	4.613,75
Redactor copy senior, nivel 3	22.146,01 €	1.845,50	922,75	425,88	60,67	2 MESES	3.691,00
Diseñador, nivel 4	22.023,66 €	1.835,31	917,66	423,53	60,34	5 DÍAS	301,70
Analista de datos, nivel 4	22.023,66 €	1.835,31	917,66	423,53	60,34	5 DÍAS	301,70
TOTALES							20.528,83 €

COSTES DIRECTOS				
EQUIPO HUMANO			20.528,83 €	
Seguridad social	30,90%		6.343,41 €	
TOTAL			26.872,24 €	
COSTES INDIRECTOS				
Gtos materiales, licencias y suscripciones	2,00%		537,44 €	
TOTAL			537,44 €	
TOTAL COSTES DIRECTOS E INDIRECTOS			27.409,68 €	
Gastos generales	13,00%		3.563,26 €	
Beneficio industrial	6,00%		1.644,58 €	
				IVA 21%
Primer ejercicio		32.617,52 €	6.849,68 €	39.467,20 €
Segundo ejercicio		32.617,52 €	6.849,68 €	39.467,20 €
Tercer ejercicio		32.617,52 €	6.849,68 €	39.467,20 €



TOTAL CAMPAÑA		97.852,57 €	20.549,04 €	118.401,61 €
----------------------	--	--------------------	-------------	---------------------

La estimación realizada es a los efectos de valoración del precio de licitación.

Lote SEMANA SANTA 2026

EQUIPO HUMANO							
Perfiles que deben desempeñar las tareas	COSTE ANUAL en Convenio de Publicidad (1.927,50 horas)	Coste MENSUAL (Precio anual/12 meses)	Coste por MEDIO MES (Precio mensual/2)	Coste por UNA SEMANA (Precio anual/52 semanas)	Coste por UN DÍA (Coste anual/365 días)	TIEMPO QUE SOLICITA ESTE PLIEGO	TOTAL
Director de Comunicación, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	1 MES Y MEDIO	2.905,17
Responsable de Medios Sociales, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	1 MES Y MEDIO	2.905,17
Redactor copy senior, nivel 3	22.146,01 €	1.845,50	922,75	425,88	60,67	MEDIO MES	922,75
Redactor copy senior, nivel 3	22.146,01 €	1.845,50	922,75	425,88	60,67	MEDIO MES	922,75
Diseñador, nivel 4	22.023,66 €	1.835,31	917,66	423,53	60,34	3 DÍAS	181,02
Analista de datos, nivel 4	22.023,66 €	1.835,31	917,66	423,53	60,34	3 DÍAS	181,02
TOTALES							8.017,88 €

COSTES DIRECTOS		
EQUIPO HUMANO		8.017,88 €
Seguridad social	30,90%	2.477,52 €
TOTAL		10.495,40 €
COSTES INDIRECTOS		
Gtos materiales, licencias y suscripciones	2,00%	209,91 €
TOTAL		209,91 €
TOTAL COSTES DIRECTOS E INDIRECTOS		10.705,31 €



Gastos generales	13,00%	1.391,69 €		
Beneficio industrial	6,00%	642,32 €	IVA 21%	IMPORTE IVA INCLUIDO
Primer ejercicio		12.739,32 €	2.675,26 €	15.414,58 €
Segundo ejercicio		12.739,32 €	2.675,26 €	15.414,58 €
Tercer ejercicio		12.739,32 €	2.675,26 €	15.414,58 €
TOTAL CAMPAÑA		38.217,97 €	8.025,77 €	46.243,74 €

La estimación realizada es a los efectos de valoración del precio de licitación.

AÑO NUEVO CHINO							
EQUIPO HUMANO							
Perfiles que deben desempeñar las tareas	COSTE ANUAL en Convenio de Publicidad (1.927,50 horas)	Coste MENSUAL (Precio anual/12 meses)	Coste por MEDIO MES (Precio mensual/2)	Coste por UNA SEMANA (Precio anual/52 semanas)	Coste por UN DÍA (Coste anual/365 días)	TIEMPO QUE SOLICITA ESTE PLIEGO	TOTAL
Director de Comunicación, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	MEDIO MES	968,39
Responsable de Medios Sociales, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	MEDIO MES	968,39
Redactor copy senior, nivel 3	22.146,01 €	1.845,50	922,75	425,88	60,67	1 SEMANA	425,88
Diseñador, nivel 4	22.023,66 €	1.835,31	917,66	423,53	60,34	3 DÍAS	181,02
Analista de datos, nivel 4	22.023,66 €	1.835,31	917,66	423,53	60,34	3 DÍAS	181,02
TOTALES							2.724,70 €

COSTES DIRECTOS		
EQUIPO HUMANO		2.724,70 €
Seguridad social	30,90%	841,93 €
TOTAL		3.566,63 €
COSTES INDIRECTOS		
Gtos materiales, licencias y suscripciones	2,00%	71,33 €



TOTAL		71,33 €		
TOTAL COSTES DIRECTOS E INDIRECTOS		3.637,96 €		
Gastos generales	13,00%	472,94 €		
Beneficio industrial	6,00%	218,28 €	IVA 21%	IMPORTE IVA INCLUIDO
Primer ejercicio		4.329,18 €	909,13 €	5.238,31 €
Segundo ejercicio		4.329,18 €	909,13 €	5.238,31 €
Tercer ejercicio		4.329,18 €	909,13 €	5.238,31 €
TOTAL CAMPAÑA		12.987,53 €	2.727,38 €	15.714,92 €

La estimación realizada es a los efectos de valoración del precio de licitación.

Lote 3. Festival Internacional JAZZMADRID

Valor estimado del contrato: Ochenta y tres mil quinientos seis con noventa y ocho céntimos (83.506,98 €) más el IVA que resulte de aplicación.

IVA: Diecisiete mil quinientos treinta y seis con cuarenta y siete céntimos (17.536,47 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Ciento un mil cuarenta y tres con cuarenta y cinco céntimos (101.043,45 €)

Desglose del valor estimado:

• **Valor estimado del primer ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2026 y finalizará el 30 de abril de 2027):** Veintisiete mil ochocientos treinta y cinco euros con sesenta y seis céntimos (27.835,66 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Cinco mil ochocientos cuarenta y cinco euros con cuarenta y nueve céntimos (5.845,49 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Treinta y tres mil seiscientos ochenta y un euros con quince céntimos (33.681,15 €)



• **Valor estimado del segundo ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2027 y finalizará el 30 de abril de 2028):** Veintisiete mil ochocientos treinta y cinco euros con sesenta y seis céntimos (27.835,66 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Cinco mil ochocientos cuarenta y cinco euros con cuarenta y nueve céntimos (5.845,49 €).
Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Treinta y tres mil seiscientos ochenta y un euros con quince céntimos (33.681,15 €)

• **Valor estimado del tercer ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2028 y finalizará el 30 de abril de 2029):** Veintisiete mil ochocientos treinta y cinco euros con sesenta y seis céntimos (27.835,66 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Cinco mil ochocientos cuarenta y cinco euros con cuarenta y nueve céntimos (5.845,49 €).
Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Treinta y tres mil seiscientos ochenta y un euros con quince céntimos (33.681,15 €)

LOTE 3			
JAZZMADRID	27.835,66 €		
TOTAL	27.835,66 €		
LOTE 3		IVA 21%	IMPORTE IVA INCLUIDO
ANUALIDAD 2026	27.835,66 €	5.845,49 €	33.681,15 €
ANUALIDAD 2027	27.835,66 €	5.845,49 €	33.681,15 €
ANUALIDAD 2028	27.835,66 €	5.845,49 €	33.681,15 €
TOTAL	83.506,98 €	17.536,47 €	101.043,45 €

PRESUPUESTOS DEL LOTE 3



JAZZ MADRID

EQUIPO HUMANO	COSTE ANUAL en Convenio de Publicidad (1.927,50 horas)	Coste MENSUAL (Precio anual/12 meses)	Coste por MEDIO MES (Precio mensual/2)	Coste por UNA SEMANA (Precio anual/52 semanas)	Coste por UN DÍA (Coste anual/365 días)	TIEMPO SE SOLICITA EN ESTE PLIEGO	TOTAL
Director de Comunicación, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	3 MESES	5.810,34
Responsable de Medios Sociales, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	3 MESES	5.810,34
Redactor copy senior, nivel 3	22.146,01 €	1.845,50	922,75	425,88	60,67	2 MESES	3.691,00
Redactor copy senior, nivel 3	22.146,01 €	1.845,50	922,75	425,88	60,67	1 MES	1.845,50
Diseñador, nivel 4	22.023,66 €	1.835,31	917,66	423,53	60,34	3 DÍAS	181,02
Analista de datos, nivel 4	22.023,66 €	1.835,31	917,66	423,53	60,34	3 DÍAS	181,02
TOTALES							17.519,22 €

COSTES DIRECTOS				
EQUIPO HUMANO			17.519,22 €	
Seguridad social	30,90%		5.413,44 €	
TOTAL			22.932,66 €	
COSTES INDIRECTOS				
Gtos materiales, licencias y suscripciones	2,00%		458,65 €	
TOTAL			458,65 €	
TOTAL COSTES DIRECTOS E INDIRECTOS			23.391,31 €	
Gastos generales	13,00%		3.040,87 €	
Beneficio industrial	6,00%		1.403,48 €	IVA 21%
Primer ejercicio			27.835,66 €	5.845,49 €
Segundo ejercicio			27.835,66 €	5.845,49 €
Tercer ejercicio			27.835,66 €	5.845,49 €
TOTAL CAMPAÑA			83.506,98 €	17.536,47 €
				101.043,45 €

La estimación realizada es a los efectos de valoración del precio de licitación.



Lote 4. Bienal Flamenco Madrid

Valor estimado del contrato: Quince mil seiscientos setenta y uno con cincuenta y siete céntimos (15.671,57 €) más el IVA que resulte de aplicación.

IVA: Tres mil doscientos noventa y uno con tres céntimos (3.291,03 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Dieciocho mil novecientos sesenta y dos con sesenta céntimos (18.962,60 €).

Desglose del valor estimado:

• **Valor estimado del único ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de enero de 2027 finalizará el 31 de diciembre de 2027):** Quince mil seiscientos setenta y uno con cincuenta y siete céntimos (15.671,57 €) más el IVA que resulte de aplicación.

IVA: Tres mil doscientos noventa y uno con tres céntimos (3.291,03 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Dieciocho mil novecientos sesenta y dos con sesenta céntimos (18.962,60 €).

LOTE 4			
Bienal Flamenco Madrid (solo 2027)	15.671,57 €		
TOTAL	15.671,57 €		
LOTE 4		IVA 21%	IMPORTE IVA INCLUIDO
ANUALIDAD 2027	15.671,57 €	3.291,03 €	18.962,60 €
TOTAL	15.671,57 €	3.291,03 €	18.962,60 €

PRESUPUESTOS DEL LOTE 4



BIENAL FLAMENCO

EQUIPO HUMANO							
Perfiles que deben desempeñar las tareas	COSTE ANUAL en Convenio de Publicidad (1.927,50 horas)	Coste MENSUAL (Precio anual/12 meses)	Coste por MEDIO MES (Precio mensual/2)	Coste por UNA SEMANA (Precio anual/52 semanas)	Coste por UN DÍA (Coste anual/365 días)	TIEMPO QUE SOLICITA ESTE PLIEGO	TOTAL
Director de Comunicación, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	1 MES Y MEDIO	2.905,17
Responsable de Medios Sociales, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	1 MES Y MEDIO	2.905,17
Redactor copy senior, nivel 3	22.146,01 €	1.845,50	922,75	425,88	60,67	1 MES Y MEDIO	2.768,25
Redactor copy senior, nivel 3	22.146,01 €	1.845,50	922,75	425,88	60,67	MEDIO MES	922,75
Diseñador, nivel 4	22.023,66 €	1.835,31	917,66	423,53	60,34	3 DÍAS	181,02
Analista de datos, nivel 4	22.023,66 €	1.835,31	917,66	423,53	60,34	3 DÍAS	181,02
TOTALES							9.863,38 €

COSTES DIRECTOS					
EQUIPO HUMANO			9.863,38 €		
Seguridad social	30,90%		3.047,78 €		
TOTAL			12.911,16 €		
COSTES INDIRECTOS					
Gtos materiales, licencias y suscripciones	2,00%		258,22 €		
TOTAL			258,22 €		
TOTAL COSTES DIRECTOS E INDIRECTOS			13.169,39 €		
Gastos generales	13,00%		1.712,02 €		
Beneficio industrial	6,00%		790,16 €	IVA 21%	IMPORTE IVA INCLUIDO
AÑO 2027			15.671,57 €	3.291,03 €	18.962,60 €

La estimación realizada es a los efectos de valoración del precio de licitación.

Lote 5. Campañas culturales nuevas: medio mes y mes entero



Valor estimado del contrato: Veintisiete mil seiscientos noventa y cinco euros con cincuenta y dos céntimos (27.695,52 €) más el IVA que resulte de aplicación.

IVA: Cinco mil ochocientos dieciséis euros con seis céntimos (5.816,06 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Treinta y tres mil quinientos once euros con cincuenta y ocho céntimos (33.511,58 €)

Desglose del valor estimado:

• **Valor estimado del primer ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2026 y finalizará el 30 de abril de 2027):** Nueve mil doscientos treinta y un euros con ochenta y cuatro céntimos (9.231,84 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Mil novecientos treinta y ocho euros con sesenta y nueve céntimos (1.938,69 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Once mil ciento setenta euros con cincuenta y tres céntimos (11.170,53 €)

• **Valor estimado del segundo ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2027 y finalizará el 30 de abril de 2028):** Nueve mil doscientos treinta y un euros con ochenta y cuatro céntimos (9.231,84 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Mil novecientos treinta y ocho euros con sesenta y nueve céntimos (1.938,69 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Once mil ciento setenta euros con cincuenta y tres céntimos (11.170,53 €)

• **Valor estimado del tercer ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2028 y finalizará el 30 de abril de 2029):** Nueve mil doscientos treinta y un euros con ochenta y cuatro céntimos (9.231,84 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Mil novecientos treinta y ocho euros con sesenta y nueve céntimos (1.938,69 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Once mil ciento setenta euros con cincuenta y tres céntimos (11.170,53 €)

LOTE 5	
Campaña nueva de medio mes	3.077,28 €



Campaña nueva de un mes entero	6.154,56 €		
TOTAL	9.231,84 €		
LOTE 5		IVA 21%	IMPORTE IVA INCLUIDO
Primer ejercicio	9.231,84 €	1.938,69 €	11.170,53 €
Segundo ejercicio	9.231,84 €	1.938,69 €	11.170,53 €
Tercer ejercicio	9.231,84 €	1.938,69 €	11.170,53 €
TOTAL	27.695,52 €	5.816,06 €	33.511,58 €

PRESUPUESTOS DEL LOTE 5

CAMPAÑA NUEVA DE MEDIO MES

EQUIPO HUMANO							
Perfiles que deben desempeñar las tareas	COSTE ANUAL en Convenio de Publicidad (1.927,50 horas)	Coste MENSUAL (Precio anual/12 meses)	Coste por MEDIO MES (Precio mensual/2)	Coste por UNA SEMANA (Precio anual/52 semanas)	Coste por UN DÍA (Horas anuales del convenio/365 días)	TIEMPO QUE SOLICITA ESTE PLIEGO	TOTAL
Director de Comunicación, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	Medio mes	968,39
Responsable de Medios Sociales, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	Medio mes	968,39
TOTALES							1.936,78 €

COSTES DIRECTOS		
EQUIPO HUMANO		1.936,78 €
Seguridad social	30,90%	598,47 €
TOTAL		2.535,25 €
COSTES INDIRECTOS		
Gtos materiales, licencias y suscripciones	2,00%	50,70 €
TOTAL		50,70 €



TOTAL COSTES DIRECTOS E INDIRECTOS		2.585,95 €		
Gastos generales	13,00%	336,17 €		
Beneficio industrial	6,00%	155,16 €	IVA 21%	IMPORTE IVA INCLUIDO
Primer ejercicio		3.077,28 €	646,23 €	3.723,51 €
Segundo ejercicio		3.077,28 €	646,23 €	3.723,51 €
Tercer ejercicio		3.077,28 €	646,23 €	3.723,51 €
TOTAL CAMPAÑA		9.231,84 €	1.938,69 €	11.170,53 €

La estimación realizada es a los efectos de valoración del precio de licitación.

CAMPAÑA NUEVA DE MES ENTERO

EQUIPO HUMANO							
Perfiles que deben desempeñar las tareas	COSTE ANUAL en Convenio de Publicidad (1.927,50 horas)	Coste MENSUAL (Precio anual/12 meses)	Coste por MEDIO MES (Precio mensual/2)	Coste por UNA SEMANA (Precio anual/52 semanas)	Coste por UN DÍA (Horas anuales del convenio/365 días)	TIEMPO QUE SOLICITA ESTE PLIEGO	TOTAL
Director de Comunicación, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	1 MES	1.936,78
Responsable de Medios Sociales, nivel 2	23.241,39	1.936,78	968,39	446,95	63,68	1 MES	1.936,78
TOTALES							3.873,56 €

COSTES DIRECTOS		
EQUIPO HUMANO		3.873,56 €
Seguridad social	30,90%	1.196,93 €
TOTAL		5.070,49 €
COSTES INDIRECTOS		
Gtos materiales, licencias y suscripciones	2,00%	101,41 €
TOTAL		101,41 €

TOTAL COSTES DIRECTOS E INDIRECTOS		5.171,90 €		
Gastos generales	13,00%	672,35 €		
Beneficio industrial	6,00%	310,31 €	IVA 21%	IMPORTE IVA INCLUIDO
Primer ejercicio		6.154,56 €	1.292,46 €	7.447,02 €
Segundo ejercicio		6.154,56 €	1.292,46 €	7.447,02 €
Tercer ejercicio		6.154,56 €	1.292,46 €	7.447,02 €
TOTAL CAMPAÑA		18.463,68 €	3.877,37 €	22.341,06 €

La estimación realizada es a los efectos de valoración del precio de licitación.

4. VALOR ESTIMADO DEL PLIEGO.

Valor estimado del contrato: cuatrocientos trece mil ochocientos treinta y cuatro euros con cuarenta y dos céntimos (413.834,42 €) más el IVA que resulte de aplicación.

IVA: Ochenta y seis mil novecientos cinco euros con veintitrés céntimos (86.905,23 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Quinientos mil setecientos treinta y nueve euros con sesenta y cinco céntimos (500.739,65 €)

Desglose del valor estimado:

- Valor estimado del primer ejercicio:** Ciento treinta y dos mil setecientos veinte euros con noventa y cinco céntimos (132.720,95 €) más el IVA que corresponda.
IVA: Veintisiete mil ochocientos setenta y un euros con cuarenta céntimos (27.871,40 €).
 Tipo/s: 21 %
Importe total (IVA incluido): Ciento sesenta mil quinientos noventa y dos euros con treinta y cinco céntimos (160.592,35 €)



- **Valor estimado del segundo ejercicio:** Ciento cuarenta y ocho mil trescientos noventa y dos euros con cincuenta y dos céntimos (148.392,52 €) más el IVA que corresponda.
IVA: Treinta y un mil ciento sesenta y dos euros con cuarenta y tres céntimos (31.162,43 €). Tipo/s: 21 %
Importe total (IVA incluido): Ciento setenta y nueve mil quinientos cincuenta y cuatro euros con noventa y cinco céntimos (179.554,95 €)

- **Valor estimado del tercer ejercicio:** Ciento treinta y dos mil setecientos veinte euros con noventa y cinco céntimos (132.720,95 €) más el IVA que corresponda.
IVA: Veintisiete mil ochocientos setenta y un euros con cuarenta céntimos (27.871,40 €). Tipo/s: 21 %
Importe total (IVA incluido): Ciento sesenta mil quinientos noventa y dos euros con treinta y cinco céntimos (160.592,35 €)



	Primer ejercicio (2026/2027)	Segundo ejercicio (2027/2028)	Tercer ejercicio (2028/2029)	TOTAL DE LOS TRES EJERCICIOS
LOTE 1	45.967,43 €	45.967,43 €	45.967,43 €	137.902,29 €
LOTE 2	49.686,02 €	49.686,02 €	49.686,02 €	149.058,06 €
LOTE 3	27.835,66 €	27.835,66 €	27.835,66 €	83.506,98 €
LOTE 4	0,00 €	15.671,57 €	0,00 €	15.671,57 €
LOTE 5	9.231,84 €	9.231,84 €	9.231,84 €	27.695,52 €
TOTAL DE LOS LOTES	132.720,95 €	148.392,52 €	132.720,95 €	413.834,42 €

		IVA 21%	IMPORTE IVA INCLUIDO
Primer ejercicio	132.720,95	27.871,40	160.592,35
Segundo ejercicio	148.392,52	31.162,43	179.554,95
Tercer ejercicio	132.720,95	27.871,40	160.592,35
	413.834,42	86.905,23	500.739,65

Desglose por lotes:

Lote 1. Navidad y Cabalgata de Reyes, San Isidro y Carnaval

Valor estimado del contrato: Ciento treinta y siete mil novecientos dos euros con veintinueve céntimos (137.902,29 €) más el IVA que resulte de aplicación.

IVA: Veintiocho mil novecientos cincuenta y nueve euros con cuarenta y ocho céntimos (28.959,48 €). Tipo/s: 21 %



Importe total (IVA incluido): Ciento sesenta y seis mil ochocientos sesenta y un euros con setenta y siete céntimos (166.861,77 €)

Desglose del valor estimado:

• **Valor estimado del primer ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de junio de 2026 y finalizará el 31 de mayo de 2027):** Cuarenta y cinco mil novecientos sesenta y siete euros con cuarenta y tres céntimos (45.967,43 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Nueve mil seiscientos cincuenta y tres euros con dieciséis céntimos (9.653,16 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Cincuenta y cinco mil seiscientos veinte euros con cincuenta y nueve céntimos (55.620,59 €)

• **Valor estimado del segundo ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de junio de 2027 y finalizará el 31 de mayo de 2028):** Cuarenta y cinco mil novecientos sesenta y siete euros con cuarenta y tres céntimos (45.967,43 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Nueve mil seiscientos cincuenta y tres euros con dieciséis céntimos (9.653,16 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Cincuenta y cinco mil seiscientos veinte euros con cincuenta y nueve céntimos (55.620,59 €)

• **Valor estimado del tercer ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de junio de 2028 y finalizará el 31 de mayo de 2029):** Cuarenta y cinco mil novecientos sesenta y siete euros con cuarenta y tres céntimos (45.967,43 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Nueve mil seiscientos cincuenta y tres euros con dieciséis céntimos (9.653,16 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Cincuenta y cinco mil seiscientos veinte euros con cincuenta y nueve céntimos (55.620,59 €).

Lote 2. Veranos de la Villa y Refúgiate en la Cultura, Semana Santa y Año Nuevo Chino

Valor estimado del contrato: Ciento cuarenta y nueve mil cincuenta y ocho euros con seis céntimos (149.058,06 €) más el IVA que resulte de aplicación.

IVA: Treinta y un mil trescientos dos euros con diecinueve céntimos (31.302,19 €). Tipo/s: 21 %



Importe total (IVA incluido): Ciento ochenta mil trescientos sesenta euros con veinticinco céntimos (180.360,25 €)

Desglose del valor estimado:

• **Valor estimado del primer ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2026 y finalizará el 30 de abril de 2027):** Cuarenta y nueve mil seiscientos ochenta y seis euros con dos céntimos (49.686,02 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Diez mil cuatrocientos treinta y cuatro euros con seis céntimos (10.434,06 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Sesenta mil ciento veinte euros con ocho céntimos (60.120,08 €)

• **Valor estimado del segundo ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2027 y finalizará el 30 de abril de 2028):** Cuarenta y nueve mil seiscientos ochenta y seis euros con dos céntimos (49.686,02 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Diez mil cuatrocientos treinta y cuatro euros con seis céntimos (10.434,06 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Sesenta mil ciento veinte euros con ocho céntimos (60.120,08 €)

• **Valor estimado del tercer ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2028 y finalizará el 30 de abril de 2029):** Cuarenta y nueve mil seiscientos ochenta y seis euros con dos céntimos (49.686,02 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Diez mil cuatrocientos treinta y cuatro euros con seis céntimos (10.434,06 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Sesenta mil ciento veinte euros con ocho céntimos (60.120,08 €)

Lote 3. Festival Internacional JAZZMADRID

Valor estimado del contrato: Ochenta y tres mil quinientos seis con noventa y ocho céntimos (83.506,98 €) más el IVA que resulte de aplicación.

IVA: Diecisiete mil quinientos treinta y seis con cuarenta y siete céntimos (17.536,47 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Ciento un mil cuarenta y tres con cuarenta y cinco céntimos (101.043,45 €)

Desglose del valor estimado:



• **Valor estimado del primer ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2026 y finalizará el 30 de abril de 2027):** Veintisiete mil ochocientos treinta y cinco euros con sesenta y seis céntimos (27.835,66 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Cinco mil ochocientos cuarenta y cinco euros con cuarenta y nueve céntimos (5.845,49 €).
Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Treinta y tres mil seiscientos ochenta y un euros con quince céntimos (33.681,15 €)

• **Valor estimado del segundo ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2027 y finalizará el 30 de abril de 2028):** Veintisiete mil ochocientos treinta y cinco euros con sesenta y seis céntimos (27.835,66 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Cinco mil ochocientos cuarenta y cinco euros con cuarenta y nueve céntimos (5.845,49 €).
Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Treinta y tres mil seiscientos ochenta y un euros con quince céntimos (33.681,15 €)

• **Valor estimado del tercer ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2028 y finalizará el 30 de abril de 2029):** Veintisiete mil ochocientos treinta y cinco euros con sesenta y seis céntimos (27.835,66 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Cinco mil ochocientos cuarenta y cinco euros con cuarenta y nueve céntimos (5.845,49 €).
Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Treinta y tres mil seiscientos ochenta y un euros con quince céntimos (33.681,15 €)

Lote 4. Bienal Flamenco Madrid

Valor estimado del contrato: Quince mil seiscientos setenta y uno con cincuenta y siete céntimos (15.671,57 €) más el IVA que resulte de aplicación.

IVA: Tres mil doscientos noventa y uno con tres céntimos (3.291,03 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Dieciocho mil novecientos sesenta y dos con sesenta céntimos (18.962,60 €).

Desglose del valor estimado:



• **Valor estimado del único ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de enero de 2027 finalizará el 31 de diciembre de 2027):** Quince mil seiscientos setenta y uno con cincuenta y siete céntimos (15.671,57 €) más el IVA que resulte de aplicación.

IVA: Tres mil doscientos noventa y uno con tres céntimos (3.291,03 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Dieciocho mil novecientos sesenta y dos con sesenta céntimos (18.962,60 €).

Lote 5. Campañas culturales nuevas: medio mes y mes entero

Valor estimado del contrato: Veintisiete mil seiscientos noventa y cinco euros con cincuenta y dos céntimos (27.695,52 €) más el IVA que resulte de aplicación.

IVA: Cinco mil ochocientos dieciséis euros con seis céntimos (5.816,06 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Treinta y tres mil quinientos once euros con cincuenta y ocho céntimos (33.511,58 €)

Desglose del valor estimado:

• **Valor estimado del primer ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2026 y finalizará el 30 de abril de 2027):** Nueve mil doscientos treinta y un euros con ochenta y cuatro céntimos (9.231,84 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Mil novecientos treinta y ocho euros con sesenta y nueve céntimos (1.938,69 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Once mil ciento setenta euros con cincuenta y tres céntimos (11.170,53 €)

• **Valor estimado del segundo ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2027 y finalizará el 30 de abril de 2028):** Nueve mil doscientos treinta y un euros con ochenta y cuatro céntimos (9.231,84 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Mil novecientos treinta y ocho euros con sesenta y nueve céntimos (1.938,69 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Once mil ciento setenta euros con cincuenta y tres céntimos (11.170,53 €)



• **Valor estimado del tercer ejercicio (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2028 y finalizará el 30 de abril de 2029):** Nueve mil doscientos treinta y un euros con ochenta y cuatro céntimos (9.231,84 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Mil novecientos treinta y ocho euros con sesenta y nueve céntimos (1.938,69 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Once mil ciento setenta euros con cincuenta y tres céntimos (11.170,53 €)

5. PRESUPUESTO BASE DE LA LICITACIÓN

Presupuesto base de licitación: Ciento cuarenta y ocho mil trescientos noventa y dos con cincuenta y dos céntimos (148.392,52 €) más el IVA que resulte de aplicación.

IVA: Treinta y un mil ciento sesenta y dos con cuarenta y tres céntimos (31.162,43 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Ciento setenta y nueve mil quinientos cincuenta y cuatro con noventa y cinco céntimos (179.554,95 €)

	Presupuesto	IVA 21%	IMPORTE IVA INCLUIDO
LOTE 1	45.967,43 €	9.653,16 €	55.620,59 €
LOTE 2	49.686,02 €	10.434,06 €	60.120,08 €
LOTE 3	27.835,66 €	5.845,49 €	33.681,15 €
LOTE 4	15.671,57 €	3.291,03 €	18.962,60 €
LOTE 5	9.231,84 €	1.938,69 €	11.170,53 €
TOTAL	148.392,52 €	31.162,43 €	179.554,95 €

Desglose por lotes:

Lote 1. Navidad y Cabalgata de Reyes, San Isidro y Carnaval (El inicio del contrato será el 1 de junio de 2026 y finalizará el 31 de mayo de 2027):

Importe: Cuarenta y cinco mil novecientos sesenta y siete euros con cuarenta y tres céntimos (45.967,43 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Nueve mil seiscientos cincuenta y tres euros con dieciséis céntimos (9.653,16 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Cincuenta y cinco mil seiscientos veinte euros con cincuenta y nueve céntimos (55.620,59 €)

Lote 2. Veranos de la Villa y Refúgiate en la cultura, Semana Santa y Año Nuevo Chino (l inicio del contrato será el 1 de mayo de 2026 y finalizará el 30 de abril de 2027)

Importe: Cuarenta y nueve mil seiscientos ochenta y seis euros con dos céntimos (49.686,02 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Diez mil cuatrocientos treinta y cuatro euros con seis céntimos (10.434,06 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Sesenta mil ciento veinte euros con ocho céntimos (60.120,08 €)

Lote 3. Festival Internacional JAZZMADRID (El inicio del contrato será el 1 mayo de 2026 y finalizará el 30 de abril de 2027):

Importe: Veintisiete mil ochocientos treinta y cinco euros con sesenta y seis céntimos (27.835,66 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Cinco mil ochocientos cuarenta y cinco euros con cuarenta y nueve céntimos (5.845,49 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Treinta y tres mil seiscientos ochenta y un euros con quince céntimos (33.681,15 €)

Lote 4. Bienal Flamenco Madrid (El inicio del contrato será el 1 de enero de 2027 y finalizará el 31 de diciembre de 2027):

Importe: Quince mil seiscientos setenta y uno con cincuenta y siete céntimos (15.671,57 €) más el IVA que resulte de aplicación.

IVA: Tres mil doscientos noventa y uno con tres céntimos (3.291,03 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Dieciocho mil novecientos sesenta y dos con sesenta céntimos (18.962,60 €).



Lote 5. Campañas culturales nuevas: medio mes y mes entero (El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2026 y finalizará el 30 de abril de 2027)

Importe: Nueve mil doscientos treinta y un euros con ochenta y cuatro céntimos (9.231,84 €) más el IVA que corresponda.

IVA: Mil novecientos treinta y ocho euros con sesenta y nueve céntimos (1.938,69 €). Tipo/s: 21 %

Importe total (IVA incluido): Once mil ciento setenta euros con cincuenta y tres céntimos (11.170,53 €)

6. CRITERIOS DE SOLVENCIA PROFESIONAL, ECONÓMICA Y FINANCIERA

De conformidad con el artículo 74 LCSP, para celebrar contratos con el sector público los empresarios deberán acreditar estar en posesión de las condiciones mínimas de solvencia económica y financiera y profesional o técnica que se determinen por el órgano de contratación.

Para todos los lotes:

Acreditación de la solvencia:

Procede: Si

Acreditación de la solvencia económica y financiera:

Criterio:

- Artículo 87. 1. a) de la LCSP: volumen anual de negocios, o bien volumen anual de negocios en el ámbito al que se refiere el contrato, referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del empresario y de presentación de las ofertas por importe igual o superior al exigido en el anuncio de licitación o en la invitación a participar en el procedimiento y en los pliegos del contrato o, en su defecto, al establecido reglamentariamente.

Acreditación:

- Esta solvencia se considerará acreditada por aquellas empresas cuya cifra anual de negocios referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos concluidos (2022, 2023 y 2024), sea igual o superior al presupuesto base de licitación del lote correspondiente.

El volumen anual de negocios del licitador o candidato **se acreditará** por medio de una **declaración responsable firmada por el representante legal de la empresa**.



Acreditación de la solvencia técnica o profesional:

Acreditación:

- Artículo 90.1.a) de la LCSP: una relación de los principales servicios realizados de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato en el curso de cómo máximo, los tres últimos años, en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos; cuando sea necesario para garantizar un nivel adecuado de competencia, los poderes adjudicadores podrán indicar que se tendrán en cuenta las pruebas de los servicios pertinentes efectuados más de tres años antes. Cuando le sea requerido por los servicios dependientes del órgano de contratación, los servicios efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea una sujeto de derecho privado, mediante un certificado expedido por éste o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación; en su caso estos certificados serán comunicados directamente al órgano de contratación por la autoridad competente.

Requisitos:

- Relación firmada y acreditada documentalmente mediante **certificados de buena ejecución**, de los principales servicios prestados en los tres (3) últimos años concluidos (2022, 2023 y 2024), cuyo importe anual acumulado en el año de mayor ejecución sea igual o superior al 70 % de la anualidad media del contrato, en el lote que corresponda.

La relación debe estar firmada y sellada por el representante legal de la empresa, mientras que los certificados deberán contener el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos, así como la descripción concreta del servicio.

7. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO

Para cada lote se establecen unos criterios de adjudicación, puesto que el proyecto que deberá presentarse depende de cada lote.

Para cada lote se establecen unos criterios de adjudicación, puesto que el proyecto que deberá presentarse depende de cada lote.

Lote 1. Navidad y Cabalgata de Reyes, San Isidro y Carnaval.

CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES (MÁXIMO 25 PUNTOS)

1. Mejoras en la organización del servicio y especialización del equipo para la campaña de Navidad y Cabalgata de Reyes. Hasta un máximo de 10 puntos.

Se valorarán las mejoras organizativas específicas para la campaña de Navidad y Cabalgata de Reyes, entendidas como valor añadido respecto de lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas, en particular:

- Refuerzos del equipo en momentos clave de la campaña.
- Incorporación de perfiles adicionales especializados en comunicación cultural, atención a medios y coordinación in situ de eventos más destacados de la programación
- Propuestas concretas para mejorar la atención a medios y la coordinación con la dirección artística, el equipo de Comunicación de Madrid Destino y los departamentos municipales implicados.
- Elección de herramientas y protocolos más actuales y adecuados.

El licitador presentará una memoria con el detalle de mejoras con una extensión máxima de 7 páginas (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña de Navidad y Cabalgata de Reyes.

Escala de valoración

- 10–8 puntos (máxima calidad)

Propuestas que describen mejoras concretas, detalladas y operativas, claramente adaptadas a la campaña de Navidad y Cabalgata de Reyes, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 7–4 puntos (calidad media)

Propuestas que incluyen mejoras útiles, pero menos desarrolladas o con un grado de detalle limitado, o cuya aplicación en los momentos clave de la campaña no se define plenamente, aunque suponen cierta mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3–0 puntos (calidad baja)

Propuestas que formulan medidas genéricas o poco desarrolladas, se limitan a reiterar las obligaciones mínimas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

2. Mejora en la gestión de perfiles en redes sociales y/o materiales para prensa en el portal oficial de la campaña de Navidad y Cabalgata de Reyes. Hasta un máximo de 5 puntos.

Se valorarán las mejoras propuestas para reforzar la gestión de los perfiles en redes sociales, así como la preparación y actualización de materiales destinados a prensa en el portal oficial de la campaña de Navidad y Cabalgata de Reyes, siempre como valor añadido respecto de las obligaciones mínimas, en particular:

- Utilización de herramientas avanzadas para programación, escucha social y monitorización.
- Mejoras concretas en la gestión de perfiles en redes sociales.
- Mejoras concretas en la sección de prensa del portal oficial de la campaña y nuevos materiales y propuestas que favorezcan una mayor cobertura y difusión por parte de los medios.

El licitador presentará una memoria con el detalle de mejoras con una extensión máxima de 5 páginas (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña de Navidad y Cabalgata de Reyes.

Escala de valoración

- 5–4 puntos (máxima calidad)

Propuestas que presentan mejoras claras, detalladas y directamente aplicables en redes sociales y materiales de prensa del portal oficial, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3–2 puntos (calidad media)

Propuestas que incorporan mejoras útiles, pero con menor nivel de detalle o desarrollo en lo relativo a redes sociales y a la sección de prensa del portal oficial, aunque introducen algún grado de mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 1–0 puntos (calidad baja)

Propuestas que resultan genéricas o poco desarrolladas, se limitan a describir obligaciones ya recogidas en el Pliego de Prescripciones Técnicas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en dicho pliego, especialmente en lo relativo a redes sociales y a la sección de prensa del portal oficial.

3. Mejora en el planteamiento del protocolo de gestión de crisis en redes sociales para la campaña de Navidad y Cabalgata de Reyes. Hasta un máximo de 5 puntos.

Se valorarán las mejoras propuestas en el planteamiento del protocolo de gestión de crisis en redes sociales, entendidas como valor añadido respecto de lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas, en particular:

- Selección justificada de dos escenarios reales de crisis propios de la campaña.
- Definición mejorada del protocolo de actuación, incluyendo detección, respuesta y contención.
- Establecimiento de tiempos de respuesta eficaces y adaptados a la duración de la campaña.

El licitador presentará esta memoria de mejoras para dos escenarios diferentes que formen parte de la campaña de Navidad y Cabalgata de Reyes con una extensión máxima de 6 páginas. (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña de Navidad y Cabalgata de Reyes.

Escala de valoración

- 5–4 puntos (máxima calidad)

Propuestas que presentan mejoras claras, detalladas y operativas en los dos escenarios planteados, con protocolos bien definidos y tiempos de respuesta eficaces, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3–2 puntos (calidad media)

Propuestas que incorporan mejoras útiles, pero con menor nivel de detalle o concreción en los escenarios, en el protocolo o en los tiempos de respuesta, aunque suponen cierta mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 1–0 puntos (calidad baja)

Propuestas genéricas o poco desarrolladas, que no definen con claridad los escenarios o el protocolo, se limitan a reiterar obligaciones mínimas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

4. Mejoras en el lanzamiento de convocatorias, organización de ruedas de prensa, actos novedosos y/o gestión de entrevistas para la campaña de Navidad y Cabalgata de Reyes. Hasta un máximo de 5 puntos.

Se valorarán las mejoras organizativas específicas para la campaña de Navidad y Cabalgata de Reyes, entendidas como valor añadido respecto de lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas, en particular:

- Convocatoria a los medios de Comunicación para las actividades.

- Planificación y organización de posibles ruedas de prensa y/o actos novedosos para iniciativas destacadas de la campaña.
- Coordinación de agenda de trabajo con entrevistas en diferentes medios de comunicación, con representantes institucionales, responsables de la campaña y/o artistas participantes.

El licitador presentará una memoria con el detalle de mejoras con una extensión máxima de 5 páginas (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña de Navidad y Cabalgata de Reyes.

Escala de valoración

- 5–4 puntos (máxima calidad)

Propuestas que describen mejoras concretas, detalladas y operativas, claramente adaptadas a la campaña de Navidad y Cabalgata de Reyes, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3–2 puntos (calidad media)

Propuestas que incluyen mejoras útiles, pero menos desarrolladas o con un grado de detalle limitado, o cuya aplicación en los momentos clave de la campaña no se define plenamente, aunque suponen cierta mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 1–0 puntos (calidad baja)

Propuestas que formulan medidas genéricas o poco desarrolladas, se limitan a reiterar las obligaciones mínimas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES (MÁXIMO 75 PUNTOS)



1. Propuesta económica. Hasta un máximo de 20 puntos.

Los licitadores deberán presentar una oferta económica por el conjunto del lote, desglosando el presupuesto correspondiente a cada una de las campañas que lo integran. La valoración se efectuará sobre el importe total ofertado para el lote.

El máximo de puntos posibles por el criterio económico es de 20 puntos. Éstos se valorarán de la siguiente manera:

Como fórmula para el cálculo de las mismas se establece la siguiente:

$$\frac{20 \times \text{importe de la oferta más baja}}{\text{Importe de la oferta a valorar}}$$

Las ofertas en todos los casos deberán cumplir:

- Los precios son unitarios y sin I.V.A.
- Los precios ofertados por los licitadores deberán ser netos sin decimales.
- Aquellos licitadores que iguallen el precio máximo previsto, recibirán 0 puntos.
- Las valoraciones se harán con dos decimales redondeando el tercer decimal hacia el superior si es 5 o mayor de 5 o hacia el inferior si es 4 o menor de 4.

Introducción de precios en la plataforma de licitación electrónica

Los licitadores deberán indicar el importe ofertado para el servicio objeto de contratación.

IMPORTANTE: Deberá ADJUNTAR EL ANEXO II (MODELO DE OFERTA ECONÓMICA)

EN FORMATO PDF íntegramente cumplimentado y firmado en el presente criterio.

- Criterios adjudicación y designación de los parámetros objetivos que permiten identificar que una oferta se considera anormal:

De los criterios de adjudicación establecidos anteriormente, se tomarán en consideración a efectos de apreciar, en su caso, que la proposición no puede ser cumplida como consecuencia de valores anormales o desproporcionados, los señalados en los criterios valorables en cifras o porcentajes (mejor oferta económica), siendo los límites para apreciar que se dan en aquella dicha circunstancia, los siguientes:

(I) Cuando concurriendo una sola oferta, la misma sea inferior al presupuesto base de licitación establecido en el presente documento, en más de 25 unidades porcentuales.

(II) Cuando concurren dos o más ofertas, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas por los licitadores admitidos a la licitación.

Plazo para la justificación de la anomalía de la oferta: Cinco días hábiles desde la comunicación para la justificación de la oferta.

2. Disponibilidad durante toda la campaña para poder dar respuesta a imprevistos, crisis o atención 'in situ' en las actividades programadas, gracias a la planificación y organización de los profesionales que formen los equipos de trabajo del licitador. Hasta un máximo de 20 puntos.

La distribución de los equipos debe hacerse en función de los trabajos solicitados y siempre debe haber alguien de guardia en el equipo.

Aquellos licitadores que se comprometan a este punto obtendrán la puntuación de 20 puntos y aquellos que no se adquieran el compromiso tendrán 0 puntos.

Su incumplimiento será objeto de penalización conforme a lo establecido en la cláusula 28 del presente Anexo.

En la plataforma de licitación electrónica se debe introducir:

- el valor "1" (uno) en caso de declarar y asumir el compromiso.
- el valor "0" (Cero) en caso de no asumirlo

3. Presentación de un plan de accesibilidad de contenidos en redes sociales y web para personas con diferentes capacidades Hasta un máximo de 20 puntos y es obligatorio incluir un dossier detallado con dicho plan.

Aquellos licitadores que se comprometan a ejecutar un plan accesibilidad en redes y web durante la ejecución del contrato, obtendrán una puntuación de 20 puntos. Aquellas propuestas que no se comprometan, serán valoradas con 0 puntos.

Además, los licitadores deberán acompañar el compromiso con un dossier donde se incluya la información detallada de las propuestas que se pondrán en marcha durante la ejecución del contrato. En el caso de ofertar la mejora, la presentación del dossier es de carácter obligatorio, por lo que aquellas propuestas que no lo incluyan, serán valoradas con 0 puntos. Dicha información será comprobada en el acto público del sobre C, por lo que la información que no haya sido proporcionada con anterioridad al acto, no será válida.

El dossier tendrá una extensión mínima de 3 páginas y no podrá superar las 6 páginas DIN A4. Letra Arial 10. Párrafo justificado, con Interlineado a 1,5 líneas.

En la plataforma de licitación electrónica se debe introducir:

- el valor "1" (uno) en caso de asumir el compromiso.
- el valor "0" (Cero) en caso de no asumirlo

En el caso de ofertar la mejora, la presentación del dossier es de carácter obligatorio, por lo que aquellas propuestas que no lo incluyan, serán valoradas con 0 puntos. Dicha información será comprobada en el acto público del sobre C, por lo que la información que no haya sido proporcionada con anterioridad al acto, no será válida.

4. Diseño de acciones especiales de comunicación. Hasta un máximo de 15 puntos y es obligatorio incluir un dossier en el que se expliquen las acciones.

Aquellos licitadores que se comprometan al diseño de acciones especiales de comunicación durante la ejecución del contrato, obtendrán una puntuación máxima de 15 puntos conforme al siguiente escalado:

- 3 acciones para el lote al que se presenta el licitador: 15 puntos
- 2 acciones para el lote al que se presenta el licitador: 10 puntos

- 1 acción para el lote al que se presenta el licitador: 5 puntos

Además, los licitadores deberán acompañar el compromiso con un dossier donde se incluya la información de las acciones de comunicación que se pondrán en marcha durante la ejecución del contrato. Si el número de acciones ofertadas es de dos, dicho dossier deberá contener la información de dos acciones para el lote al que se presenta, y así sucesivamente. Las acciones podrán ser para la misma campaña o para cualquier campaña del lote al que se presente el licitador.

El dossier tendrá una extensión mínima de 3 páginas y no podrá superar las 4 páginas DIN A. Letra Arial 10. Párrafo justificado, con Interlineado a 1,5 líneas.

En la plataforma de licitación electrónica se debe introducir:

- el valor “1” (uno) en caso de asumir el compromiso.
- el valor “0” (Cero) en caso de no asumirlo

En el caso de ofertar la mejora, la presentación del dossier es de carácter obligatorio, por lo que aquellas propuestas que no lo incluyan, serán valoradas con 0 puntos. Dicha información será comprobada en el acto público del sobre C, por lo que la información que no haya sido proporcionada con anterioridad al acto, no será válida.

SERÁ CAUSA DE EXCLUSIÓN DE LA OFERTA INCLUIR LA DOCUMENTACIÓN DEL SOBRE C) DE CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES EN EL SOBRE AB) DE DECLARACIÓN RESPONSABLE Y CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES

Lote 2. Veranos de la Villa y Refúgiate en la Cultura, Semana Santa y Año Nuevo Chino.

CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES (MÁXIMO 25 PUNTOS)

- 1. Mejoras en la organización del servicio y especialización del equipo para la campaña de Veranos de la Villa. Hasta un máximo de 10 puntos.**

Se valorarán las mejoras organizativas específicas para la campaña de Veranos de la Villa, entendidas como valor añadido respecto de lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas, en particular:

- Refuerzos del equipo en momentos clave de la campaña.
- Incorporación de perfiles adicionales especializados en comunicación cultural, atención a medios y coordinación in situ de eventos más destacados de la programación
- Propuestas concretas para mejorar la atención a medios y la coordinación con la dirección artística, el equipo de Comunicación de Madrid Destino y los departamentos municipales implicados.
- Elección de herramientas y protocolos más actuales y adecuados.

El licitador presentará una memoria con el detalle de mejoras con una extensión máxima de 7 páginas (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña de Veranos de la Villa.

Escala de valoración

- 10–8 puntos (máxima calidad)

Propuestas que describen mejoras concretas, detalladas y operativas, claramente adaptadas a la campaña de Veranos de la Villa, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 7–4 puntos (calidad media)

Propuestas que incluyen mejoras útiles, pero menos desarrolladas o con un grado de detalle limitado, o cuya aplicación en los momentos clave de la campaña no se define plenamente, aunque suponen cierta mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3–0 puntos (calidad baja)

Propuestas que formulan medidas genéricas o poco desarrolladas, se limitan a reiterar las obligaciones mínimas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

2. Mejora en la gestión de perfiles en redes sociales y/o materiales para prensa en el portal oficial de la campaña Veranos de la Villa. Hasta un máximo de 5 puntos.

Se valorarán las mejoras propuestas para reforzar la gestión de los perfiles en redes sociales, así como la preparación y actualización de materiales destinados a prensa en el portal oficial de la campaña de Veranos de la Villa, siempre como valor añadido respecto de las obligaciones mínimas, en particular:

- Utilización de herramientas avanzadas para programación, escucha social y monitorización.
- Mejoras concretas en la gestión de perfiles en redes sociales.
- Mejoras concretas en la sección de prensa del portal oficial de la campaña y nuevos materiales y propuestas que favorezcan una mayor cobertura y difusión por parte de los medios.

El licitador presentará una memoria con el detalle de mejoras con una extensión máxima de 5 páginas (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña de Veranos de la Villa.

Escala de valoración

- 5–4 puntos (máxima calidad)

Propuestas que presentan mejoras claras, detalladas y directamente aplicables en redes sociales y materiales de prensa del portal oficial, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.



- 3–2 puntos (calidad media)

Propuestas que incorporan mejoras útiles, pero con menor nivel de detalle o desarrollo en lo relativo a redes sociales y a la sección de prensa del portal oficial, aunque introducen algún grado de mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 1–0 puntos (calidad baja)

Propuestas que resultan genéricas o poco desarrolladas, se limitan a describir obligaciones ya recogidas en el Pliego de Prescripciones Técnicas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en dicho pliego, especialmente en lo relativo a redes sociales y a la sección de prensa del portal oficial.

3. Mejora en el planteamiento del protocolo de gestión de crisis en redes sociales para la campaña de Veranos de la Villa. Hasta un máximo de 5 puntos.

Se valorarán las mejoras propuestas en el planteamiento del protocolo de gestión de crisis en redes sociales, entendidas como valor añadido respecto de lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas, en particular:

- Selección justificada de dos escenarios reales de crisis propios de la campaña.
- Definición mejorada del protocolo de actuación, incluyendo detección, respuesta y contención.
- Establecimiento de tiempos de respuesta eficaces y adaptados a la duración de la campaña.

El licitador presentará esta memoria de mejoras para dos escenarios diferentes que formen parte de la campaña de Veranos de la Villa con una extensión máxima de 6 páginas. (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña de Veranos de la Villa.

Escala de valoración

- 5–4 puntos (máxima calidad)

Propuestas que presentan mejoras claras, detalladas y operativas en los dos escenarios planteados, con protocolos bien definidos y tiempos de respuesta eficaces, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3–2 puntos (calidad media)

Propuestas que incorporan mejoras útiles, pero con menor nivel de detalle o concreción en los escenarios, en el protocolo o en los tiempos de respuesta, aunque suponen cierta mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 1–0 puntos (calidad baja)

Propuestas genéricas o poco desarrolladas, que no definen con claridad los escenarios o el protocolo, se limitan a reiterar obligaciones mínimas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

4. Mejoras en el lanzamiento de convocatorias, organización de ruedas de prensa, actos novedosos y/o gestión de entrevistas para la campaña de Veranos de la Villa. Hasta un máximo de 5 puntos.

Se valorarán las mejoras organizativas específicas para la campaña de Veranos de la Villa, entendidas como valor añadido respecto de lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas, en particular:

- Convocatoria a los medios de Comunicación para las actividades.
- Planificación y organización de posibles ruedas de prensa y/o actos novedosos para iniciativas destacadas de la campaña.
- Coordinación de agenda de trabajo con entrevistas en diferentes medios de comunicación, con representantes institucionales, responsables de la campaña y/o artistas participantes.

El licitador presentará una memoria con el detalle de mejoras con una extensión máxima de 5 páginas (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.



En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña de Veranos de la Villa.

Escala de valoración

- 5–4 puntos (máxima calidad)

Propuestas que describen mejoras concretas, detalladas y operativas, claramente adaptadas a la campaña de Veranos de la Villa, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3–2 puntos (calidad media)

Propuestas que incluyen mejoras útiles, pero menos desarrolladas o con un grado de detalle limitado, o cuya aplicación en los momentos clave de la campaña no se define plenamente, aunque suponen cierta mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 1–0 puntos (calidad baja)

Propuestas que formulan medidas genéricas o poco desarrolladas, se limitan a reiterar las obligaciones mínimas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES (MÁXIMO 75 PUNTOS)

1. Propuesta económica. Hasta un máximo de 20 puntos.

Los licitadores deberán presentar una oferta económica por el conjunto del lote, desglosando el presupuesto correspondiente a cada una de las campañas que lo integran. La valoración se efectuará sobre el importe total ofertado para el lote.

El máximo de puntos posibles por el criterio económico es de 20 puntos. Éstos se valorarán de la siguiente manera:

Como fórmula para el cálculo de las mismas se establece la siguiente:

$$20 \times \text{importe de la oferta más baja}$$

$$\text{Importe de la oferta a valorar}$$

Las ofertas en todos los casos deberán cumplir:

- Los precios son unitarios y sin I.V.A.
- Los precios ofertados por los licitadores deberán ser netos sin decimales.
- Aquellos licitadores que iguallen el precio máximo previsto, recibirán 0 puntos.
- Las valoraciones se harán con dos decimales redondeando el tercer decimal hacia el superior si es 5 o mayor de 5 o hacia el inferior si es 4 o menor de 4.

Introducción de precios en la plataforma de licitación electrónica

Los licitadores deberán indicar el importe ofertado para el servicio objeto de contratación.

IMPORTANTE: Deberá ADJUNTAR EL ANEXO II (MODELO DE OFERTA ECONÓMICA) EN FORMATO PDF íntegramente cumplimentado y firmado en el presente criterio.

- Criterios adjudicación y designación de los parámetros objetivos que permiten identificar que una oferta se considera anormal:

De los criterios de adjudicación establecidos anteriormente, se tomarán en consideración a efectos de apreciar, en su caso, que la proposición no puede ser cumplida como consecuencia de valores anormales o desproporcionados, los señalados en los criterios valorables en cifras o porcentajes (mejor oferta económica), siendo los límites para apreciar que se dan en aquella dicha circunstancia, los siguientes:

(I) Cuando concurriendo una sola oferta, la misma sea inferior al presupuesto base de licitación establecido en el presente documento, en más de 25 unidades porcentuales.

(II) Cuando concurren dos o más ofertas, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas por los licitadores admitidos a la licitación.

Plazo para la justificación de la anormalidad de la oferta: Cinco días hábiles desde la comunicación para la justificación de la oferta.

2. Disponibilidad durante toda la campaña para poder dar respuesta a imprevistos, crisis o atención 'in situ' en las actividades programadas, gracias a la planificación y organización de los profesionales que formen los equipos de trabajo del licitador. Hasta un máximo de 20 puntos.

La distribución de los equipos debe hacerse en función de los trabajos solicitados y siempre debe haber alguien de guardia en el equipo.

Aquellos licitadores que se comprometan a este punto obtendrán la puntuación de 20 puntos y aquellos que no se adquieran el compromiso tendrán 0 puntos.

Su incumplimiento será objeto de penalización conforme a lo establecido en la cláusula 28 del presente Anexo.

En la plataforma de licitación electrónica se debe introducir:

- el valor "1" (uno) en caso de declarar y asumir el compromiso.
- el valor "0" (Cero) en caso de no asumirlo

3. Presentación de un plan de accesibilidad de contenidos en redes sociales y web para personas con diferentes capacidades Hasta un máximo de 20 puntos y es obligatorio incluir un dossier detallado con dicho plan.

Aquellos licitadores que se comprometan a ejecutar un plan de accesibilidad en redes y web durante la ejecución del contrato, obtendrán una puntuación de 20 puntos. Aquellas propuestas que no se comprometan, serán valoradas con 0 puntos.

Además, los licitadores deberán acompañar el compromiso con un dossier donde se incluya la información detallada de las propuestas que se pondrán en marcha durante la ejecución del contrato. En el caso de ofertar la mejora, la presentación del dossier es de carácter obligatorio, por lo que aquellas propuestas que no lo incluyan, serán valoradas con 0 puntos. Dicha información será comprobada en el acto público del sobre C, por lo que la información que no haya sido proporcionada con anterioridad al acto, no será válida.

El dossier tendrá una extensión mínima de 3 páginas y no podrá superar las 6 páginas DIN A4. Letra Arial 10. Párrafo justificado, con Interlineado a 1,5 líneas.

En la plataforma de licitación electrónica se debe introducir:

- el valor “1” (uno) en caso de asumir el compromiso.
- el valor “0” (Cero) en caso de no asumirlo

En el caso de ofertar la mejora, la presentación del dossier es de carácter obligatorio, por lo que aquellas propuestas que no lo incluyan, serán valoradas con 0 puntos. Dicha información será comprobada en el acto público del sobre C, por lo que la información que no haya sido proporcionada con anterioridad al acto, no será válida.

4. Diseño de acciones especiales de comunicación. Hasta un máximo de 15 puntos y es obligatorio incluir un dossier en el que se expliquen las acciones.

Aquellos licitadores que se comprometan al diseño de acciones especiales de comunicación durante la ejecución del contrato, obtendrán una puntuación máxima de 15 puntos conforme al siguiente escalado:

- 3 acciones para el lote al que se presenta el licitador: 15 puntos
- 2 acciones para el lote al que se presenta el licitador: 10 puntos
- 1 acción para el lote al que se presenta el licitador: 5 puntos

Además, los licitadores deberán acompañar el compromiso con un dossier donde se incluya la información de las acciones de comunicación que se pondrán en marcha durante la ejecución del contrato. Si el número de acciones ofertadas es de dos, dicho dossier deberá contener la información de dos acciones para el lote al que se presenta, y así sucesivamente. Las acciones podrán ser para la misma campaña o para cualquier campaña del lote al que se presente el licitador.

El dossier tendrá una extensión mínima de 3 páginas y no podrá superar las 4 páginas DIN A. Letra Arial 10. Párrafo justificado, con Interlineado a 1,5 líneas.

En la plataforma de licitación electrónica se debe introducir:

- el valor “1” (uno) en caso de asumir el compromiso.
- el valor “0” (Cero) en caso de no asumirlo

En el caso de ofertar la mejora, la presentación del dossier es de carácter obligatorio, por lo que aquellas propuestas que no lo incluyan, serán valoradas con 0 puntos. Dicha información será comprobada en el acto público del sobre C, por lo que la información que no haya sido proporcionada con anterioridad al acto, no será válida.

SERÁ CAUSA DE EXCLUSIÓN DE LA OFERTA INCLUIR LA DOCUMENTACIÓN DEL SOBRE C) DE CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES EN EL SOBRE AB) DE DECLARACIÓN RESPONSABLE Y CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES

Lote 3. Festival Internacional JAZZMADRID.

CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES (MÁXIMO 25 PUNTOS)

1. Mejoras en la organización del servicio y especialización del equipo para la campaña de Festival Internacional JAZZMADRID. Hasta un máximo de 10 puntos.

Se valorarán las mejoras organizativas específicas para la campaña del Festival Internacional JAZZMADRID, entendidas como valor añadido respecto de lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas, en particular:

- Refuerzos del equipo en momentos clave de la campaña.
- Incorporación de perfiles adicionales especializados en comunicación cultural, atención a medios y coordinación in situ de eventos más destacados de la programación
- Propuestas concretas para mejorar la atención a medios y la coordinación con la dirección artística, el equipo de Comunicación de Madrid Destino y los departamentos municipales implicados.
- Elección de herramientas y protocolos más actuales y adecuados.

El licitador presentará una memoria con el detalle de mejoras con una extensión máxima de 7 páginas (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña del Festival Internacional JAZZMADRID.

Escala de valoración

- 10–8 puntos (máxima calidad)

Propuestas que describen mejoras concretas, detalladas y operativas, claramente adaptadas a la campaña del Festival Internacional JAZZMADRID, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 7–4 puntos (calidad media)

Propuestas que incluyen mejoras útiles, pero menos desarrolladas o con un grado de detalle limitado, o cuya aplicación en los momentos clave de la campaña no se define plenamente, aunque suponen cierta mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3–0 puntos (calidad baja)

Propuestas que formulan medidas genéricas o poco desarrolladas, se limitan a reiterar las obligaciones mínimas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

2. Mejora en la gestión de perfiles en redes sociales y/o materiales para prensa en el portal oficial de la campaña del Festival Internacional JAZZMADRID. Hasta un máximo de 5 puntos.

Se valorarán las mejoras propuestas para reforzar la gestión de los perfiles en redes sociales, así como la preparación y actualización de materiales destinados a prensa en el portal oficial de la campaña del Festival Internacional JAZZMADRID, siempre como valor añadido respecto de las obligaciones mínimas, en particular:

- Utilización de herramientas avanzadas para programación, escucha social y monitorización.
- Mejoras concretas en la gestión de perfiles en redes sociales.
- Mejoras concretas en la sección de prensa del portal oficial de la campaña y nuevos materiales y propuestas que favorezcan una mayor cobertura y difusión por parte de los medios.

El licitador presentará una memoria con el detalle de mejoras con una extensión máxima de 5 páginas (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña del Festival Internacional JAZZMADRID.

Escala de valoración

- 5–4 puntos (máxima calidad)

Propuestas que presentan mejoras claras, detalladas y directamente aplicables en redes sociales y materiales de prensa del portal oficial, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3–2 puntos (calidad media)

Propuestas que incorporan mejoras útiles, pero con menor nivel de detalle o desarrollo en lo relativo a redes sociales y a la sección de prensa del portal oficial, aunque introducen algún grado de mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 1–0 puntos (calidad baja)

Propuestas que resultan genéricas o poco desarrolladas, se limitan a describir obligaciones ya recogidas en el Pliego de Prescripciones Técnicas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en dicho pliego, especialmente en lo relativo a redes sociales y a la sección de prensa del portal oficial.

3. Mejora en el planteamiento del protocolo de gestión de crisis en redes sociales para la campaña del Festival Internacional JAZZMADRID. Hasta un máximo de 5 puntos.

Se valorarán las mejoras propuestas en el planteamiento del protocolo de gestión de crisis en redes sociales, entendidas como valor añadido respecto de lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas, en particular:

- Selección justificada de dos escenarios reales de crisis propios de la campaña.
- Definición mejorada del protocolo de actuación, incluyendo detección, respuesta y contención.
- Establecimiento de tiempos de respuesta eficaces y adaptados a la duración de la campaña.

El licitador presentará esta memoria de mejoras para dos escenarios diferentes que formen parte de la campaña del Festival Internacional JAZZMADRID con una extensión máxima de 6 páginas. (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña del Festival Internacional JAZZMADRID.

Escala de valoración

- 5–4 puntos (máxima calidad)

Propuestas que presentan mejoras claras, detalladas y operativas en los dos escenarios planteados, con protocolos bien definidos y tiempos de respuesta eficaces, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3–2 puntos (calidad media)

Propuestas que incorporan mejoras útiles, pero con menor nivel de detalle o concreción en los escenarios, en el protocolo o en los tiempos de respuesta, aunque suponen cierta mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 1–0 puntos (calidad baja)

Propuestas genéricas o poco desarrolladas, que no definen con claridad los escenarios o el protocolo, se limitan a reiterar obligaciones mínimas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.



4. Mejoras en el lanzamiento de convocatorias, organización de ruedas de prensa, actos novedosos y/o gestión de entrevistas para la campaña del Festival Internacional JAZZMADRID. Hasta un máximo de 5 puntos.

Se valorarán las mejoras organizativas específicas para la campaña de Navidad y Cabalgata de Reyes, entendidas como valor añadido respecto de lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas, en particular:

- Convocatoria a los medios de Comunicación para las actividades.
- Planificación y organización de posibles ruedas de prensa y/o actos novedosos para iniciativas destacadas de la campaña.
- Coordinación de agenda de trabajo con entrevistas en diferentes medios de comunicación, con representantes institucionales, responsables de la campaña y/o artistas participantes.

El licitador presentará una memoria con el detalle de mejoras con una extensión máxima de 5 páginas (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña del Festival Internacional JAZZMADRID.

Escala de valoración

- 5–4 puntos (máxima calidad)

Propuestas que describen mejoras concretas, detalladas y operativas, claramente adaptadas a la campaña de Navidad y Cabalgata de Reyes, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3–2 puntos (calidad media)

Propuestas que incluyen mejoras útiles, pero menos desarrolladas o con un grado de detalle limitado, o cuya aplicación en los momentos clave de la campaña no se define plenamente, aunque suponen cierta mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 1–0 puntos (calidad baja)

Propuestas que formulan medidas genéricas o poco desarrolladas, se limitan a reiterar las obligaciones mínimas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES (MÁXIMO 75 PUNTOS)

1. Propuesta económica. Hasta un máximo de 20 puntos.

Los licitadores deberán presentar una oferta económica por la campaña que se corresponde con este lote. La valoración se efectuará sobre este importe.

El máximo de puntos posibles por el criterio económico es de 20 puntos. Éstos se valorarán de la siguiente manera:

Como fórmula para el cálculo de las mismas se establece la siguiente:

$$\frac{20 \times \text{importe de la oferta más baja}}{\text{Importe de la oferta a valorar}}$$

Las ofertas en todos los casos deberán cumplir:

- Los precios son unitarios y sin I.V.A.
- Los precios ofertados por los licitadores deberán ser netos sin decimales.
- Aquellos licitadores que igualen el precio máximo previsto, recibirán 0 puntos.
- Las valoraciones se harán con dos decimales redondeando el tercer decimal hacia el superior si es 5 o mayor de 5 o hacia el inferior si es 4 o menor de 4.

Introducción de precios en la plataforma de licitación electrónica

Los licitadores deberán indicar el importe ofertado para el servicio objeto de contratación.
IMPORTANTE: Deberá ADJUNTAR EL ANEXO II (MODELO DE OFERTA ECONÓMICA) EN FORMATO PDF íntegramente cumplimentado y firmado en el presente criterio.

- Criterios adjudicación y designación de los parámetros objetivos que permiten identificar que una oferta se considera anormal:

De los criterios de adjudicación establecidos anteriormente, se tomarán en consideración a efectos de apreciar, en su caso, que la proposición no puede ser cumplida como consecuencia de valores anormales o desproporcionados, los señalados en los criterios valorables en cifras o porcentajes (mejor oferta económica), siendo los límites para apreciar que se dan en aquella dicha circunstancia, los siguientes:

(I) Cuando concurriendo una sola oferta, la misma sea inferior al presupuesto base de licitación establecido en el presente documento, en más de 25 unidades porcentuales.

(II) Cuando concurren dos o más ofertas, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas por los licitadores admitidos a la licitación.

Plazo para la justificación de la anormalidad de la oferta: Cinco días hábiles desde la comunicación para la justificación de la oferta.

2. Disponibilidad durante toda la campaña para poder dar respuesta a imprevistos, crisis o atención 'in situ' en las actividades programadas, gracias a la planificación y organización de los profesionales que formen los equipos de trabajo del licitador. Hasta un máximo de 20 puntos.

La distribución de los equipos debe hacerse en función de los trabajos solicitados y siempre debe haber alguien de guardia en el equipo.

Aquellos licitadores que se comprometan a este punto obtendrán la puntuación de 20 puntos y aquellos que no se adquieran el compromiso tendrán 0 puntos.

Su incumplimiento será objeto de penalización conforme a lo establecido en la cláusula 28 del presente Anexo.

En la plataforma de licitación electrónica se debe introducir:

- el valor "1" (uno) en caso de declarar y asumir el compromiso.
- el valor "0" (Cero) en caso de no asumirlo

3. Presentación de un plan de accesibilidad de contenidos en redes sociales y web para personas con diferentes capacidades Hasta un máximo de 20 puntos y es obligatorio incluir un dossier detallado con dicho plan.

Aquellos licitadores que se comprometan a ejecutar un plan accesibilidad en redes y web durante la ejecución del contrato, obtendrán una puntuación de 20 puntos. Aquellas propuestas que no se comprometan, serán valoradas con 0 puntos.

Además, los licitadores deberán acompañar el compromiso con un dossier donde se incluya la información detallada de las propuestas que se pondrán en marcha durante la ejecución del contrato. En el caso de ofertar la mejora, la presentación del dossier es de carácter obligatorio, por lo que aquellas propuestas que no lo incluyan, serán valoradas con 0 puntos. Dicha información será comprobada en el acto público del sobre C, por lo que la información que no haya sido proporcionada con anterioridad al acto, no será válida.

El dossier tendrá una extensión mínima de 3 páginas y no podrá superar las 6 páginas DIN A4. Letra Arial 10. Párrafo justificado, con Interlineado a 1,5 líneas.

En la plataforma de licitación electrónica se debe introducir:

- el valor “1” (uno) en caso de asumir el compromiso.
- el valor “0” (Cero) en caso de no asumirlo

En el caso de ofertar la mejora, la presentación del dossier es de carácter obligatorio, por lo que aquellas propuestas que no lo incluyan, serán valoradas con 0 puntos. Dicha información será comprobada en el acto público del sobre C, por lo que la información que no haya sido proporcionada con anterioridad al acto, no será válida.

4. Diseño de acciones especiales de comunicación. Hasta un máximo de 15 puntos y es obligatorio incluir un dossier en el que se expliquen las acciones.

Aquellos licitadores que se comprometan al diseño de acciones especiales de comunicación durante la ejecución del contrato, obtendrán una puntuación máxima de 15 puntos conforme al siguiente

escalado:

- 3 acciones para el lote al que se presenta el licitador: 15 puntos
- 2 acciones para el lote al que se presenta el licitador: 10 puntos
- 1 acción para el lote al que se presenta el licitador: 5 puntos

Además, los licitadores deberán acompañar el compromiso con un dossier donde se incluya la información de las acciones de comunicación que se pondrán en marcha durante la ejecución del contrato. Si el número de acciones ofertadas es de dos, dicho dossier deberá contener la información de dos acciones para el lote al que se presenta, y así sucesivamente. Las acciones podrán ser para la misma campaña o para cualquier campaña del lote al que se presente el licitador.

El dossier tendrá una extensión mínima de 3 páginas y no podrá superar las 4 páginas DIN A. Letra Arial 10. Párrafo justificado, con Interlineado a 1,5 líneas.

En la plataforma de licitación electrónica se debe introducir:

- el valor "1" (uno) en caso de asumir el compromiso.
- el valor "0" (Cero) en caso de no asumirlo

En el caso de ofertar la mejora, la presentación del dossier es de carácter obligatorio, por lo que aquellas propuestas que no lo incluyan, serán valoradas con 0 puntos. Dicha información será comprobada en el acto público del sobre C, por lo que la información que no haya sido proporcionada con anterioridad al acto, no será válida.

SERÁ CAUSA DE EXCLUSIÓN DE LA OFERTA INCLUIR LA DOCUMENTACIÓN DEL SOBRE C) DE CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES EN EL SOBRE AB) DE DECLARACIÓN RESPONSABLE Y CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES

Lote 4. Bienal Flamenco Madrid.

CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES (MÁXIMO 25 PUNTOS)



1. Mejoras en la organización del servicio y especialización del equipo para la campaña de Bienal Flamenco Madrid. Hasta un máximo de 10 puntos.

Se valorarán las mejoras organizativas específicas para la campaña de Bienal Flamenco Madrid, entendidas como valor añadido respecto de lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas, en particular:

- Refuerzos del equipo en momentos clave de la campaña.
- Incorporación de perfiles adicionales especializados en comunicación cultural, atención a medios y coordinación in situ de eventos más destacados de la programación
- Propuestas concretas para mejorar la atención a medios y la coordinación con la dirección artística, el equipo de Comunicación de Madrid Destino y los departamentos municipales implicados.
- Elección de herramientas y protocolos más actuales y adecuados.

El licitador presentará una memoria con el detalle de mejoras con una extensión máxima de 7 páginas (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña de Bienal Flamenco Madrid.

Escala de valoración

- 10–8 puntos (máxima calidad)

Propuestas que describen mejoras concretas, detalladas y operativas, claramente adaptadas a la campaña de Bienal Flamenco Madrid, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 7–4 puntos (calidad media)

Propuestas que incluyen mejoras útiles, pero menos desarrolladas o con un grado de detalle limitado, o cuya aplicación en los momentos clave de la campaña no se define plenamente, aunque suponen cierta mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3-0 puntos (calidad baja)

Propuestas que formulan medidas genéricas o poco desarrolladas, se limitan a reiterar las obligaciones mínimas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

2. Mejora en la gestión de perfiles en redes sociales y/o materiales para prensa en el portal oficial de la campaña de Bienal Flamenco Madrid. Hasta un máximo de 5 puntos.

Se valorarán las mejoras propuestas para reforzar la gestión de los perfiles en redes sociales, así como la preparación y actualización de materiales destinados a prensa en el portal oficial de campaña de Bienal Flamenco Madrid, siempre como valor añadido respecto de las obligaciones mínimas, en particular:

- Utilización de herramientas avanzadas para programación, escucha social y monitorización.
- Mejoras concretas en la gestión de perfiles en redes sociales.
- Mejoras concretas en la sección de prensa del portal oficial de la campaña y nuevos materiales y propuestas que favorezcan una mayor cobertura y difusión por parte de los medios.

El licitador presentará una memoria con el detalle de mejoras con una extensión máxima de 5 páginas (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña de Bienal Flamenco Madrid.

Escala de valoración

- 5–4 puntos (máxima calidad)

Propuestas que presentan mejoras claras, detalladas y directamente aplicables en redes sociales y materiales de prensa del portal oficial, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3–2 puntos (calidad media)

Propuestas que incorporan mejoras útiles, pero con menor nivel de detalle o desarrollo en lo relativo a redes sociales y a la sección de prensa del portal oficial, aunque introducen algún grado de mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 1–0 puntos (calidad baja)

Propuestas que resultan genéricas o poco desarrolladas, se limitan a describir obligaciones ya recogidas en el Pliego de Prescripciones Técnicas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en dicho pliego, especialmente en lo relativo a redes sociales y a la sección de prensa del portal oficial.

3. Mejora en el planteamiento del protocolo de gestión de crisis en redes sociales para la campaña de Bienal Flamenco Madrid. Hasta un máximo de 5 puntos.

Se valorarán las mejoras propuestas en el planteamiento del protocolo de gestión de crisis en redes sociales, entendidas como valor añadido respecto de lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas, en particular:

- Selección justificada de dos escenarios reales de crisis propios de la campaña.
- Definición mejorada del protocolo de actuación, incluyendo detección, respuesta y contención.
- Establecimiento de tiempos de respuesta eficaces y adaptados a la duración de la campaña.

El licitador presentará esta memoria de mejoras para dos escenarios diferentes que formen parte de la campaña de Bienal Flamenco Madrid, con una extensión máxima de 6 páginas. (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña de Bienal Flamenco Madrid.

Escala de valoración

- 5–4 puntos (máxima calidad)

Propuestas que presentan mejoras claras, detalladas y operativas en los dos escenarios planteados, con protocolos bien definidos y tiempos de respuesta eficaces, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3–2 puntos (calidad media)

Propuestas que incorporan mejoras útiles, pero con menor nivel de detalle o concreción en los escenarios, en el protocolo o en los tiempos de respuesta, aunque suponen cierta mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 1–0 puntos (calidad baja)

Propuestas genéricas o poco desarrolladas, que no definen con claridad los escenarios o el protocolo, se limitan a reiterar obligaciones mínimas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

4. Mejoras en el lanzamiento de convocatorias, organización de ruedas de prensa, actos novedosos y/o gestión de entrevistas para la campaña de Bienal Flamenco Madrid. Hasta un máximo de 5 puntos.

Se valorarán las mejoras organizativas específicas para la campaña de Bienal Flamenco Madrid, entendidas como valor añadido respecto de lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas, en particular:

- Convocatoria a los medios de Comunicación para las actividades.
- Planificación y organización de posibles ruedas de prensa y/o actos novedosos para iniciativas destacadas de la campaña.
- Coordinación de agenda de trabajo con entrevistas en diferentes medios de comunicación, con representantes institucionales, responsables de la campaña y/o artistas participantes.

El licitador presentará una memoria con el detalle de mejoras con una extensión máxima de 5 páginas (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña de Bienal Flamenco Madrid.

Escala de valoración

- 5–4 puntos (máxima calidad)

Propuestas que describen mejoras concretas, detalladas y operativas, claramente adaptadas a la campaña de Bienal Flamenco Madrid, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3–2 puntos (calidad media)

Propuestas que incluyen mejoras útiles, pero menos desarrolladas o con un grado de detalle limitado, o cuya aplicación en los momentos clave de la campaña no se define plenamente, aunque suponen cierta mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 1–0 puntos (calidad baja)

Propuestas que formulan medidas genéricas o poco desarrolladas, se limitan a reiterar las obligaciones mínimas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES (MÁXIMO 75 PUNTOS)

1. Propuesta económica. Hasta un máximo de 20 puntos.

Los licitadores deberán presentar una oferta económica por la campaña que se corresponde con este lote. La valoración se efectuará sobre este importe.

El máximo de puntos posibles por el criterio económico es de 20 puntos. Éstos se valorarán de la siguiente manera:

Como fórmula para el cálculo de las mismas se establece la siguiente:

$$20 \times \text{importe de la oferta más baja}$$

$$\text{Importe de la oferta a valorar}$$

Las ofertas en todos los casos deberán cumplir:

- Los precios son unitarios y sin I.V.A.
- Los precios ofertados por los licitadores deberán ser netos sin decimales.
- Aquellos licitadores que iguallen el precio máximo previsto, recibirán 0 puntos.
- Las valoraciones se harán con dos decimales redondeando el tercer decimal hacia el superior si es 5 o mayor de 5 o hacia el inferior si es 4 o menor de 4.

Introducción de precios en la plataforma de licitación electrónica

Los licitadores deberán indicar el importe ofertado para el servicio objeto de contratación.
IMPORTANTE: Deberá ADJUNTAR EL ANEXO II (MODELO DE OFERTA ECONÓMICA)
EN FORMATO PDF íntegramente cumplimentado y firmado en el presente criterio.

- Criterios adjudicación y designación de los parámetros objetivos que permiten identificar que una oferta se considera anormal:

De los criterios de adjudicación establecidos anteriormente, se tomarán en consideración a efectos de apreciar, en su caso, que la proposición no puede ser cumplida como consecuencia de valores anormales o desproporcionados, los señalados en los criterios valorables en cifras o porcentajes (mejor oferta económica), siendo los límites para apreciar que se dan en aquella dicha circunstancia, los siguientes:

(I) Cuando concurriendo una sola oferta, la misma sea inferior al presupuesto base de licitación establecido en el presente documento, en más de 25 unidades porcentuales.

(II) Cuando concurren dos o más ofertas, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas por los licitadores admitidos a la licitación.

Plazo para la justificación de la anormalidad de la oferta: Cinco días hábiles desde la comunicación para la justificación de la oferta.

2. Disponibilidad durante toda la campaña para poder dar respuesta a imprevistos, crisis o atención 'in situ' en las actividades programadas, gracias a la planificación



**y organización de los profesionales que formen los equipos de trabajo del licitador.
Hasta un máximo de 20 puntos.**

La distribución de los equipos debe hacerse en función de los trabajos solicitados y siempre debe haber alguien de guardia en el equipo.

Aquellos licitadores que se comprometan a este punto obtendrán la puntuación de 20 puntos y aquellos que no se adquieran el compromiso tendrán 0 puntos.

Su incumplimiento será objeto de penalización conforme a lo establecido en la cláusula 28 del presente Anexo.

En la plataforma de licitación electrónica se debe introducir:

- el valor "1" (uno) en caso de declarar y asumir el compromiso.
- el valor "0" (Cero) en caso de no asumirlo

3. Presentación de un plan de accesibilidad de contenidos en redes sociales y web para personas con diferentes capacidades Hasta un máximo de 20 puntos y es obligatorio incluir un dossier detallado con dicho plan.

Aquellos licitadores que se comprometan a ejecutar un plan accesibilidad en redes y web durante la ejecución del contrato, obtendrán una puntuación de 20 puntos. Aquellas propuestas que no se comprometan, serán valoradas con 0 puntos.

Además, los licitadores deberán acompañar el compromiso con un dossier donde se incluya la información detallada de las propuestas que se pondrán en marcha durante la ejecución del contrato. En el caso de ofertar la mejora, la presentación del dossier es de carácter obligatorio, por lo que aquellas propuestas que no lo incluyan, serán valoradas con 0 puntos. Dicha información será comprobada en el acto público del sobre C, por lo que la información que no haya sido proporcionada con anterioridad al acto, no será válida.

El dossier tendrá una extensión mínima de 3 páginas y no podrá superar las 6 páginas DIN A4. Letra Arial 10. Párrafo justificado, con Interlineado a 1,5 líneas.

En la plataforma de licitación electrónica se debe introducir:

- el valor "1" (uno) en caso de asumir el compromiso.
- el valor "0" (Cero) en caso de no asumirlo

En el caso de ofertar la mejora, la presentación del dossier es de carácter obligatorio, por lo que aquellas propuestas que no lo incluyan, serán valoradas con 0 puntos. Dicha información será comprobada en el acto público del sobre C, por lo que la información que no haya sido proporcionada con anterioridad al acto, no será válida.

4. Diseño de acciones especiales de comunicación. Hasta un máximo de 15 puntos y es obligatorio incluir un dossier en el que se expliquen las acciones.

Aquellos licitadores que se comprometan al diseño de acciones especiales de comunicación durante la ejecución del contrato, obtendrán una puntuación máxima de 15 puntos conforme al siguiente escalado:

- 3 acciones para el lote al que se presenta el licitador: 15 puntos
- 2 acciones para el lote al que se presenta el licitador: 10 puntos
- 1 acción para el lote al que se presenta el licitador: 5 puntos

Además, los licitadores deberán acompañar el compromiso con un dossier donde se incluya la información de las acciones de comunicación que se pondrán en marcha durante la ejecución del contrato. Si el número de acciones ofertadas es de dos, dicho dossier deberá contener la información de dos acciones para el lote al que se presenta, y así sucesivamente. Las acciones podrán ser para la misma campaña o para cualquier campaña del lote al que se presente el licitador.

El dossier tendrá una extensión mínima de 3 páginas y no podrá superar las 4 páginas DIN A. Letra Arial 10. Párrafo justificado, con Interlineado a 1,5 líneas.

En la plataforma de licitación electrónica se debe introducir:

- el valor “1” (uno) en caso de asumir el compromiso.
- el valor “0” (Cero) en caso de no asumirlo

En el caso de ofertar la mejora, la presentación del dossier es de carácter obligatorio, por lo que aquellas propuestas que no lo incluyan, serán valoradas con 0 puntos. Dicha información será comprobada en el acto público del sobre C, por lo que la información que no haya sido proporcionada con anterioridad al acto, no será válida.

SERÁ CAUSA DE EXCLUSIÓN DE LA OFERTA INCLUIR LA DOCUMENTACIÓN DEL SOBRE C) DE CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES EN EL SOBRE AB) DE DECLARACIÓN RESPONSABLE Y CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES

Lote 5. Campañas culturales nuevas.

CRITERIOS NO VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES (MÁXIMO 25 PUNTOS)

1. Mejoras en la organización del servicio y especialización del equipo para la campaña del Día Europeo de la Música. Hasta un máximo de 10 puntos.

Se valorarán las mejoras organizativas específicas para la campaña del Día Europeo de la Música, entendidas como valor añadido respecto de lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas, en particular:

- Refuerzos del equipo en momentos clave de la campaña.
- Incorporación de perfiles adicionales especializados en comunicación cultural, atención a medios y coordinación in situ de eventos más destacados de la programación
- Propuestas concretas para mejorar la atención a medios y la coordinación con la dirección artística, el equipo de Comunicación de Madrid Destino y los departamentos municipales implicados.
- Elección de herramientas y protocolos más actuales y adecuados.

El licitador presentará una memoria con el detalle de mejoras con una extensión máxima de 7 páginas (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña del Día Europeo de la Música.

Escala de valoración

- 10–8 puntos (máxima calidad)

Propuestas que describen mejoras concretas, detalladas y operativas, claramente adaptadas a la campaña del Día Europeo de la Música, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 7–4 puntos (calidad media)

Propuestas que incluyen mejoras útiles, pero menos desarrolladas o con un grado de detalle limitado, o cuya aplicación en los momentos clave de la campaña no se define plenamente, aunque suponen cierta mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3–0 puntos (calidad baja)

Propuestas que formulan medidas genéricas o poco desarrolladas, se limitan a reiterar las obligaciones mínimas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

2. Mejora en la gestión de perfiles en redes sociales y/o materiales para prensa en el portal oficial de la c campaña del Día Europeo de la Música. Hasta un máximo de 5 puntos.

Se valorarán las mejoras propuestas para reforzar la gestión de los perfiles en redes sociales, así como la preparación y actualización de materiales destinados a prensa en el portal oficial de la campaña del Día Europeo de la Música, siempre como valor añadido respecto de las obligaciones mínimas, en particular:

- Utilización de herramientas avanzadas para programación, escucha social y monitorización.
- Mejoras concretas en la gestión de perfiles en redes sociales.
- Mejoras concretas en la sección de prensa del portal oficial de la campaña y nuevos materiales y propuestas que favorezcan una mayor cobertura y difusión por parte de los medios.

El licitador presentará una memoria con el detalle de mejoras con una extensión máxima de 5 páginas (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña del Día Europeo de la Música.

Escala de valoración

- 5–4 puntos (máxima calidad)

Propuestas que presentan mejoras claras, detalladas y directamente aplicables en redes sociales y materiales de prensa del portal oficial de la campaña del Día Europeo de la Música, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3–2 puntos (calidad media)

Propuestas que incorporan mejoras útiles, pero con menor nivel de detalle o desarrollo en lo relativo a redes sociales y a la sección de prensa del portal oficial, aunque introducen algún grado de mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 1–0 puntos (calidad baja)

Propuestas que resultan genéricas o poco desarrolladas, se limitan a describir obligaciones ya recogidas en el Pliego de Prescripciones Técnicas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en dicho pliego, especialmente en lo relativo a redes sociales y a la sección de prensa del portal oficial.



3. Mejora en el planteamiento del protocolo de gestión de crisis en redes sociales para la campaña de campaña del Día Europeo de la Música. Hasta un máximo de 5 puntos.

Se valorarán las mejoras propuestas en el planteamiento del protocolo de gestión de crisis en redes sociales, entendidas como valor añadido respecto de lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas, en particular:

- Selección justificada de dos escenarios reales de crisis propios de la campaña.
- Definición mejorada del protocolo de actuación, incluyendo detección, respuesta y contención.
- Establecimiento de tiempos de respuesta eficaces y adaptados a la duración de la campaña.

El licitador presentará esta memoria de mejoras para dos escenarios diferentes que formen parte de la campaña del Día Europeo de la Música con una extensión máxima de 6 páginas. (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña del Día Europeo de la Música.

Escala de valoración

- 5–4 puntos (máxima calidad)

Propuestas que presentan mejoras claras, detalladas y operativas en los dos escenarios planteados, con protocolos bien definidos y tiempos de respuesta eficaces, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 3–2 puntos (calidad media)

Propuestas que incorporan mejoras útiles, pero con menor nivel de detalle o concreción en los escenarios, en el protocolo o en los tiempos de respuesta, aunque suponen cierta mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.



- 1–0 puntos (calidad baja)

Propuestas genéricas o poco desarrolladas, que no definen con claridad los escenarios o el protocolo, se limitan a reiterar obligaciones mínimas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

4. Mejoras en el lanzamiento de convocatorias, organización de ruedas de prensa, actos novedosos y/o gestión de entrevistas para la campaña del Día Europeo de la Música. Hasta un máximo de 5 puntos.

Se valorarán las mejoras organizativas específicas para la campaña del Día Europeo de la Música, entendidas como valor añadido respecto de lo establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas, en particular:

- Convocatoria a los medios de Comunicación para las actividades.
- Planificación y organización de posibles ruedas de prensa y/o actos novedosos para iniciativas destacadas de la campaña.
- Coordinación de agenda de trabajo con entrevistas en diferentes medios de comunicación, con representantes institucionales, responsables de la campaña y/o artistas participantes.

El licitador presentará una memoria con el detalle de mejoras con una extensión máxima de 5 páginas (DIN A4, letra Arial 10, interlineado 1,5, párrafo alineado a la izquierda). La extensión mínima será de 2 páginas.

Solo se valorarán las mejoras que superen las obligaciones mínimas previstas en el Pliego de Prescripciones Técnicas. La valoración se realizará mediante juicio de valor.

En la valoración se tendrá en cuenta la claridad, precisión y calidad expositiva de las mejoras propuestas, en la medida en que permitan identificar con exactitud su utilidad y su aplicabilidad a la campaña del Día Europeo de la Música.

Escala de valoración

- 5–4 puntos (máxima calidad)

Propuestas que describen mejoras concretas, detalladas y operativas, claramente adaptadas a la campaña del Día Europeo de la Música, que suponen una mejora efectiva y apreciable respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.



- 3–2 puntos (calidad media)

Propuestas que incluyen mejoras útiles, pero menos desarrolladas o con un grado de detalle limitado, o cuya aplicación en los momentos clave de la campaña no se define plenamente, aunque suponen cierta mejora respecto de lo previsto en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

- 1–0 puntos (calidad baja)

Propuestas que formulan medidas genéricas o poco desarrolladas, se limitan a reiterar las obligaciones mínimas o no suponen una mejora efectiva respecto de lo especificado en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES (MÁXIMO 75 PUNTOS)

1. Propuesta económica. Hasta un máximo de 20 puntos.

Los licitadores deberán presentar una oferta económica por el conjunto del lote, desglosando el presupuesto correspondiente a cada una de las campañas que lo integran. La valoración se efectuará sobre el importe total ofertado para el lote.

El máximo de puntos posibles por el criterio económico es de 20 puntos. Éstos se valorarán de la siguiente manera:

Como fórmula para el cálculo de las mismas se establece la siguiente:

$$\frac{20 \times \text{importe de la oferta más baja}}{\text{importe de la oferta a valorar}}$$

Las ofertas en todos los casos deberán cumplir:

- Los precios son unitarios y sin I.V.A.
- Los precios ofertados por los licitadores deberán ser netos sin decimales.
- Aquellos licitadores que igualen el precio máximo previsto, recibirán 0 puntos.
- Las valoraciones se harán con dos decimales redondeando el tercer decimal hacia el superior si es 5 o mayor de 5 o hacia el inferior si es 4 o menor de 4.

Introducción de precios en la plataforma de licitación electrónica

Los licitadores deberán indicar el importe ofertado para el servicio objeto de contratación.
**IMPORTANTE: Deberá ADJUNTAR EL ANEXO II (MODELO DE OFERTA ECONÓMICA)
EN FORMATO PDF íntegramente cumplimentado y firmado en el presente criterio.**

- Criterios adjudicación y designación de los parámetros objetivos que permiten identificar que una oferta se considera anormal:

De los criterios de adjudicación establecidos anteriormente, se tomarán en consideración a efectos de apreciar, en su caso, que la proposición no puede ser cumplida como consecuencia de valores anormales o desproporcionados, los señalados en los criterios valorables en cifras o porcentajes (mejor oferta económica), siendo los límites para apreciar que se dan en aquella dicha circunstancia, los siguientes:

(I) Cuando concurriendo una sola oferta, la misma sea inferior al presupuesto base de licitación establecido en el presente documento, en más de 25 unidades porcentuales.

(II) Cuando concurren dos o más ofertas, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas por los licitadores admitidos a la licitación.

Plazo para la justificación de la anomalía de la oferta: Cinco días hábiles desde la comunicación para la justificación de la oferta.

2. Disponibilidad durante toda la campaña para poder dar respuesta a imprevistos, crisis o atención 'in situ' en las actividades programadas, gracias a la planificación y organización de los profesionales que formen los equipos de trabajo del licitador. Hasta un máximo de 20 puntos.

La distribución de los equipos debe hacerse en función de los trabajos solicitados y siempre debe haber alguien de guardia en el equipo.

Aquellos licitadores que se comprometan a este punto obtendrán la puntuación de 20 puntos y aquellos que no se adquieran el compromiso tendrán 0 puntos.

Su incumplimiento será objeto de penalización conforme a lo establecido en la cláusula 28 del presente Anexo.

En la plataforma de licitación electrónica se debe introducir:

- el valor "1" (uno) en caso de declarar y asumir el compromiso.
- el valor "0" (Cero) en caso de no asumirlo

3. Presentación de un plan de accesibilidad de contenidos en redes sociales y web para personas con diferentes capacidades Hasta un máximo de 20 puntos y es obligatorio incluir un dossier detallado con dicho plan.

Aquellos licitadores que se comprometan a ejecutar un plan accesibilidad en redes y web durante la ejecución del contrato, obtendrán una puntuación de 20 puntos. Aquellas propuestas que no se comprometan, serán valoradas con 0 puntos.

Además, los licitadores deberán acompañar el compromiso con un dossier donde se incluya la información detallada de las propuestas que se pondrán en marcha durante la ejecución del contrato. En el caso de ofertar la mejora, la presentación del dossier es de carácter obligatorio, por lo que aquellas propuestas que no lo incluyan, serán valoradas con 0 puntos. Dicha información será comprobada en el acto público del sobre C, por lo que la información que no haya sido proporcionada con anterioridad al acto, no será válida.

El dossier tendrá una extensión mínima de 3 páginas y no podrá superar las 6 páginas DIN A4. Letra Arial 10. Párrafo justificado, con Interlineado a 1,5 líneas.

En la plataforma de licitación electrónica se debe introducir:

- el valor "1" (uno) en caso de asumir el compromiso.
- el valor "0" (Cero) en caso de no asumirlo

En el caso de ofertar la mejora, la presentación del dossier es de carácter obligatorio, por lo que aquellas propuestas que no lo incluyan, serán valoradas con 0 puntos. Dicha información será comprobada en el acto público del sobre C, por lo que la información que no haya sido proporcionada con anterioridad al acto, no será válida.

4. Diseño de acciones especiales de comunicación. Hasta un máximo de 15 puntos y es obligatorio incluir un dossier en el que se expliquen las acciones.

Aquellos licitadores que se comprometan al diseño de acciones especiales de comunicación durante la ejecución del contrato, obtendrán una puntuación máxima de 15 puntos conforme al siguiente escalado:

- 3 acciones para el lote al que se presenta el licitador: 15 puntos
- 2 acciones para el lote al que se presenta el licitador: 10 puntos
- 1 acción para el lote al que se presenta el licitador: 5 puntos

Además, los licitadores deberán acompañar el compromiso con un dossier donde se incluya la información de las acciones de comunicación que se pondrán en marcha durante la ejecución del contrato. Si el número de acciones ofertadas es de dos, dicho dossier deberá contener la información de dos acciones para el lote al que se presenta, y así sucesivamente. Las acciones podrán ser para la misma campaña o para cualquier campaña del lote al que se presente el licitador.

El dossier tendrá una extensión mínima de 3 páginas y no podrá superar las 4 páginas DIN A. Letra Arial 10. Párrafo justificado, con Interlineado a 1,5 líneas.

En la plataforma de licitación electrónica se debe introducir:

- el valor "1" (uno) en caso de asumir el compromiso.
- el valor "0" (Cero) en caso de no asumirlo

En el caso de ofertar la mejora, la presentación del dossier es de carácter obligatorio, por lo que aquellas propuestas que no lo incluyan, serán valoradas con 0 puntos. Dicha información será comprobada en el acto público del sobre C, por lo que la información que no haya sido proporcionada con anterioridad al acto, no será válida.

8. CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN

Condiciones especiales de ejecución, (previstas en el artículo 202.2 LCSP y a los efectos señalados en 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).

Seguridad y salud

La empresa adjudicataria designará una persona de contacto, vinculada a la empresa y con formación específica en la materia, para la supervisión y control de la aplicación de las condiciones de seguridad y salud laboral exigibles, así como para la detección de las posibles incidencias que surjan en este ámbito, sin perjuicio de las funciones encomendadas al coordinador de seguridad y salud.

Con el fin de dar cumplimiento a esta condición especial de ejecución, la empresa adjudicataria, al inicio de la ejecución del contrato, deberá designar y comunicar una persona de contacto, vinculada a la entidad y con la formación específica en la materia, para la supervisión y el control de la aplicación de las condiciones de seguridad y salud laboral exigibles, así como para la detección de las posibles incidencias que surjan en este ámbito, sin perjuicio de las funciones encomendadas al coordinador de seguridad y salud. Igualmente, con anterioridad a la finalización del contrato, la empresa deberá aportar el informe detallado sobre las actuaciones realizadas, con determinación de su contenido y alcance.

En la actualización de contenidos de las páginas web y perfiles de RRSS que se deban llevar a cabo en la ejecución del presente contrato o dirigidas a las personas usuarias o beneficiarias del mismo, será de preceptivo cumplimiento el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social aprobado por el Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre, así como los protocolos internacionales de accesibilidad (W3C y las Web Content Accessibility Guidelines 1.0. y Norma UE 139803:2004) que establecen como grado de accesibilidad mínimo obligatorio el nivel AA, aplicable a las páginas de internet de las Administraciones Públicas (artículos 18, 19 y 20 de la Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de medidas de impulso a las Sociedad de la Información, artículo 14 de la Ley 27/2007, de 23 de octubre, de Reconocimiento de la Lengua de Signos, la Ley 11/2007, de 22 de junio, de Acceso Electrónico de los Ciudadanos a los Servicios Públicos y artículos 3, 6 y 12 del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre).

El incumplimiento de la presente condición especial de ejecución se penalizará de conformidad con lo indicado en el apartado 28 del presente Anexo.

Condiciones laborales durante el periodo de ejecución del contrato

La entidad adjudicataria deberá tener a disposición documentación completa y verificable sobre los trabajadores y trabajadoras empleados, y a presentarla al órgano de contratación cuando éste



lo requiera y a advertir a las personas trabajadoras sobre la posibilidad de una inspección por parte de dicho órgano.

El incumplimiento de la presente condición especial de ejecución se penalizará de conformidad con lo indicado en el apartado 28 del presente Anexo

Compromiso de adscripción a la ejecución del contrato de medios personales y/o materiales

Este compromiso de adscripción es obligación contractual esencial del contrato, a los efectos previstos en el artículo 211.f) de la LCSP, calificando su incumplimiento como causa de resolución de conformidad con el apartado 29 del presente Anexo.

9. PLAZO DE EJECUCIÓN: UN AÑO MÁS DOS AÑOS DE PRÓRROGA EN LOTES 1, 2, 3 Y 5 UN AÑO SIN POSIBILIDAD DE PRÓRROGA EN LOTE 4

Lote 1: El inicio del contrato será el 1 de junio de 2026 y finalizará el 31 de mayo de 2027, para que durante los 12 meses puedan ejecutarse todas las campañas que incluye el lote: Navidad y Cabalgata de Reyes, San Isidro y Carnaval. En este caso, el orden en el que se ejecutarán las campañas será: Navidad 2026 y Cabalgata de Reyes 2027, Carnaval 2027 y San Isidro 2027.

Además, podrá establecerse una prórroga de hasta veinticuatro (24) meses, o por periodos inferiores, de conformidad con lo previsto en el artículo 29 de la Ley 9/2017, de Contratos del Sector Público.

Lote 2: El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2026 y finalizará el 30 de abril de 2027, para que durante los 12 meses puedan ejecutarse todas las campañas que incluye el lote: Veranos de la Villa y Refúgiate en la Cultura, Semana Santa y Año Nuevo Chino. En este caso, el orden en el que se ejecutarán las campañas será Veranos de la Villa y Refúgiate en la Cultura 2026, Año Nuevo Chino 2027 y Semana Santa 2027.

Además, podrá establecerse una prórroga de hasta veinticuatro (24) meses, o por periodos inferiores, de conformidad con lo previsto en el artículo 29 de la Ley 9/2017, de Contratos del Sector Público.

Lote 3. El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2026 y finalizará el 30 de abril de 2027, para que durante los 12 meses pueda ejecutarse la campaña que incluye el lote: Festival Internacional JAZZMADRID 2026.

Además, podrá establecerse una prórroga de hasta veinticuatro (24) meses, o por periodos inferiores,

de conformidad con lo previsto en el artículo 29 de la Ley 9/2017, de Contratos del Sector Público.

Lote 4. El inicio del contrato será el 1 de enero de 2027 y finalizará el 31 de diciembre de 2027, para que durante los 12 meses pueda ejecutarse la campaña que incluye el lote: Bienal Flamenco 2027.

Este contrato no admite prórroga.

Lote 5. El inicio del contrato será el 1 de mayo de 2026 y finalizará el 30 de abril de 2027, para que durante los 12 meses puedan ejecutarse todas las campañas que incluye el lote: medio mes y mes entero. En este caso, no hay un orden establecido en la organización de las dos campañas que pueden realizarse durante la duración de 12 meses del contrato.

Además, podrá establecerse una prórroga de hasta veinticuatro (24) meses, o por periodos inferiores, de conformidad con lo previsto en el artículo 29 de la Ley 9/2017, de Contratos del Sector Público.

Al llegar a la fecha fin de cada contrato éste se extinguirá de pleno derecho, sin perjuicio de las obligaciones de pago que puedan subsistir y que estarán vigentes hasta la liquidación de las mismas, así como de la posibilidad de prorrogar el contrato de conformidad con lo indicado a continuación.

10. CONCLUSIÓN

Por todo lo anterior, 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 aprobación del gasto a los efectos de poder convocar el procedimiento para la contratación **DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE COORDINACIÓN Y TRABAJO DE COMUNICACIÓN, ATENCIÓN A MEDIOS Y REDES SOCIALES DE CAMPAÑAS CULTURALES (LOTES 1, 2, 3, 4 y 5) QUE SON ENCOMENDADAS A LA SOCIEDAD MERCANTIL MUNICIPAL MADRID DESTINO. CULTURA, TURISMO Y NEGOCIO**

En Madrid, a 16 diciembre de 2025

Daniel Hidalgo Director de Comunicación	Manuel Sevilla Subdirector de Comunicación
--	---



<p>Ana Rojo Sánchez Técnico de Comunicación, Web y Redes Sociales</p>	<p>Jerónimo Torres Técnico de Comunicación</p>
---	--

El presente documento ha sido firmado digitalmente por las personas que constan como firmantes del mismo, el 18/12/2025 a las 14:26