



**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS**

**SOLICITUD DE OFERTAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE PRODUCCIÓN DE  
VIDEOS (PREPARACIÓN, ELABORACIÓN, GRABACIÓN, POSTPRODUCCIÓN Y EDICIÓN)  
PARA LA INSTITUCIÓN FERIAL DE MADRID.**

**EXP. 21/123 - SP 2000019019**

julio 2021

**SOLICITUD DE OFERTAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE PRODUCCIÓN DE VIDEOS  
(PREPARACIÓN, ELABORACIÓN, GRABACIÓN, POSTPRODUCCIÓN Y EDICIÓN)  
PARA LA INSTITUCIÓN FERIAL DE MADRID.**

---

**1. OBJETO DEL CONTRATO. -**

El contrato que se regirá por el presente Pliego tiene por objeto la contratación del servicio de producción de videos (preparación, elaboración, grabación, postproducción y edición) para la Institución Ferial de Madrid (área corporativa, ferias o departamentos centrales). Todos los videos tienen como finalidad promocionar y dar difusión de su actividad a través de sus convocatorias (ferias y eventos), del lanzamiento de nuevos productos o servicios, los procesos y puntos de contacto con la Institución, etc. Asimismo, también sirven para comunicar las ediciones ya celebradas con los datos de mayor relevancia a modo de resumen. O se utilizan como apoyo audiovisual para difundir protocolos de actuación, tutoriales con procesos a seguir, formación, etc.

**2. ALCANCE**

El alcance de los servicios engloba la cobertura de todas las necesidades que integran cada tipología descrita en el servicio, que van desde la conceptualización y el diseño, la preparación del guion, storyboard, grabación (si se requiere), locución (si se requiere), edición, postproducción, grafismos, rotulación, ilustración, animación, música, etc.

Los formatos de entrega son estándares y requieren adaptación a los diferentes formatos en función de su destino y los soportes de difusión: web de IFEMA MADRID ([www.ifema.es](http://www.ifema.es)), pantallas digitales en las instalaciones de IFEMA MADRID, móvil, tabletas, app, RRSS. Por lo general son videos de carácter público. Sólo en ciertos casos, como los videos para formación o tutoriales internos, están restringidos a un colectivo profesional concreto. Asimismo, se considerarán adaptaciones a duraciones reducidas para algunos de los citados usos.

Dado que las necesidades son diferentes en cuanto a las tipologías de video que se requieren, se establecen agrupaciones en 3 lotes independientes. Las empresas ofertantes pueden presentar oferta para uno, dos o para los tres lotes descritos en la licitación.

**3.- OBJETIVOS DE IFEMA MADRID**

La Institución Ferial persigue obtener un servicio completo para cada uno de los lotes por lo que las empresas adjudicatarias deben ofrecer a IFEMA MADRID un servicio global de diseño, producción y postproducción de los contenidos audiovisuales requeridos, para lo cual deberán contar con el equipo humano y los recursos técnicos necesarios para la gestión integral del servicio.

IFEMA MADRID en la actualidad está en una etapa de plena transformación digital y tras el periodo de inactividad presencial por la pandemia del COVID-19 (marzo 2020 a marzo 2021), confiamos plenamente en que la producción audiovisual irá en aumento en función de la recuperación de la actividad.

**4. MODELO DE GESTIÓN Y DE RELACIONES**

Para la prestación de los servicios, se realizará un encargo previo de IFEMA MADRID, a través de un briefing emitido desde la Dirección de Marketing y Estrategia Digital o bajo su coordinación con la feria o departamento que realice el encargo. El adjudicatario deberá emitir en base a la tipología de video y las necesidades requeridas por IFEMA MADRID un presupuesto para su aprobación previa, basado en los precios unitarios ofertados. Tras la correspondiente aprobación presupuestaria

interna, se emitirá un pedido al adjudicatario, comunicándole de esta forma el encargo del inicio de los trabajos.

El adjudicatario no podrá iniciar los trabajos de los servicios presupuestados hasta contar con la aceptación y pedido emitido por IFEMA MADRID.

## **5. DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS A REALIZAR**

Corresponderá a los adjudicatarios, bajo la coordinación y supervisión de la Dirección de Marketing y Estrategia Digital -en colaboración con la dirección de la feria o departamento central correspondiente-, la realización de los trabajos que se detallan a continuación, los cuales irán encaminados a acometer todas las fases de producción de los productos audiovisuales solicitados.

En los trabajos que integran cada lote, una vez adjudicado el servicio, se marcarán los objetivos y se desarrollará el briefing de cada producción, integrando la previsión del calendario y fijando (si proceden) las fechas de grabación, edición y postproducción, así como las fechas de entrega a IFEMA MADRID y las fechas y medios para su difusión.

### **LOTE 1**

#### **VIDEOS CORPORATIVOS – INSTITUCIONALES / IMAGEN / FINES COMERCIALES**

--Requieren de una propuesta cuidada de diseño y de grabación, con desarrollo de guion, storyboard, posibles localizaciones dentro y fuera del recinto, estilo de imagen y fotografía, participación de equipo artístico (actores/figuración/maquillaje/estilismo) etc., recursos de grafismo, locución y o música, efectos de postproducción, etc.

--Duración habitual: entre 1 y 3 minutos

--Con versiones reducidas de 30" y 15" sobre la versión extendida para su uso en web, RRSS y pantallas publicitarias del Recinto Ferial.

--IFEMA MADRID facilitará al adjudicatario la formación en las pautas de identidad de la nueva marca y su aplicación en el sistema audiovisual (animaciones del logo, cortinillas, transiciones, etc.), con el fin de que se apliquen.

#### **Requerimientos del servicio del LOTE 1**

Será responsabilidad de la empresa adjudicataria el servicio completo que comprende las todas las tareas que comprenden las fases de: Preproducción / Producción / Postproducción hasta la entrega final de materiales a IFEMA MADRID o a quién ésta determine.

Se detallan las tareas contempladas en cada una de las fases del trabajo, desde una perspectiva general y amplia.

Para una producción estándar del video corporativo, algunas de estas tareas no aplicarían y en el caso de que la petición de un video corporativo, las necesitara, el adjudicatario será el encargado de su gestión y coordinación.

#### **Preproducción**

- Conceptualización del video y diseño de su estructura (definición de línea argumental)
- Estilo, realización del guion y definición del storyboard
- Plan de trabajo y plan de rodaje: donde quedarán reflejadas todas las actividades que se deberán efectuar para ajustarse a las previsiones del equipo de producción.
- Guion técnico.

- Localizaciones de grabación y trámites para permisos, si los hubiere.
- Selección de músicas de librería y gestión de derechos.
- Selección de imágenes de archivos de banco de imágenes y gestión de derechos.
- Contratación de equipos técnicos y artísticos.
- Contratación de figuración, actores, bailarines: La empresa adjudicataria será la encargada de realizar todos los trámites necesarios para la contratación artística cuando las características del audiovisual así lo requieran, y de la gestión de derechos de imagen.
- Las localizaciones, instalaciones y lugares de interés de IFEMA MADRID, en las que pudieran realizarse las grabaciones, serán acordadas previamente con IFEMA MADRID y deberán contar con su autorización previa.
- Evaluación y selección del archivo audiovisual que IFEMA MADRID pudiera facilitar con el fin de optimizar recursos.

### **Producción y rodaje**

- Realización y coordinación del rodaje.
- Contratación y coordinación de todos los equipos técnicos: imagen, sonido e iluminación, artísticos, etc.
- Contratación y gestión de elementos especiales (drones, grúas, etc.) que se consideren.
- El formato de grabación en alta definición – HD o 4K deberá ser previamente consensuado entre la empresa adjudicataria e IFEMA MADRID. Entre ambos decidirán en cada caso los formatos adecuados, atendiendo siempre a criterios de calidad y a optimizar los presupuestos.

### **Postproducción**

- Generación del producto final a partir del material grabado en bruto.
- Selección de los mejores cortes del material grabado.
- Desarrollo de los efectos, grafismos y animaciones necesarios.
- Grabación de las pistas de audio y locuciones necesarias, incluyendo la voz en off, música y efectos de sonido. IFEMA MADRID proporcionará los contactos con los locutores que han colaborado en el lanzamiento de la nueva marca para que puedan colaborar, en el caso de que así se determine, con el adjudicatario.
- El proceso de postproducción finalizará con la entrega de los archivos digitales a IFEMA MADRID.
- Atendiendo a normas de accesibilidad de IFEMA MADRID, todos los trabajos que lleven locución se entregarán con subtítulos en el mismo idioma.
- Versiones en otros idiomas: La traducción, locución y o sobreimpresión en otros idiomas serán tarea del adjudicatario, consensuando previamente con IFEMA MADRID, que podría aportar alguna de ellas (como la traducción).

Para la presentación de la oferta económica, se establece un esquema básico con las partidas más habituales con el fin de que el ofertante las cotice. También deberá presentar un tarifario de precios unitarios anexo al modelo de oferta económica con conceptos complementarios que pueden surgir en el momento de definir el video concreto. Todos estos conceptos complementarios se añadirán en los presupuestos previa aceptación del presupuesto completo por IFEMA MADRID.

### **Ejemplos de videos realizados por IFEMA MADRID que podrían integrarse en la tipología de videos del lote 1:**

- Video del nuevo posicionamiento de IFEMA MADRID  
<https://www.youtube.com/watch?v=WJYqDdPV-50>
- Videos HABLAMOS DE EXPERIENCIAS –  
<https://www.youtube.com/watch?v=iuag4krhNX0>

## LOTE 2

### Pack videos promocionales comerciales

Videos promocionales de la feria o evento con grabación en el recinto –no en exclusiva– durante los días de celebración, referenciando los stands singulares, la sectorización, ambientación, las actividades más importantes, y filmación de entrevistas a directivos, empleados o testimoniales de clientes, mostrando los valores y ventajas competitivas de la feria y transmitiendo la esencia del negocio mediante una entrevista, planos y recursos.

--Incluye:

- Media jornada de rodaje de 4 horas de grabación de la feria en base al briefing recibido.
- Pack de edición de 3 videos de 1 minuto con diferentes contenidos grabados en la feria. Con incorporación de textos, grafismos, etc. y pautas de identidad visual (logo, cortinillas, etc.), proporcionadas por IFEMA MADRID que reproducen las señas de identidad del sistema audiovisual de la nueva marca.
- Pack de edición de 2 videos reducidos uno de 20" y otro 10" sobre la versión extendida para su uso en web, RRSS y pantallas publicitarias del Recinto Ferial, condensando toda la información relevante, y adaptando la imagen gráfica de la feria.

--Los videos standard requiere al menos de 1 cámara y en el caso de grabación de entrevistas suele ser habitual la incorporación de 2 cámaras para hacer la edición más dinámica.

### Requerimientos del servicio del LOTE 2

Será responsabilidad de la o las empresas adjudicatarias, el servicio completo que comprende todas las tareas integradas en las fases de: Preproducción / Producción / Postproducción hasta la entrega final de materiales a IFEMA MADRID o a quién ésta determine.

Se detallan las tareas contempladas en cada una de las fases del trabajo:

#### Pre-Producción

- Reunión con el equipo de la feria o el departamento de IFEMA MADRID que solicita el video para traslado de necesidades, organización del trabajo, calendario, etc.
- Diseño de la estructura del video / estilo / grafismos
- Guion técnico.
- Selección de músicas de librería o composiciones y gestión de derechos.
- Selección de imágenes de archivos de banco de imagen y gestión de derechos si fueran necesarios.
- Evaluación del archivo audiovisual de IFEMA MADRID con el fin de optimizar recursos.
- Contratación y coordinación del equipo técnico y humano adecuado a la necesidad.

#### Producción y Rodaje

- Realización y coordinación de la grabación de la feria, evento, planos de recurso, etc.
- Grabación con micrófono de corbata en entrevistas que total o parcialmente deben figurar en el video final.
- Grabación de sonido directo.
- Contratación y coordinación del equipo técnicos: imagen, sonido, iluminación, maquillaje, etc. que se precise.
- El formato en alta definición – HD o 4K deberá ser previamente consensuado entre la empresa adjudicataria e IFEMA MADRID. Entre ambos decidirán en cada caso los formatos adecuados, atendiendo siempre a criterios de calidad y a optimizar los presupuestos.

## Postproducción

- Generación del producto final a partir del material grabado seleccionado de los brutos grabados y del archivo proporcionado por IFEMA MADRID (instalaciones, transportes, imágenes de ambiente y de actividad de otras ediciones, etc.).
- Selección de los mejores cortes del material grabado.
- Retoque de color
- Desarrollo del grafismo, sobreimpresiones, efectos y animaciones necesarios.
- Montaje y edición incluyendo grabación de las pistas de audio y locuciones, si fueran necesarias.
- El proceso de postproducción finalizará con la entrega de los archivos digitales a IFEMA MADRID.
- Atendiendo a normas de accesibilidad de IFEMA MADRID, en el caso de llevar locución, se entregarán con subtítulos en el mismo idioma.
- Versiones en otros idiomas: La traducción y locución y versión a otros idiomas serán tarea del adjudicatario, consensuando previamente con IFEMA MADRID, que podría aportar alguna de ellas (como la traducción).

### Ejemplos de videos de IFEMA MADRID integrados en la tipología del LOTE 2

Se aportan archivos con Ejemplos de referencia Lote 2 (videos de ANTIK PASSION ALMONEDA 2021, SALÓN VO 2021 y videos emitidos en la pantalla Sur de IFEMA MADRID de ANTIK PASSION ALMONEDA, SALÓN VO y ARCOmadrid 2021.

Para la presentación de la oferta económica, se establece un esquema básico con las partidas más habituales con el fin de que el ofertante las cotice. También deberá presentar un tarifario de precios unitarios anexo al modelo de oferta económica con conceptos complementarios que pueden surgir en el momento de definir el video concreto. Todos estos conceptos complementarios se añadirán en los presupuestos previa aceptación del presupuesto completo por IFEMA MADRID.

## LOTE 3

**Videos (tutoriales) de ilustración gráfica animada, editados con imágenes ya grabadas, de archivo, animaciones, grafismos, etc.) que no requieren de grabación o requieren grabación muy sencilla.**

Son videos que en general, comparten que no requieren de nueva grabación aunque en los tutoriales de formación no es descartable que sea necesaria la grabación con una cámara a la persona que explica o detalla algún proceso. Estos videos tienen diferentes usos y pueden ser sencillos o complejos en función de los recursos utilizados.

Cabe destacar entre los usos más frecuentes:

- Presentación de una nueva feria, producto o servicio del que todavía no existen imágenes reales.
- Promoción corporativa que presentan variedad de imágenes de las ferias, infraestructuras del recinto, servicios, etc.
- Promoción de la siguiente edición de una feria basados en imágenes ya grabadas de la última edición celebrada
- Promoción corporativa o de feria o servicio para la exhibición en un acto interno o externo (entrega de premios / foro de debate / evento de aniversario/ presentación / conferencia, etc.)
- Reedición de un video ya finalizado modificando y actualizando textos, incorporando imágenes, datos, etc.
- Comunicación y Formación interna (tutoriales).
- Comunicación de procesos y protocolos a seguir (seguridad, contratación, accesos, etc.)
- Videos para ser presentados en candidaturas de premios de diversa índole.
- Videos conceptuales que se basan en grafismo, animación, imágenes de banco de imagen.

Todos ellos con edición de material del archivo audiovisual de IFEMA MADRID y que en algunos casos pueden requerir de alquiler de alguna imagen complementaria de banco de imagen, junto a edición de textos, grafismos, fechas, logotipos, adaptación con sobreimpresiones a diferentes idiomas, etc.

No es descartable, como en el caso de los tutoriales de formación que sea necesaria una grabación sencilla con una cámara fija a la persona que relata un contenido o explica una presentación de PowerPoint o la grabación de una cámara fija en time lapse para describir el proceso del montaje de una feria, la grabación de algún plano recurso para ilustrar el contenido del relato, etc.

Asimismo estos videos podrían contar, con locución y/o música de librería.

Duración habitual: entre 1 y 3 minutos. Los videos de formación podrían alargarse algo más, con un máximo de 5 minutos.

Pueden necesitarse versiones reducidas de 30" y 15" sobre la versión extendida para otros posibles usos en web, RRSS y pantallas publicitarias del Recinto Ferial, intranet para la plantilla de empleados, etc.

Para la presentación de la oferta económica, se establece un esquema básico con las partidas más habituales con el fin de que el ofertante las cotice. También deberá presentar un tarifario de precios unitarios anexo al modelo de oferta económica con conceptos complementarios que pueden surgir en el momento de definir el video concreto. Todos estos conceptos complementarios se añadirán en los presupuestos previa aceptación del presupuesto completo por IFEMA MADRID.

### **Requerimientos del servicio del LOTE 3**

#### **Pre-Producción**

- Reunión con el equipo de la feria o el departamento de IFEMA MADRID que solicita el video para traslado de necesidades, organización del trabajo, calendario, etc.
- Conceptualización del video y diseño de su estructura
- Propuesta del diseño en los recursos: animación ilustrada, animación gráfica digital en movimiento, etc.
- Realización del guión y definición del posible storyboard
- Selección de músicas de librería o composiciones y gestión de derechos.
- Selección de imágenes del archivo audiovisual de IFEMA MADRID.
- Selección de imágenes de archivos de banco de imagen y gestión de derechos -si se precisan-

#### **Producción**

- Realización y coordinación de las tareas y los equipos para la producción del video
- Grabación -si fuera precisa-

#### **Postproducción**

- Generación del producto final a partir del material seleccionado de los brutos o de archivo proporcionado por IFEMA MADRID.
- Selección de los mejores cortes del material grabado.
- Desarrollo de las animaciones, grafismos y efectos necesarios.
- Grabación de las pistas de audio y locuciones necesarias, incluyendo la voz en off, música y efectos de sonido.
- El proceso de postproducción finalizará con la entrega de los archivos digitales a IFEMA MADRID.
- Atendiendo a normas de accesibilidad de IFEMA MADRID, todos los trabajos que lleven locución se entregarán con subtítulos en el mismo idioma.

- Versiones en otros idiomas: La traducción y locución y versión a otros idiomas serán tarea del adjudicatario, consensuando previamente con IFEMA MADRID, que podría aportar alguna de ellas (como la traducción).

### Ejemplos de videos de IFEMA MADRID integrados en la tipología del LOTE 3:

--Video "Tu marca en IFEMA MADRID"

<https://www.ifema.es/publicidad-ifema>

--Video nueva estrategia IFEMA MADRID

<https://www.youtube.com/watch?v=kzjeMFLta2Q>

--Seguimos siendo nosotros:

[https://www.youtube.com/watch?v=vWpYParwR\\_l](https://www.youtube.com/watch?v=vWpYParwR_l)

Ejemplos de tutoriales externos pero que pueden servir de referencia:

CASER <https://youtu.be/-h7zePwZjuM>

VODAFONE <https://youtu.be/zDUCd2QizUA>

SANTANDER <https://youtu.be/UoOWgf4qTLs>

### CARACTERÍSTICAS EN LA ENTREGA DE TRABAJOS (Lotes 1, 2 y 3)

Las empresas adjudicatarias deberán asegurar cumplir los plazos y presupuestos aprobados en cada trabajo.

Una vez finalizado el trabajo, la empresa adjudicataria entregará a IFEMA MADRID el programa master, en bruto en las siguientes versiones según se requiera el proyecto:

- Master con subtítulos. Programa finalizado.
- Master sin subtítulos.
- Master sin rótulos y grafismo (montaje de imágenes limpio, con las mismas duraciones que el programa master y efectos de transición de planos).
- El volcado y entrega de los programas finalizados, será consensuado previamente entre la empresa adjudicataria e IFEMA MADRID. Entre ambos decidirán en cada caso los formatos adecuados, atendiendo siempre a criterios de calidad y a optimizar los presupuestos.

En prevención de que el programa se quede obsoleto, la empresa proveedora se debe comprometer a mantener un servicio de actualización, es decir, mantener una copia de trabajo con todas las instrucciones de montaje, grafismo, efectos, selección de imágenes de rodaje y archivo, que permitan una rápida respuesta en la actualización de los contenidos del programa.

Y además se compromete a:

- Hacer entrega a IFEMA de todos los originales de rodaje que se hayan generado en las filmaciones (adjudicatarios LOTE 1, LOTE 2 y LOTE 3 -si las hubiere-)

- No utilizar las imágenes de los trabajos realizados sin previo consentimiento de IFEMA MADRID.

## **DERECHOS DE AUTOR – PROPIEDAD INTELECTUAL**

El adjudicatario deberá ser el titular de los derechos de propiedad intelectual, industrial así como de los derechos de imagen que pudieran derivarse de los trabajos objeto del servicio adjudicado y, en su condición de titular transmite la propiedad a IFEMA MADRID de todos los derechos de explotación sobre los mismos. Esta cesión es de carácter oneroso abonándose totalmente con el precio de adjudicación del servicio. Con la entrega de los citados trabajos el adjudicatario aportará documentación que acredite la facultad de IFEMA MADRID de utilizar los mismos en la forma indicada en la presente cláusula y pliego de prescripciones técnicas, asumiendo toda la responsabilidad derivada de acciones civiles o penales ejercitadas por terceros por vulneración de los derechos en relación con los contenidos facilitados y los usos autorizados que haya realizado IFEMA MADRID.

IFEMA MADRID, por tanto, ostentará la propiedad exclusiva de los trabajos realizados y podrá disponer de ellos libremente para su explotación: uso, reproducción, comercialización, comunicación pública, modificación, adaptación o transformación y distribución, en régimen de exclusiva y sobre cualquier modalidad de explotación, canal de comunicación en que realice la difusión, comunicación, promoción y publicidad de sus ferias, recintos y eventos, incluidos canales de sus patrocinadores, medios de comunicación y terceros, así como en cualquier formato o soporte; no asumiendo ningún coste adicional por los mismos y de forma indefinida.

El adjudicatario no podrá utilizarlos ni difundirlos sin autorización previa escrita de IFEMA MADRID.

### **IFEMA MADRID facilitará a las empresas adjudicatarias**

Con el fin de la correcta elaboración de los trabajos en función del lote adjudicado, IFEMA MADRID facilitará a cada una de las empresas adjudicatarias:

- Logotipos de las ferias y sus manuales de identidad corporativa
- Manual de elementos básicos de la marca FEMA MADRID
- Manual de aplicación de identidad visual a productos digitales
- Manual de aplicación de identidad visual a productos audiovisuales y archivos de transiciones, cortinillas, cierre audiovisual, Sonic branding, etc.
- Imágenes del archivo audiovisual de IFEMA MADRID que sean necesarias para que el adjudicatario realice la pertinente selección respecto al trabajo encargado.

IFEMA MADRID cuenta en la actualidad con un área de Producción Audiovisual y Eventos integrada en la Dirección de Marketing y Estrategia Digital que realiza grabaciones y ediciones de videos de eventos internos, videos de auto promo, grabación de testimoniales, y otros... de carácter sencillo. El material bruto de sus grabaciones sería una fuente más de archivo para cada uno de los adjudicatarios, si fuese necesario, para complementar y/o finalizar la edición de alguno de sus trabajos. Es una unidad operativa interna de producción audiovisual y se caracteriza por la inmediatez de su servicio y resuelve múltiples necesidades puntuales, atiende la grabación de imprevistos y sucesos espontáneos de interés, etc.

El área de Marca de la Dirección de Marketing y Estrategia Digital, actúa como gestor del concurso e internamente será el intermediario que coordinará la conexión con el equipo interno demandante de cada trabajo y velará por la aplicación de las pautas correctas de la nueva identidad, el envío de materiales necesarios y gestionará las posibles incidencias que pudieran surgir durante el desarrollo del servicio.

## **DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR para cada lote**

El ofertante aportará cualquier referencia relacionada de características similares del lote por el que opta.

El ofertante deberá presentar como Documentación de su oferta:

- Dossier de la empresa: organigrama funcional / cartera de clientes / servicios que ofrece / equipo de freelance o estudios con los que trabaja de forma habitual. A título informativo, no valorable en la oferta.
- Propuesta creativa del lote por el que se presenta oferta, junto con una Propuesta descriptiva del ejercicio realizado. Valorable según Criterios Subjetivos.
  - Ver ANEXO Briefing Ejercicios Técnicos por LOTES, donde se requiera, y el detalle de los criterios de valoración establecidos en el Anexo 1 – Cuadro de Características
- Equipo de trabajo propuesto en los casos en los que se requiera. El detalle se establece en el Anexo 1 – Cuadro de Características

## **EQUIPO DE TRABAJO para cada lote.**

Las empresas adjudicatarias deberán disponer, durante todo el proceso de producción, de un responsable-interlocutor con IFEMA MADRID, quien asumirá la coordinación y gestión de todos los procesos y se encargará de resolver imprevistos y cualquier incidencia.

El equipo mínimo implicado en la ejecución del servicio debe estar compuesto por:

- 1 Director del equipo de producción con experiencia profesional mínima de 5 años en tareas similares: dirección y coordinación de equipos de trabajo. Se solicita CV profesional.
- 1 editor de video con experiencia profesional mínima de 3 años en tareas similares.

El número de componentes del equipo deberá ser el adecuado para poder asumir de manera satisfactoria la realización de los productos audiovisuales requeridos.

En el sobre de documentación técnica se requiere información del equipo de trabajo asignado al lote por el que se opta, debiendo incluir información de los diferentes perfiles profesionales adicionales a los mínimos requeridos para la ejecución del servicio.

El licitador configurará la composición y perfiles que considere más adecuados en función del lote al que opte.

Los perfiles adicionales al mínimo requerido se valorarán en criterios subjetivos.