

**CONTRATO DE SERVICIOS
PROCEDIMIENTO RESTRINGIDO
VARIOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN**

ANEXO I AL PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES

CUADRO DE CARACTERÍSTICAS

<p>1.- DEFINICIÓN DEL OBJETO DEL CONTRATO (Cláusula 2)</p> <p>1.1.- OBJETO DEL CONTRATO: SERVICIO DE AGENCIA CREATIVA PARA EL DESARROLLO DEL POSICIONAMIENTO Y LA PLATAFORMA CREATIVA QUE SITÚE A MADRID COMO DESTINO TURÍSTICO DE ALTO VALOR EN MERCADOS DE LARGO RADIO.</p> <p>1.2.- NOMENCLATURA CPV: 79340000-9 Servicios de publicidad y de marketing</p> <p>1.3.- DIVISIÓN EN LOTES: <input checked="" type="checkbox"/> No Justificación de la no división de lotes, de conformidad con lo establecido en el artículo 99, 3 b) de la LCSP. No se establecen lotes porque el conjunto de las prestaciones del servicio que integran el expediente tiende a la consecución de una única finalidad que es el detallado en el objeto del contrato. <input type="checkbox"/> Sí <i>Número y denominación de los lotes:</i> <i>(Número máximo de lotes a que los empresarios podrán licitar o ser adjudicatarios)</i></p> <p>Pueden presentarse ofertas para: <input type="checkbox"/> Todos los lotes / <input type="checkbox"/> N.º máximo de lotes: [Nº]</p> <p><input type="checkbox"/> Número máximo de lotes que pueden adjudicarse a un único licitador: [Nº] <i>(En caso afirmativo) Criterios objetivos para determinar la adjudicación de los lotes</i></p> <p><input type="checkbox"/> Se admite oferta integradora</p>
<p>2.- ÓRGANO DE CONTRATACIÓN, COMISIÓN DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN Y PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN (Cláusulas 6 y 10)</p> <p>2.1.- ÓRGANO DE CONTRATACIÓN: Comité Ejecutivo, según las Instrucciones Internas de Contratación publicadas en el perfil de contratante y en el Portal de Licitación Electrónica de IFEMA MADRID.</p> <p>2.2.- COMISIÓN DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN: Según lo señalado en el perfil de contratante y en el Portal de Licitación Electrónica de IFEMA MADRID.</p> <p>2.3.- PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN: Procedimiento restringido. El procedimiento restringido se divide en dos fases:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fase 1 - Evaluación de solvencia técnica y económica: Podrán presentarse todas las empresas interesadas. Se verificará el cumplimiento de la solvencia técnica y

económica, y se seleccionará a las cinco empresas que obtengan la mejor puntuación, tras la aplicación de los criterios de selección.

- Fase 2 - Presentación de propuesta técnica y económica: Solo podrán participar aquellas empresas que hayan sido seleccionadas tras la fase de solvencia, asegurando así que las ofertas provienen de proveedores con experiencia, capacidad y cobertura internacional suficientes (art. 160 LCSP).

<p>3.- PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN, VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO Y REVISIÓN DE PRECIO (Cláusulas 3, 4, 5 y 35)</p>
<p>3.1.- PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN (IVA EXCLUIDO): 3.482.602,53€ (TRES MILLONES CUATROCIENTOS OCHENTA Y DOS MIL SEISCIENTOS DOS EUROS CON CINCUENTA Y TRES CÉNTIMOS)</p>
<p>3.2.- SISTEMA DE DETERMINACIÓN DEL PRECIO:</p> <p><input type="checkbox"/> Precios unitarios</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> A tanto alzado</p> <p><input type="checkbox"/> Otra modalidad</p>
<p>3.3.- VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO (IVA EXCLUIDO): 6.831.258,80€ (SEIS MILLONES OCHOCIENTOS TREINTA Y UN MIL DOSCIENTOS CINCUENTA Y OCHO EUROS CON OCHENTA CÉNTIMOS). Se desglosa en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presupuesto base de licitación: 3.482.602,53€ (TRES MILLONES CUATROCIENTOS OCHENTA Y DOS MIL SEISCIENTOS DOS EUROS CON CINCUENTA Y TRES CÉNTIMOS) - Posibles prórrogas: 1.607.355,00€ (UN MILLÓN SEISCIENTOS SIETE MIL TRESCIENTOS CINCUENTA Y CINCO EUROS) - Posibles modificaciones de contrato: 1.741.301,27€ (UN MILLÓN SETECIENTOS CUARENTA Y UN MIL TRESCIENTOS UN EUROS CON VEINTISIETE CÉNTIMOS) 50 % sobre el presupuesto base de licitación.
<p>3.4.- REVISIÓN DEL PRECIO:</p> <p>NO: <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>SÍ: <input type="checkbox"/></p> <p>Fórmula. -</p>
<p>3.5.- VARIACIÓN DE PRECIOS:</p> <p>NO: <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>SÍ: <input type="checkbox"/></p> <p>Objetivos de plazos o de rendimiento:</p>

<p>4.- PERFIL DE CONTRATANTE (Cláusula 8)</p>
<p>Portal de Licitación Electrónica de IFEMA MADRID.</p> <p>Enlace: https://licitaciones2.ifema.es/</p>

5.- CONSULTAS (Cláusula 47)

Forma de remisión: A través del Portal de Licitación Electrónica de IFEMA.

Plazo de consultas:

- a) Para la **primera fase**: 5 días hábiles contados desde el día siguiente al de la fecha de publicación del anuncio de licitación, finalizando a las 12.00 horas (mediodía).
- b) Para la **segunda fase**: 10 días hábiles contados desde el día siguiente al del envío de las invitaciones, junto con el resto de la documentación complementaria, para la presentación de proposiciones, finalizando a las 12.00 horas (mediodía).

Todas las consultas y/o aclaraciones serán contestadas por la Dirección de Compras en el menor plazo posible y serán objeto de publicación, de acuerdo con lo establecido en el Capítulo 8, apartado 6 de las Instrucciones Internas de Contratación de IFEMA MADRID.

6.- SOLICITUDES DE PARTICIPACIÓN Y PRESENTACIÓN DE LAS PROPOSICIONES, PRESENTACIÓN DE LAS PROPOSICIONES. NOTIFICACIONES Y COMUNICACIONES (Cláusulas 12, 13 y 14)

6.1.- SOLICITUDES DE PARTICIPACIÓN Y PRESENTACIÓN DE LAS PROPOSICIONES.

Plazo de presentación de solicitudes de participación (PRIMERA FASE): En el plazo señalado en el Anuncio de licitación publicado en el Portal de Licitación Electrónica de IFEMA MADRID podrá entregarse la documentación correspondiente al sobre núm. 1, ("Documentación acreditativa de los requisitos previos) exclusivamente de forma electrónica, a través del portal de licitación electrónica (<https://licitaciones2.ifema.es/>).

Número de candidatos a seleccionar e invitar en segunda fase: 5

Plazo de presentación de ofertas (SEGUNDA FASE): En el plazo que figure en las invitaciones, los candidatos seleccionados podrán entregar las proposiciones y la documentación adjunta, exclusivamente de forma electrónica, a través de dicho portal de licitación electrónica (<https://licitaciones2.ifema.es/>)

6.2. NOTIFICACIONES Y COMUNICACIONES.

Cualesquiera notificación o comunicación en el ámbito del procedimiento regulado por este Pliego que deba realizar un usuario registrado, un licitador o adjudicatario, se deberá realizar a través del portal de licitación electrónica, avisando además, en los siguientes correos electrónicos (lgutierrez@ifema.es; igomez@ifema.es) que ha procedido a incluir información o documentación en el referido portal, pero en ningún caso, podrá adjuntar la documentación correspondiente a su oferta al remitir la comunicación en la que se indique que ha procedido a

presentar oferta a través del portal de licitación electrónica. Es el portal de licitación electrónica el único medio en el que podrán entregar, tanto la proposición, como la documentación relativa al procedimiento, siendo motivo de exclusión del licitador, la remisión a través de correo electrónico de la documentación que conforma su oferta.

Si además el licitador presentara la proposición a través de otros medios, dicha proposición no será admitida al procedimiento de licitación y adjudicación, y, por tanto, el licitador quedará excluido del procedimiento, con independencia de que haya presentado oferta a través del Portal de Licitación electrónica.

6.3. CONTENIDO DE LAS SOLICITUDES DE PARTICIPACIÓN (PRIMERA FASE)

[X] SOBRE O ARCHIVO ELECTRÓNICO número 1 "DOCUMENTACIÓN ACREDITATIVA DE LOS REQUISITOS PREVIOS" - incluirá la documentación referida en la cláusula 12 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

La empresa licitadora deberá aportar la siguiente documentación requerida:

- Modelo de declaración responsable. **ANEXO II**
- Datos del contacto del ofertante. **ANEXO III**
- Modelo de solicitud de participación en la licitación. **ANEXO XXI**
- **Apartado 7.3 "Solvencia económica y financiera"** que acredite el cumplimiento de los requisitos establecidos para la participación en el procedimiento.
- **Apartado 7.4 "Solvencia técnica o profesional"** que acredite el cumplimiento de los requisitos establecidos para la participación en el procedimiento.

6.4 CONTENIDO DE LAS PROPOSICIONES - SOBRES O ARCHIVOS ELECTRÓNICOS A PRESENTAR (SEGUNDA FASE)

[X] SOBRE O ARCHIVO ELECTRÓNICO número 1 "GARANTÍA PROVISIONAL".

[X] SOBRE O ARCHIVO ELECTRÓNICO número 2 "DOCUMENTACIÓN PARA LA VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS NO EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FÓRMULAS".

[X] SOBRE O ARCHIVO ELECTRÓNICO número 3 "DOCUMENTACIÓN PARA LA VALORACIÓN DE LOS CRITERIOS EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA MEDIANTE FÓRMULAS".

7.- SOLVENCIA A ACREDITAR EN LA PRIMERA FASE DE SELECCIÓN (Cláusulas 9 y 12)

Se requiere, a todos los licitadores que quieran presentar una solicitud de participación a la licitación (según modelo que se incorpora como **Anexo XXI**), la aportación en el Sobre o archivo electrónico nº1, de la documentación acreditativa de la solvencia (económico - financiera y técnica o profesional) exigida en este **Apartado 7**.

7.1.- APORTACIÓN DE COMPROMISO DE ADSCRIPCIÓN DE MEDIOS OBLIGATORIA A LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO

No será necesario aportar un documento concreto de compromiso de adscripción de medios a la ejecución del contrato en atención a que los licitadores, además de acreditar la solvencia mínima requerida en este Cuadro de Características, deberán conformar su oferta teniendo en cuenta, los medios personales que van a destinar o adscribir a la ejecución del contrato. Por tanto, su oferta será suficiente y eficaz compromiso. Y ello sin perjuicio de que, con la presentación de las ofertas, los licitadores quedan obligados a adscribir, como mínimo, los medios exigidos por el Pliego de Prescripciones Técnicas.

Si. El licitador aportará un compromiso firmado de no sustitución, ni definitiva ni puntualmente, durante toda la vigencia del contrato, incluidas sus posibles prórrogas, de los integrantes del equipo que haya identificado en su oferta, por personas distintas. En ese compromiso deberá manifestar expresamente que cualquier cambio o sustitución de las referidas personas deberá someterlo a aprobación por escrito de IFEMA, sin cuya autorización no podrá llevarlo a efecto.

Estos compromisos se integrarán en el contrato. Su incumplimiento podrá ser causa de:

- Resolución del contrato
 Penalidades (Ver Apartado 22)

7.2.- CLASIFICACIÓN

- No
 Si (art. 77 LCSP).

7.3.- SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA

El licitador deberá acreditar la solvencia económica y financiera (art. 87 LCSP), mediante los medios señalados a continuación:

- a) Declaración del volumen anual de negocios del licitador, referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles por importe igual o superior a **10.000.000 euros. Se adjunta Anexo XI.**
 b) Seguro de responsabilidad civil
 c) Otros:

7.4.- SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL

El licitador deberá acreditar la solvencia técnica o profesional (art. 90 LCSP), mediante los medios señalados a continuación:

- a) Relación de los principales contratos de servicios realizados de igual o similar naturaleza y análoga dimensión que los que constituyen el objeto del contrato, en el curso de, como máximo los **10 últimos años.**

➤ **Requisitos mínimos:**

1. EXPERIENCIA EN CAMPAÑAS SEGÚN SECTOR EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS.

1.1. Experiencia en conceptualización estratégica: haber desarrollado al menos 2 plataformas de comunicación/posicionamiento global.

Forma de acreditación: Dossier con detalle de máximo tres plataformas de comunicación/posicionamiento global desarrollada para destinos o marcas de lujo, incluyendo: descripción del reto, estrategia aplicada, alcance geográfico y resultados obtenidos.

1.2. Producción audiovisual internacional y multi-mercado: haber entregado al menos 2 campañas en la que se hayan adaptado y transcrito (no solo traducido) las narrativas y piezas audiovisuales para cubrir las necesidades de cada mercado.

Forma de acreditación: Dossier de máximo tres campañas internacionales, con ejemplos de piezas adaptadas y transcritas (no solo traducidas), junto con explicación de la metodología de transcripción y producción utilizada y los mercados cubiertos. Deberá también destacar desafíos específicos del enfoque global multi-mercado y cómo se han resuelto.

1.3. Campañas creativas internacionales de al menos 1,5 millones de euros: Se valorará la experiencia acreditada en el desarrollo y ejecución de al menos 2 campañas creativas de alcance internacional, cuya inversión total gestionada sea igual o superior a 1,5 millones de euros, incluyendo acciones multicanal y coordinación en distintos mercados.

Forma de acreditación: Dossier de máximo tres campañas, incluyendo certificación del cliente o declaración responsable de la agencia con desglose de la inversión gestionada, incluyendo documentación que permita comprobar la magnitud de la campaña. Declaración responsable según modelo incorporado como **Anexo XII-A**

1.4. Gestión de arquitectura de marca: gestión integral de identidad visual y narrativa incluyendo el desarrollo de guías de estilo, manuales de identidad visual, sistemas de arquitectura de marca y storytelling multilingüe y multicultural, orientados a la coherencia global de marca.

Forma de acreditación: Presentación de máximo tres dossiers explicativos que detalle ejemplos de trabajos realizados para marcas globales en los últimos diez años, incluyendo: guías de estilo, manuales de identidad visual y/o ejemplos de storytelling adaptado a contextos multilingüe y multicultural.

1.5. Diseño, creación e implementación de una plataforma de gestión de contenidos: no solo crear un asset hub, sino demostrar experiencia en proyectos de organización, etiquetado y gestión de materiales creativos globales.

Forma de acreditación: Presentación de máximo dos casos previos de los últimos 10 años de asset hubs o plataformas similares desarrolladas y gestionadas, incluyendo pantallazos, manuales de uso o certificación del cliente sobre su implementación.

1.6. Diseño y elaboración de estudios: de percepción de destinos o marcas internacionales, cualitativos y cuantitativos, con foco en el target de alto impacto (HNWI/UHNWI).

Forma de acreditación: Dossier con la descripción de máximo tres estudios internacionales de percepción desarrollados en los últimos 10 años, incluyendo metodología cualitativa, cuantitativa y social listening, segmentación HNWI/UHNWI y entregables finales (informes o presentaciones).

1.7. Diseño y elaboración de estudios: de benchmark de destinos o marcas internacionales, cualitativos y cuantitativos, con foco en el target de alto impacto (HNWI/UHNWI)

Forma de acreditación: Dossier con la descripción de máximo cuatro benchmark internacional realizado en los últimos 10 años, detallando metodología cualitativa, cuantitativa y social listening, inclusión del target HNWI/UHNWI y entregables finales (informes o presentaciones).

1.8. Experiencia en el diseño, implementación y gestión de dashboards ejecutivos de campañas creativas internacionales, que integren KPIs de diferentes mercados, con posibilidad de filtrar por tipología de material, país o fase de campaña.

Forma de acreditación: Presentación de máximo cuatro dashboards internacionales (no es necesario incluir datos reales) desarrollados para campañas internacionales, acompañados de:

- Ficha técnica de las herramientas utilizadas (por ejemplo, Tableau, Power BI, Looker Studio o Qlik).
- Descripción funcional del sistema de visualización (tipos de KPIs integrados, filtros disponibles y alcance internacional).
- Certificación o carta del cliente que confirme su uso efectivo para el seguimiento en vivo de campañas creativas.

1.9. Experiencia diseñando, desarrollando e implementando al menos dos sitios web o landings de campaña internacionales (ofreciendo diferentes idiomas y contenidos adaptados) alojados en servidores del cliente (no en servidores externos de la agencia), garantizando la plena transferencia de propiedad, dominio y contenidos, y realizados íntegramente en WordPress (CMS). Las

experiencias deberán acreditar mantenimiento de contenidos o actualizaciones durante al menos 12 meses tras la entrega.

Forma de acreditación: Presentar máximo tres enlaces activos a las páginas web o landings desarrolladas; o, en su defecto y en caso de ser enlaces que ya no están activos, compartir reportes que muestren imágenes reales de las webs en el momento en el que estaban activas.

Certificación o carta del cliente que acredite que el proyecto se desarrolló en WordPress, se alojó en los servidores del cliente y se garantizó la transferencia de propiedad y mantenimiento.

2. EXPERIENCIA EN CAMPAÑAS SEGÚN MERCADO EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS

2.1. Experiencia en campañas de branding del sector turístico o de lujo en países de largo radio: realización de al menos 1 campaña de branding en países de largo radio.

Forma de acreditación: Dossier de máximo cuatro campañas internacionales (con el límite de una por mercado) con detalle de objetivos, piezas creativas desarrolladas y resultados, junto con certificación del cliente o declaración responsable de la agencia.

2.2. Experiencia en una producción audiovisual internacional y multimercado, adaptando y transcrito la campaña global para cualquiera de los mercados objetivo.

Forma de acreditación: Dossier de máximo cuatro campañas internacionales (con el límite de una por mercado), con ejemplos de piezas adaptadas y transcritas (no solo traducidas), junto con explicación de la metodología de transcripción y producción utilizada. Deberá también destacar desafíos específicos del enfoque global multimercado y cómo se han resuelto.

3. PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS

3.1. Idea creativa & Resultados: acreditar su capacidad creativa y los resultados obtenidos mediante la presentación de reconocimientos o premios nacionales e internacionales que avalen la calidad, innovación y eficacia de sus campañas publicitarias (EFICACIA, Cannes Lions, CdC, Clio Awards, El SOL).

Forma de acreditación: Copia o enlace oficial de al menos un premio recibido, con indicación el Nombre del galardón o certamen, año, categoría, proyecto premiado, tipo de participación (si fue agencia principal, colaboradora o grupo de producción).

4. PRESENCIA CON DELEGACION PROPIA DE LA EMPRESA

4.1. La empresa deberá acreditar presencia internacional mediante delegaciones propias, entendidas como filiales, oficinas o representaciones permanentes dependientes directamente de la entidad matriz, en alguno de los siguientes países: **Arabia Saudí, Argentina, Brasil, Canadá, Catar, China, Colombia, Corea del Sur, EE.UU., Emiratos Árabes Unidos, Japón, México, Singapur**

Forma de acreditación: Certificación firmada por el representante legal de la empresa que acredite la existencia de oficinas o delegaciones propias en los países mencionados, indicando para cada una:

- **Razón social**
- **Dirección completa**
- **Ciudad y país**
- **Tipo de establecimiento** (sede, filial, oficina de representación, etc.)

Declaración responsable según modelo incorporado como **Anexo XII-B**

5. PRESENCIA COMO HUB (ESPAÑA) PARA OTROS PAÍSES

5.1. Experiencia demostrable como hub internacional desde la oficina de España, liderando y coordinando campañas creativas globales o regionales en los últimos 10 años para uno o varios de los siguientes mercados objetivo, con adaptación y transcreación de materiales en diferentes idiomas y culturas: Arabia Saudí, Argentina, Brasil, Canadá, Catar, China, Colombia, Corea del Sur, EE.UU., Emiratos Árabes Unidos, Japón, México, Singapur.

Forma de acreditación: Dossier de al menos 1 proyecto gestionado desde la oficina de España para mercados internacionales, con detalle de funciones de coordinación, materiales producidos y certificación del cliente o declaración responsable de la agencia.

6. LA EMPRESA CUENTA CON VERTICAL ESPECIALIZADA INHOUSE (END-TO-END) EN:

La empresa dispone de verticales especializadas in-house (end-to-end) que cubren de forma integral las principales áreas de comunicación y marketing necesarias para el desarrollo de campañas globales, incluyendo:

- **PR & Influencer Marketing**
- **Producción digital**
- **Producción audiovisual**
- **Diseño**
- **Creatividad**
- **Redes sociales / Community Management**

Forma de acreditación: Organigrama de la empresa, listado de perfiles inhouse y descripción de las funciones de cada vertical, incluyendo CVs resumidos de los responsables. Declaración responsable según modelo incorporado como **Anexo XII-C**

7. CERTIFICACIONES DE LA EMPRESA: La empresa deberá acreditar la posesión de certificaciones oficiales que avalen la calidad de sus procesos, su compromiso medioambiental y el cumplimiento de buenas prácticas en materia de propiedad intelectual y seguridad publicitaria.

- ISO 9001 Procesos
- ISO 14001 Impacto Medioambiental
- Certificación en gestión de propiedad intelectual/derechos de imagen
- Certificación en Brand Safety y Ad Verification (ej. IAS, DoubleVerify)

Forma de acreditación: presentación de la acreditación oficial emitida por la entidad certificadora correspondiente, en la que conste:

- La denominación de la norma o certificación.
- La entidad acreditadora o certificadora que la emite.
- El número de certificado, fecha de emisión y vigencia actual.

➤ Especificar forma de acreditación:

[] b) Indicación del personal técnico o de las unidades técnicas, integradas o no en la empresa, participantes en el contrato, especialmente aquellos encargados del control de calidad.

➤ Especificar requisitos mínimos:

➤ Especificar forma de acreditación:

[] c) Descripción de las instalaciones técnicas, de las medidas empleadas por el empresario para garantizar la calidad y de los medios de estudio e investigación de la empresa.

➤ Especificar requisitos mínimos:

➤ Forma de acreditación:

[] d) Cuando se trate de servicios o trabajos complejos o cuando, excepcionalmente, deban responder a un fin especial, un control efectuado por el órgano de contratación o, en nombre de éste, por un organismo oficial u homologado competente del Estado en que esté establecido el empresario, siempre que medie acuerdo de dicho organismo. El control versará sobre la capacidad técnica del empresario y, si fuese necesario, sobre los medios de estudio y de investigación de que disponga y sobre las medidas de control de la calidad.

➤ Especificar requisitos mínimos:

➤ Especificar forma de acreditación:

[] e) Titulaciones académicas y profesionales, así como experiencia concreta, del empresario y del personal directivo de la empresa y, en particular, del personal responsable de la ejecución del contrato, así como de los técnicos encargados directamente de la misma.

➤ Titulaciones académicas y profesionales/experiencia:

➤ Forma de acreditación:

[] f) Medidas de gestión medioambiental que el empresario podrá aplicar al ejecutar el contrato.

➤ Especificar requisitos mínimos:

➤ Especificar forma de acreditación:

g) Declaración sobre la plantilla media anual de la empresa y del número de directivos durante los tres últimos años.

- Requisitos mínimos:
- Forma de acreditación:

h) Declaración indicando la maquinaria, material y equipo técnico del que se dispondrá para la ejecución de los trabajos o prestaciones.

- Especificar requisitos mínimos:
- Especificar forma de acreditación:

i) Indicación de la parte del contrato que el empresario tiene el propósito de subcontratar.

- Especificar criterio de selección:
- Especificar forma de acreditación:

7.5.- HABILITACIÓN EMPRESARIAL EXIGIBLE PARA REALIZAR LA PRESTACIÓN (art. 65 LCSP)

No se exige

Si se exige:

8.- CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS OFERTAS (Cláusulas 11, 17, 18 y 22)

8.1.- CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LAS SOLICITUDES DE PARTICIPACIÓN (PRIMERA FASE)

1. CRITERIO 1: EXPERIENCIA EN CAMPAÑAS EN LOS ULTIMOS 10 AÑOS

1.1. DOCUMENTACIÓN: Documentación presentada según lo requerido en el apartado 7.4.

1.2. PONDERACIÓN CRITERIO 1: Puntuación máxima 112 puntos (Puntuación acumulable entre todas las campañas presentadas).

En función del sector de la campaña presentada se obtendrá los puntos.

Puntuación máxima: 112 puntos

DESTINO	SECTOR TURÍSTICO	MARCAS DE LUJO O PERFIL HNWI/UHNWI	OTROS SECTORES
4	3	2	1

2. CRITERIO 2: EXPERIENCIA EN CAMPAÑAS SEGÚN MERCADO EN LOS ULTIMOS 10 AÑOS

2.1. DOCUMENTACIÓN: Documentación presentada según lo requerido en el apartado 7.4.

2.2. PONDERACIÓN CRITERIO 1: Puntuación máxima 24 puntos (Puntuación acumulable entre todas las campañas presentadas).

En función del mercado de la campaña presentada se obtendrá los puntos.

Puntuación máxima: 24 puntos

ASIA	ORIENTE MEDIO	EE.UU. & CANADÁ	LATAM
3	3	3	3

3. CRITERIO 3: PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS EN LOS ULTIMOS 5 AÑOS

3.1. DOCUMENTACIÓN: Documentación presentada según lo requerido en el apartado 7.4.

3.2. PONDERACIÓN CRITERIO 1: Puntuación máxima 5 puntos (Puntuación no acumulable).

En función del número de premios y reconocimientos en los últimos 5 años

Puntuación máxima: 5 puntos

2 premios o reconocimientos	3 premios o reconocimientos	4 premios o reconocimientos	Más de 4 premios o reconocimientos
2	3	4	5

4. CRITERIO 4: PRESENCIA CON DELEGACION PROPIA DE LA EMPRESA

4.1. DOCUMENTACIÓN: Documentación presentada según lo requerido en el apartado 7.4.

4.2. PONDERACIÓN CRITERIO 1: Puntuación máxima 5 puntos (Puntuación no acumulable).

En función del número de países en los que la empresa cuente con presencia o delegación propia.

Puntuación máxima: 5 puntos

Presencia 9 países	Presencia en 10 países	Presencia en 11 países	Presencia en 12 países	Presencia en 13 países
1	2	3	4	5

5. CRITERIO 5: PRESENCIA COMO HUB (ESPAÑA) PARA OTROS PAÍSES

5.1. DOCUMENTACIÓN: Documentación presentada según lo requerido en el apartado 7.4.

5.2. PONDERACIÓN CRITERIO 1: Puntuación máxima 5 puntos (Puntuación no acumulable).

En función del número de hubs en los que la empresa cuente con presencia o delegación propia.

Puntuación máxima: 5 puntos

Hub para 1 - 2 países	Hub para 3-4 países	Hub para 5 - 6 países	Hub para 7 - 8 países	Hub para 9 a 13 países
1	2	3	4	5

6. CRITERIO 6: LA EMPRESA CUENTA CON VERTICAL ESPECIALIZADA INHOUSE (END-TO-END) EN:

6.1. DOCUMENTACIÓN: Documentación presentada según lo requerido en el apartado 7.4.

6.2. PONDERACIÓN CRITERIO 1: Puntuación máxima 10 puntos (Puntuación no acumulable).

En función del número de verticales in-house realmente acreditadas

Puntuación máxima: 10 puntos

1 - 2 verticales in- house acreditadas	3 - 4 verticales in- house acreditadas	5 verticales in-house acreditadas	6 verticales in- house acreditadas
4	6	8	10

7. CRITERIO 7: CERTIFICACIONES DE LA EMPRESA

7.1. DOCUMENTACIÓN: Documentación presentada según lo requerido en el apartado 7.4.

7.2. PONDERACIÓN CRITERIO 1: Puntuación máxima 10 puntos (Puntuación no acumulable)

En función del número de certificaciones realmente acreditadas entre las señaladas en el apartado 7.4

Puntuación máxima: 10 puntos

1 certificación	2 certificaciones	3 certificaciones	4 certificaciones
4	6	8	10

Número de candidatos a seleccionar e invitar en segunda fase: 5

En caso de empate, se priorizará la candidatura que haya obtenido mayor puntuación en los siguientes criterios de solvencia técnica: 1, 3 y 4.

Si el empate persistiera, se seleccionará aquella empresa con mayor volumen de negocio en el ámbito del contrato, acreditado conforme a la documentación de solvencia económica presentada.

En última instancia, de mantenerse el empate tras la aplicación de los criterios anteriores, la selección se resolverá mediante sorteo realizado por el órgano de contratación, conforme a lo dispuesto en las Instrucciones Internas de Contratación de IFEMA Madrid.

8.2.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN DE LAS OFERTAS PRESENTADAS (SEGUNDA FASE)

8.2.1.- CRITERIOS NO EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FÓRMULAS (CRITERIOS DE ADJUDICACION EVALUABLES MEDIANTE JUICIO DE VALOR)

La documentación aportada para su valoración con los criterios definidos en este apartado se deberá incluir únicamente en el Sobre o archivo electrónico número 2. Si en el sobre número 1 figurase documentación correspondiente al sobre número 2 o al sobre número 3, el licitador será excluido del procedimiento de adjudicación por vulnerar el carácter secreto que han de tener las proposiciones.

[] No

[X] Si.

CRITERIO 1.- PROPUESTA ESTRATÉGICA, CONCEPTUAL

1.1.- DOCUMENTACIÓN: Deberá aportarse:

- **Documento de propuesta estratégica**, que defina el marco conceptual, los ejes de posicionamiento, los territorios de comunicación, el relato de marca y la justificación de su relevancia frente a otros destinos internacionales competidores. La propuesta deberá incluir ejemplos visuales o narrativos iniciales (look & feel, moodboards o layouts) que ilustren la aplicación creativa del posicionamiento.
 - Concepto creativo central y tagline o lema propuesto.
 - Storytelling y narrativa de marca.
 - Definición del público objetivo y justificación estratégica.
 - Objetivos de comunicación y posicionamiento.
 - Argumento conceptual y cultural del enfoque.
 - Ejemplos visuales o piezas de referencia (layouts, guiones, moodboards, storyboards, animatics o adaptaciones digitales).
- **Análisis del contexto y diagnóstico de marca**, con identificación de oportunidades y amenazas, benchmarking internacional y descripción de las audiencias objetivo.
- **Mapa estratégico o esquema de arquitectura de marca**, que de coherencia a la propuesta creativa y todas las ejecuciones necesarias por región.
- **Justificación de la adecuación de la estrategia** a los objetivos del proyecto y a las líneas de trabajo de Madrid Turismo by IFEMA Madrid.
- **Propuesta de benchmark** o sistema de comparación internacional frente a destinos competidores. Análisis del ecosistema internacional de destinos competidores, tendencias en cuanto a comunicación y posicionamiento, inquietudes del público objetivo por región, que ayude a encontrar la propuesta de valor de Madrid.

- **Plataforma de Comunicación y propuesta creativa:** que traduzca la estrategia en un concepto rector, narrativa, tono, visuales y verbales aplicables a las distintas piezas y soportes.
- **Muestras gráficas y/o audiovisuales (bocetos, layouts, moodboards, storyboards o piezas de referencia)** que permitan valorar la idea central y su aplicación a distintos entornos (Video, digital, social media, OOH, Print, ferias, eventos, etc.).
- **Descripción del proceso creativo y metodología de trabajo,** especificando cómo se desarrollará la plataforma de comunicación y su validación con el equipo de Madrid Turismo.
- **Propuesta de claim de campaña,** con explicación de su coherencia con los valores de Madrid y su capacidad para ser entendida en mercados multiculturales.
- **KPIs e indicadores de éxito,** con una breve descripción de los resultados esperados.
- **Esquema de reparto presupuestario orientativo** entre mercados, acciones y formatos. La estimación de distribución presupuestaria deberá reflejar criterios de eficiencia y coherencia estratégica, conforme a lo indicado en el pliego de prescripciones técnicas.

1.2.- EVALUACIÓN: Este criterio tiene por finalidad evaluar el grado de comprensión del proyecto, la capacidad de la agencia para traducir los valores de Madrid en una narrativa global y la pertinencia del enfoque propuesto para posicionar la marca Madrid como destino de alto valor en los mercados de largo radio.

Se valorará la solidez, coherencia y capacidad diferencial de la propuesta estratégica y conceptual presentada, en relación con los objetivos establecidos en el contrato, y en concreto los siguientes apartados:

- Claridad y profundidad en la definición de la esencia y propósito de Madrid, sus valores diferenciales y su posicionamiento aspiracional.
- Capacidad para conceptualizar el lujo en Madrid desde una perspectiva contemporánea, sostenible y culturalmente relevante.
- Solidez narrativa y consistencia del storytelling propuesto, incluyendo tono, arquitectura de mensajes y adecuación al target.
- Nivel de originalidad, innovación y diferenciación del concepto creativo planteado.
- Capacidad del concepto para trascender campañas puntuales y funcionar como plataforma de comunicación global a largo plazo.
- Viabilidad de implementación del concepto creativo en distintos soportes y mercados, manteniendo coherencia global y adaptación local.
- Conexión del enfoque propuesto con los valores de Madrid como destino.
- Metodología para la ejecución de los estudios de percepción y benchmark internacional analíticas (pre-test y post-test), incluyendo definición de muestra, mercados, enfoque

metodológico (cuantitativo, cualitativo y social listening), indicadores de medición y herramientas.

- Segmentación estratégica de públicos, identificación de drivers de viaje por target y la definición de mensajes y tono coherentes con los distintos mercados objetivo.
- Calidad creativa, originalidad y capacidad de innovación de la plataforma de comunicación presentada, entendida como la traducción conceptual y visual de la estrategia de Madrid ciudad y región en una plataforma creativa integral.

1.3.- PONDERACIÓN: Puntuación máxima 330 puntos.

Tramos de puntuación: 20 niveles de valoración entre el 5 % y el 100 % de la puntuación máxima.

CRITERIO 2.- EQUIPO Y METODOLOGÍA DE TRABAJO PROPUESTO

2.1.- DOCUMENTACIÓN: Deberá aportarse:

- **Organigrama funcional**, que muestre la estructura jerárquica y operativa, líneas de reporte, perfiles implicados en cada fase del servicio y asignación por porcentaje de dedicación de cada miembro.
- **Curriculum Vitae** (excluyendo datos personales) de los miembros asignados (máximo 1 página por perfil) en el que consten su cargo, funciones, años de experiencia y principales proyectos realizados. Experiencia justificada de su conocimiento del sector turístico y sector lujo. Experiencia en proyectos análogos, incluyendo documentación gráfica. En cada caso, se valorará experiencia superior a los años indicados en cada posición según el pliego de prescripciones técnicas. Asimismo, se tendrá en cuenta que la formación académica o técnica indicada en los CV esté debidamente acreditada mediante la presentación de los títulos o certificaciones correspondientes.
- Carta de compromiso firmada por la empresa que garantice la continuidad del equipo, durante la ejecución del contrato.

2.2.- EVALUACIÓN: Se valorará la idoneidad, experiencia, cualificación y adecuación del equipo de trabajo que deberá integrar perfiles especializados en las distintas áreas del proyecto, estrategia de marca, creatividad, producción audiovisual, diseño, marketing digital, PR, insights & research, gestión de cuentas y coordinación internacional, demostrando experiencia contrastada en proyectos globales de marketing de destinos turísticos, lujo o lifestyle. Se valorará la presencia de perfiles senior con trayectoria internacional en campañas de gran envergadura o en proyectos similares dirigidos a un público de alto valor.

Asimismo, se tendrá en cuenta la dedicación ofertada al proyecto, el equilibrio funcional del equipo, la continuidad de los profesionales asignados, y la existencia de especialistas en áreas clave como estrategia de marca, creatividad con visión y transcreación internacional, producción audiovisual global, investigación y creación y gestión de contenidos.

2.3.- PONDERACIÓN: Puntuación máxima 80 puntos.

Tramos de puntuación: 20 niveles de valoración entre el 5 % y el 100 % de la puntuación máxima.

CRITERIO 3.- METODOLOGÍA DE TRABAJO Y COORDINACIÓN**3.1.- DOCUMENTACIÓN:** Deberá aportarse:

- **Explicación detallada del flujo de trabajo propuesto** entre la agencia y Madrid Turismo by IFEMA MADRID, incluyendo procesos de validación, herramientas de gestión y comunicación, garantizando eficiencia y trazabilidad.
 - Descripción del sistema de control de calidad y revisión interna de materiales.
- **Propuesta de integración** con las agencias de medios y otros partners del ecosistema del proyecto.
- **Cronograma/ roadmap** de organización y planificación preliminar
 - Cronograma general de fases del proyecto (investigación, estrategia, creatividad, producción, implementación, reporting).
 - Descripción de hitos principales, dependencias y entregables parciales previstos.
 - Identificación de los equipos implicados en cada fase.
 - Identificación de riesgos potenciales y medidas de mitigación durante las fases de planificación, compra y ejecución de medios.

3.2.- EVALUACIÓN: Se valorará la capacidad técnica, operativa y metodológica de trabajo garantizando la calidad, consistencia y coherencia en todos los mercados objetivo. Se valorará el plan de ejecución y la viabilidad técnica y operativa de la propuesta, en relación con los objetivos y plazos del contrato.

Se valorarán los procesos estructurados de trabajo, una planificación realista y una capacidad probada de coordinación internacional. Se tendrá en cuenta la robustez del enfoque técnico, el detalle en la descripción de herramientas, y la viabilidad temporal y operativa del planteamiento.

Se considerará especialmente la claridad del plan de trabajo, la organización de fases y entregables, los mecanismos de control de calidad, y la solidez de la propuesta metodológica que asegure una implementación eficaz del posicionamiento y la plataforma creativa de marca.

3.3.- PONDERACIÓN: Puntuación máxima 80 puntos.

Tramos de puntuación: 20 niveles de valoración entre el 5 % y el 100 % de la puntuación máxima.

CRITERIO 4.- PROPUESTA DE MEDICIÓN, SEGUIMIENTO Y REPORTING

4.1.- DOCUMENTACIÓN: Deberá aportarse:

- **Propuesta de modelo de medición de KPIs y reporting**, detallando los indicadores, fuentes de datos, frecuencia de actualización y mecanismos de seguimiento.
- **Estimación preliminar de KPIs** globales de la campaña (notoriedad, engagement, percepción de marca, etc.).
- **Descripción del sistema** propuesto para la recogida, seguimiento y visualización de datos durante la ejecución (ej. dashboards, herramientas analíticas, reportes periódicos), en coordinación con la Agencia de Medios.

4.2.- EVALUACIÓN: Se valorará la calidad, claridad y aplicabilidad de la propuesta de medición de resultados, seguimiento y reporting, que permita evaluar el impacto y eficacia del posicionamiento y de la campaña creativa en los distintos mercados.

Se analizará la definición de los indicadores clave de rendimiento (KPIs), tanto globales como específicos por país, la estructura del sistema de recogida y visualización de datos, la frecuencia y formato de los informes, así como la capacidad para generar insights accionables y comparables entre mercados.

Será valorada la utilización de plataformas de visualización y análisis. Siguiendo lo indicado en el pliego de prescripciones técnicas, la propuesta deberá estar coordinada metodológicamente con la Agencia de Medios, garantizando la coherencia y trazabilidad de los indicadores entre ambas.

4.3.- PONDERACIÓN: Puntuación máxima 30 puntos.

Tramos de puntuación: 20 niveles de valoración entre el 5 % y el 100 % de la puntuación máxima

CRITERIO 5.- DISTRIBUCIÓN ESTIMADA DE PRESUPUESTO (BUDGET SPLIT)**5.1.- DOCUMENTACIÓN:** Deberá aportarse:

- **Distribución estimada del presupuesto global (en porcentaje exclusivamente, sin incluir cifras numéricas)** por tipología de acción: estrategia, creatividad, producción, adaptación y localización, entrega de materiales, implementación y seguimiento.
- **Desglose orientativo por mercados o regiones, (en porcentaje exclusivamente, sin incluir cifras numéricas)** reflejando fases del proyecto, criterios de eficiencia, escalabilidad y coherencia estratégica.

- **Explicación de los criterios de asignación**, detallando la lógica de priorización de mercados y acciones, así como su relación con los objetivos y los resultados esperados.

5.2.- EVALUACIÓN: Se valorará la coherencia, transparencia y racionalidad del reparto presupuestario (en porcentaje) propuesto por la agencia en relación con los objetivos estratégicos y la magnitud del proyecto. La propuesta deberá reflejar una comprensión integral del alcance del contrato, una planificación equilibrada entre mercados, fases y tipologías de acción, y una asignación de recursos acorde con la naturaleza y ambición de la campaña internacional de posicionamiento de Madrid.

Se valorará la capacidad de optimizar los recursos disponibles, garantizando el máximo impacto en notoriedad, afinidad y conversión, sin comprometer la calidad ni la coherencia estratégica. Asimismo, se tendrá en cuenta la justificación del criterio de reparto, la claridad en la exposición de las partidas y la adecuación del esfuerzo económico a la complejidad de las acciones propuestas.

Se apreciará especialmente que la estimación presupuestaria (en porcentaje) refleje una estructura proporcional y sostenible, que muestre criterios de eficiencia y escalabilidad por mercado, la diversificación equilibrada de la inversión entre estrategia, creatividad, producción, localización, adaptación, implementación y seguimiento; evidencie coherencia con el plan de trabajo y el enfoque creativo; y muestre una trazabilidad clara entre los objetivos, los indicadores (KPIs) y la asignación económica.

También se valorará la capacidad de la agencia para presentar un modelo de gestión presupuestaria flexible, capaz de adaptarse a la evolución del proyecto, los resultados de las mediciones periódicas y necesidades emergentes.

5.3.- PONDERACIÓN: Puntuación máxima 80 puntos.

Tramos de puntuación: 20 niveles de valoración entre el 5 % y el 100 % de la puntuación máxima

Se establece un umbral mínimo del 60 por ciento de la puntuación en el conjunto de los CRITERIOS NO EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FÓRMULAS para continuar en el proceso. En el caso de ofertas que no obtengan al menos el citado porcentaje, serán excluidas del procedimiento de licitación.

8.2.- CRITERIOS EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FÓRMULAS

La documentación aportada para su valoración con los criterios definidos en este apartado se deberá incluir únicamente en el Sobre o archivo electrónico número 3. Si en el sobre número 1 o en el sobre número 2 figurase documentación correspondiente al sobre número 3, el licitador será

excluido del procedimiento de adjudicación por vulnerar el carácter secreto que han de tener las proposiciones.

Sólo criterio precio

Varios criterios para valorar la documentación presentada en el SOBRE O ARCHIVO ELECTRÓNICO NÚMERO 3:

CRITERIO 6.- PROPUESTA ECONÓMICA:

3.1.- DOCUMENTACIÓN. Modelo de Proposición económica que se presentará redactada conforme al modelo que se incorpore como **Anexo IX y Anexo IX-A al Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares**, debidamente firmada por quien tenga poder suficiente y fechada. La oferta, para ser admitida al procedimiento, deberá ser igual o inferior al presupuesto base de licitación indicado en el **Apartado 3.1 del Cuadro de Características**; expresará claramente, escrita en letra y cifras, la cantidad de euros por la que el licitador se compromete a la ejecución del contrato, impuestos indirectos excluidos, En el caso de no ser coincidentes la letra y la cifra y no se pueda interpretar claramente, se dará siempre prevalencia a la letra sobre la cifra.

3.2.- PONDERACIÓN CRITERIO 1: Puntuación máxima 400 puntos.

Se valorarán con cero (0) puntos a aquellas proposiciones económicas que coincidan con el presupuesto tipo incorporado en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

La valoración de la propuesta económica se realizará mediante la utilización de la siguiente fórmula matemática:

$$Y = \frac{M \times \text{Min}}{X}$$

Siendo para este caso:

Y: puntuación de la oferta que se valora.

M: máxima puntuación a otorgar.

X: precio ofertado a valorar.

Min: precio más bajo ofertado.

8.3.- CRITERIOS DE DESEMPATE

Si. Preferencia en la adjudicación:

1.- Tendrán preferencia en la adjudicación en caso de empate entre dos o más licitadores, las empresas que acrediten tener en su plantilla un número de trabajadores con discapacidad superior al 2 por cien del total de la plantilla siempre que dichas proposiciones igualen en sus términos a las más ventajosas desde el punto de vista de los criterios que sirven de base para la adjudicación.

Si dos o más de las empresas licitadoras que hubieren empatado en cuanto a la mejor oferta acreditaran así mismo tener relación laboral con personas con discapacidad en un porcentaje superior al 2 por 100, tendrá preferencia en la adjudicación del contrato el licitador que disponga del mayor porcentaje de trabajadores fijos con discapacidad en su plantilla.

A efectos de aplicación de esta circunstancia IFEMA requerirá a los licitadores que hayan empatado para que presenten la documentación acreditativa del porcentaje y número de trabajadores con discapacidad en plantilla.

2.- En aquellos casos en los que no se pueda aplicar el criterio de preferencia indicado anteriormente (por ausencia de acreditación de las circunstancias descritas o incluso por coincidencia en el número de trabajadores minusválidos) y se presentasen dos o más proposiciones que igualen en todos sus términos a la más ventajosa, se utilizará como criterio la justificación de tener publicadas en su web políticas cumplimiento normativo o "compliance penal" que, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 31bis, apartado 2, del Código Penal, deberá contener las siguientes determinaciones:

- Código de Conducta.
- Mapa de Riesgos Penales: en el que se identificaran los riesgos penales que puedan tener mayor incidencia en la contratista, incluyendo los riesgos penales propios de su modelo de negocio y los comunes a cualquier clase de empresa.
- Manual de Prevención de Delitos Penales, en el que se recogerán las conclusiones y propuestas extraídas del estudio realizado en la fase anterior.
- Canal de Denuncias y Protocolo de actuación en caso de detección de riesgos.

3.- Y, en aquellos casos en los que tampoco pueda aplicarse el criterio de preferencia indicado anteriormente, se decidirá la adjudicación mediante sorteo para cuya realización se convocará a las partes. En el caso de no presentarse alguna de ellas, el sorteo tendrá lugar igualmente en la fecha y hora señaladas en la convocatoria.

8.4.- OFERTAS CON VALORES ANORMALES O DESPROPORCIONADOS

Se considerarán como anormales o desproporcionadas, las ofertas de los licitadores que:

Criterio precio (se aplican parámetros objetivos art. 85 RGLCAP)

De las ofertas admitidas se podrán considerar desproporcionadas o temerarias las ofertas que se encuentren en los siguientes supuestos:

- Cuando, concurriendo un solo licitador, sea inferior al presupuesto base de licitación en más de 25 unidades porcentuales.
- Cuando concurren dos licitadores, la que sea inferior en más de 20 unidades porcentuales a la otra oferta.
- Cuando concurren tres licitadores, las ofertas admitidas que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas admitidas. No obstante, se excluirá para el cómputo de dicha media la oferta de cuantía más elevada cuando sea superior en más de 10 unidades porcentuales a dicha media.
- Cuando concurren cuatro o más licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas admitidas. No obstante, si existieran ofertas superiores a dicha media en más de 10 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas es inferior a tres, la nueva media se calculará considerando las tres ofertas de menor cuantía.
- Aquella oferta cuya baja en relación con el presupuesto tipo sea superior a 25 unidades porcentuales.

En el caso de presentarse una oferta que, de acuerdo con los criterios establecidos anteriormente, pueda ser considerada desproporcionada a criterio de la Comisión de Compras y Contratación y, previamente a su consideración definitiva como desproporcionada o temeraria, se solicitará al licitador con la proposición con mejor relación calidad-precio los informes

complementarios que especifiquen las circunstancias por las cuales considera el ofertante que la proposición presentada puede ser cumplida en los términos ofertados.

Para la valoración de las ofertas como desproporcionadas, la Comisión de Compras y Contratación podrá considerar la relación entre la solvencia de la empresa y la oferta presentada.

Varios criterios (Especificar PARÁMETROS OBJETIVOS en virtud de los cuales se entenderá que una proposición es anormal o desproporcionada)

- Parámetro 1
- Parámetro 2

(En todo caso, de conformidad con lo previsto en el artículo 147.4 de la LCSP, los órganos de contratación rechazarán las ofertas si comprueban que son anormalmente bajas porque vulneran la normativa sobre subcontratación o no cumplen las obligaciones aplicables en materia medioambiental, social o laboral, nacional o internacional, incluyendo el incumplimiento de los convenios colectivos sectoriales vigentes).

8.5.- SUPUESTOS DE EXCLUSIÓN AUTOMÁTICA DE LAS OFERTAS

Además de los recogidos en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, se producirá la exclusión automática de las ofertas en los siguientes supuestos:

- En el caso de establecerse un umbral mínimo en el **Apartado 10.2 del Cuadro de Características**, la oferta que no supere al menos el porcentaje de valoración establecido en el apartado indicado.

9.- OFERTAS VARIANTES (Cláusula 12)

- No se admiten variantes
 Se admiten variantes. Especificar.

10.- FASES DE VALORACIÓN DE OFERTAS (SEGUNDA FASE) (Cláusulas 11, 14 y 16)

10.1.- EXISTENCIA DE FASES SUCESIVAS:

No / Sí (Especificar fases)

10.2.- EXISTENCIA DE UMBRALES MÍNIMOS EN LA PUNTUACIÓN DE FASES:

No / Sí (Especificar umbral mínimo)

Se establece un umbral mínimo del 60% por ciento de la puntuación en el conjunto de los CRITERIOS NO EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA MEDIANTE LA APLICACIÓN DE FÓRMULAS para continuar en el proceso. En el caso de ofertas que no obtengan al menos el citado porcentaje, serán excluidas del procedimiento de licitación

11.- GARANTÍAS (Cláusulas 15, 19, 21 y 42)

11.1.- GARANTÍA PROVISIONAL

- No se exige
 Si se exige

Importe.- 104.478,08 € (CIENTO CUATRO MIL CUATROCIENTOS SETENTA Y OCHO EUROS CON OCHO CÉNTIMOS) (3% del presupuesto base de licitación (IVA EXCLUIDO))

<p>Justificación.- Según lo previsto en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares: aval bancario, seguro de caución o ingreso en efectivo en la cuenta:</p> <p>Identificación de la cuenta corriente en la que ha de hacerse el ingreso si se opta por prestarla en metálico: <u>BANCO SABADELL</u> IBAN ES23 0081 5136 70 0001425550 Swift BSABESBB</p>
<p>11.2.- GARANTÍA DEFINITIVA</p> <p><input type="checkbox"/> No se exige <input checked="" type="checkbox"/> Si se exige</p> <p>Importe.- 5% del precio del contrato. (IVA EXCLUIDO)</p> <p>Justificación.- Según lo previsto en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares: aval bancario, seguro de caución o ingreso en efectivo en la cuenta:</p> <p>Identificación de la cuenta corriente en la que ha de hacerse el ingreso si se opta por prestarla en metálico: <u>BANCO SABADELL</u> IBAN ES23 0081 5136 70 0001425550 Swift BSABESBB</p>
<p>11.3.- GARANTÍA COMPLEMENTARIA</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> No se establece <input type="checkbox"/> Si se establece</p> <p>Importe.- €</p>
<p>11.4.- CONSTITUCIÓN MEDIANTE RETENCIÓN EN EL PRECIO (art. 108.2 LCSP)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si. Forma y condiciones de la retención.-</p>

<p>12.- IMPORTE MÁXIMO DE GASTOS DE PUBLICIDAD A ABONAR POR EL ADJUDICATARIO (Cláusula 36)</p>
<p>El adjudicatario estará obligado a satisfacer los gastos de publicidad de licitación hasta el siguiente importe máximo:</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si Importe:</p>

<p>13.- COMPENSACIÓN POR LA DECISIÓN DE NO ADJUDICAR O CELEBRAR EL CONTRATO Y DESISTIMIENTO DEL PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN POR IFEMA MADRID (Cláusula 20)</p>
<p>Importe máximo de indemnización: una cuantía máxima de hasta 300 euros, previa solicitud del licitador y justificación documental del efectivo gasto en que se ha incurrido.</p>

14.- ASEGURAMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD CIVIL (Cláusulas 23 y 36)

No se exige

Si se exige:

El contratista vendrá obligado a indemnizar cualquier tipo de daños personales, materiales y perjuicios consecuenciales, derivados de la ejecución del servicio adjudicado, tanto a IFEMA y sus dependientes como a terceros.

A efectos de garantizar la indemnización, el contratista deberá suscribir una póliza de seguro de responsabilidad civil que contemplará las siguientes coberturas y condiciones mínimas. La vigencia del seguro deberá mantenerse durante todo el periodo de contratación del servicio adjudicado.

LIMITE MINIMO DE INDEMNIZACION: 600.000 Euros por siniestro y año.

RESPONSABILIDADES Y COBERTURAS GARANTIZADAS:

1. Responsabilidad Civil Profesional, que incluya expresamente el servicio a realizar como actividad asegurada.
2. Responsabilidad Civil General.
3. Responsabilidad Civil Subsidiaria Subcontratistas (en caso de que se subcontraten servicios para la ejecución del contrato).
4. Responsabilidad Civil Patronal (sublímite por víctima mínimo de 300.000 Euros).
5. Responsabilidad Civil Cruzada (en caso de que se subcontraten servicios para la ejecución del contrato, con sublímite por víctima mínimo de 300.000 Euros).
4. Defensa jurídica y constitución de fianzas civiles y criminales.

En ningún caso, las franquicias aplicables repercutirán sobre el beneficiario de las indemnizaciones que se deriven de la ejecución del presente contrato.

Asimismo, se deberá incluir a IFEMA y sus dependientes como asegurados adicionales, SIN PERDER LA CONDICION DE TERCEROS EN PÓLIZA, para la ejecución del presente contrato.

OBJETO DEL SEGURO:

Garantizar el aseguramiento de las reclamaciones y sus consecuencias económicas derivadas de cualquier responsabilidad civil que se formulen en relación con la realización del servicio adjudicado contra el contratista asegurado, la propia Institución Ferial de Madrid (IFEMA) y sus dependientes.

MUY IMPORTANTE:

A efectos de acreditar el cumplimiento de esta exigencia, el Contratista deberá entregar, dentro del plazo otorgado por IFEMA MADRID, **uno de los dos** siguientes documentos:

- Una COPIA DE LA POLIZA con su correspondiente recibo de prima en la que deberá especificarse todas y cada una de las condiciones establecidas con anterioridad: i) Límite de indemnización, ii) Responsabilidades y coberturas garantizadas, iii) franquicia máxima, iv) Asegurado adicional.
- UN CERTIFICADO EXPEDIDO POR LA ASEGURADORA en el que deberá relacionarse específicamente todas y cada una de las condiciones establecidas con anterioridad: i) Límite

de indemnización, ii) Responsabilidades y coberturas garantizadas, iii) franquicia máxima, iv) Asegurado adicional.

No se autorizará el inicio de los trabajos hasta que IFEMA MADRID de su conformidad a la póliza de seguros.

15.- PLAZOS DE VIGENCIA, EJECUCIÓN Y LUGAR DE ENTREGA DE LOS TRABAJOS O DE PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS (Cláusulas 28 y 40)

15.1.- PLAZO DE VIGENCIA Y EJECUCIÓN:

Vigencia del contrato: desde la fecha de formalización hasta el 31 de mayo de 2028.

Periodo de ejecución de campañas: desde la formalización del contrato hasta el 31 de diciembre de 2027.

Periodo de soporte y reporting final: del 1 de enero de 2028 al 31 de mayo de 2028, limitado a apoyo para reporte, cierre y transferencia de conocimiento, sin activación de nuevas campañas.

a) Exigencia de plazos parciales:

No

Si

b) Plazo máximo de vigencia: 31 de mayo de 2029 en caso de que IFEMA haga uso de la facultad de prórroga prevista en el Apartado 18 de este Cuadro de Características.

c) Se admite reducción del plazo de ejecución:

No

Si

15.2.- LUGAR DE ENTREGA DE LOS TRABAJOS O DE PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

Dependencias de IFEMA

Otros (especificar).

16.- PROGRAMA DE TRABAJO (Cláusula 26)

No se exige

Si se exige.

Plazo de presentación del Programa de Trabajos:

17.- PAGO (Cláusula 35)

17.1.- PERIODICIDAD Y ALCANCE DE LOS PAGOS

Se estructurará en dos componentes diferenciados:

1.- Honorarios de retainer mensual (servicios recurrentes): pago mensual fijo, que cubra la dedicación de los perfiles requeridos para la correcta ejecución del contrato, según la estructura y porcentajes de dedicación establecidos en el presente pliego.

2.- Costes de producción:

En el caso de producciones audiovisuales, fotográficas o de gran complejidad logística cuyo importe individual iguale o supere los 100.000 € (IVA excluido), Madrid Turismo by IFEMA MADRID podrá autorizar un adelanto del 50% del importe total presupuestado en el momento de la reserva o contratación de los servicios y recursos necesarios (proveedores, localizaciones, talentos, equipos técnicos, etc.).

El 50% restante se abonará una vez entregados los materiales finales, previa validación de los mismos por parte de Madrid Turismo by IFEMA MADRID y presentación de la documentación acreditativa correspondiente (facturas, comprobantes de gastos y pruebas de ejecución).

Este adelanto se aplicará únicamente previa solicitud formal y justificación de necesidad por parte de la agencia adjudicataria, y su autorización quedará sujeta a aprobación expresa de Madrid Turismo by IFEMA MADRID.

Para el resto de las producciones, aquellas cuyo importe individual sea inferior a 100.000 € (IVA excluido) no se contemplarán adelantos.

En estos casos, el pago se efectuará una vez finalizada la producción, tras la entrega y validación de los materiales finales por parte de Madrid Turismo by IFEMA MADRID y la presentación de la documentación acreditativa correspondiente (facturas, comprobantes y evidencias de ejecución).

El contratista dispondrá de un plazo de 10 días para la presentación de la correspondiente factura en función de la periodicidad definida en este apartado. Las facturas - con referencia al pedido asignado por IFEMA MADRID -, deben recibirse en el departamento de Contabilidad (proveedores@ifema.es).

Una vez conformada la/s factura/s, se procederá a su pago mediante transferencia, con vencimiento a 60 días contados desde la fecha de realización del servicio. En caso de recepcionarse la factura en el Departamento de Contabilidad después de los 10 días autorizados, prevalecerá la fecha de recepción de ésta para el cálculo del plazo de pago.

17.2.- ABONOS A CUENTA (art. 198.3 LCSP)

- No se establecen
- Si se establecen

17.3.- DATOS QUE DEBEN CONSTAR EN LAS FACTURAS: Razón social, Domicilio Social, CIF, describir el servicio prestado en factura y número de pedido facilitado por IFEMA.

18.- PRÓRROGA (Cláusula 29)

- No
- Si. Especificar: 1 prórroga anual (1 de Junio de 2028- 31 de Mayo de 2029)
La prórroga se aplicará de manera proporcional al precio del contrato, en función de la duración establecida del contrato inicialmente estipulado.
- Preaviso de 4 meses

19.- OBLIGACIONES CONTRACTUALES ESENCIALES Y CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO (Cláusula 37 y 38)

19.1.- OBLIGACIONES CONTRACTUALES ESENCIALES

Son obligaciones esenciales de ejecución las siguientes

- a) Adscripción de los medios específicos que se señalan en el Apartado 7.1 del Cuadro de Características.

Se exigen: [] No

[X] Sí: El licitador, con la presentación de su oferta ha quedado obligado a mantener adscritas durante la ejecución del contrato a todas las personas identificadas en la misma, y cuya valoración ha sido determinante de la adjudicación a su favor. En consecuencia, sólo podrá cambiarlas o sustituirlas, incluso aunque sólo fuera puntualmente, con la autorización expresa y por escrito de IFEMA. El incumplimiento de esta obligación contractual esencial será causa directa de resolución del contrato.

- b) Condiciones especiales de ejecución del contrato que se señalan en el Apartado 19.2 del Cuadro de Características: [] No / [X] Si se establecen.

- c) [X] Sí. El cumplimiento de las obligaciones derivadas de la normativa laboral, social y fiscal. Sin perjuicio de lo anterior, y de lo dispuesto en la cláusula 25 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, en particular son obligaciones contractuales esenciales las siguientes:

- Obligaciones fiscales, laborales y sociales.

El contratista está obligado al cumplimiento de la legislación vigente, especialmente en todo lo previsto en las disposiciones en materia fiscal, laboral, de Seguridad Social y de Seguridad e Higiene en el Trabajo, u otros que le sean de aplicación. A tal efecto, deberá presentar a IFEMA, la documentación que ésta le solicite al respecto para cerciorarse del cumplimiento por parte del adjudicatario de todas sus obligaciones.

En consecuencia, la empresa contratista, como único empresario de su personal adscrito a los trabajos contratados, se compromete expresamente a cumplir, respecto del mismo, con todas las obligaciones derivadas, tanto laboral y social, como fiscal, declinando IFEMA cualquier responsabilidad a este respecto.

El incumplimiento de las mismas constituirá causa suficiente para la resolución del contrato, sin derecho a indemnización alguna.

Asimismo, en materia de prevención de riesgos laborales, el contratista deberá tener a disposición de IFEMA su plan de prevención de riesgos laborales, de acuerdo con la legislación vigente, así como acreditación suficiente de haber transmitido a su personal la información y las instrucciones recibidas del empresario titular del centro de trabajo en los términos previstos en el artículo 18.1 LPRL, en relación con el artículo 9.3 del RD 171/2004.

- Obligaciones en materia laboral y de Seguridad Social.

El contratista ejecutará el contrato con personal que tenga con él suscrito un contrato laboral, siendo el adjudicatario/contratista, por tanto, titular exclusivo de los derechos y

obligaciones que dicho carácter de empresario le confiere, liberando en consecuencia a IFEMA de toda responsabilidad frente al citado personal.

- Conforme a la normativa vigente en materia de subcontratación de obras y servicios, control del empleo sumergido, lucha contra el empleo irregular y fraude a la Seguridad Social, el contratista es responsable de acreditar fehaciente y documentalmente el debido cumplimiento de las obligaciones de inscripción, afiliación y cotización de su empresa como empleadora y de sus empleados como trabajadores en relación con los trabajos objeto del contrato. Para ello, está obligado a recabar por sus medios, disponer y entregar a IFEMA los documentos más válidos en derecho respecto de su participación en la actividad contratada y de los trabajadores asignados a la misma.
- El contratista se obliga a que todos los conceptos salariales abonados a sus trabajadores por los trabajos realizados para el desarrollo del presente contrato son adecuados a derecho, responden a la naturaleza de los trabajos efectivamente ejecutados, tienen el debido reflejo en los recibos salariales y en los documentos de cotización, y son gravados con los impuestos que, en su caso, correspondan.
- El contratista se obliga bajo su exclusiva responsabilidad a comprobar el cumplimiento de tales obligaciones respecto de las empresas, trabajadores autónomos o profesionales subcontratados, en su caso, por él para la realización de trabajos objeto del presente contrato.
- El contratista se obliga a facilitar a IFEMA la siguiente información y/o documentación:
 - Con carácter previo a comienzo de la ejecución de los servicios contratados:
 - Copia del documento acreditativo de la inscripción empresarial en la Seguridad Social del adjudicatario.
 - Certificación negativa de descubiertos frente a la Seguridad Social.
 - Relación de trabajadores asignados a la actividad con identificación de apellidos y nombre, y documento de identificación (DNI o NIE).
 - Acreditación del alta efectiva en la Seguridad Social de los trabajadores asignados a los trabajos objeto del contrato mediante resolución de alta o Informe de Trabajadores en Alta (ITA) emitido por la Seguridad Social con huella de control a través del sistema RED.
 - Con carácter mensual:
 - Certificación negativa de descubiertos frente a la Seguridad Social.
 - Acreditación del alta efectiva en la Seguridad Social de los trabajadores asignados a los trabajos objeto del contrato mediante resolución de alta o Informe de Trabajadores en Alta (ITA) emitido por la Seguridad Social con huella de control a través del sistema RED.
 - Documentación acreditativa del efectivo pago de salarios devengados por la realización de los trabajos objeto del contrato a los trabajadores asignados a los mismos.

Las anteriores relaciones se entienden de carácter enunciativo y no limitativo, pudiendo IFEMA en cualquier momento solicitar la entrega de información y/o documentación

adicional a la contemplada para cerciorarse del cumplimiento por parte del adjudicatario de todas sus obligaciones.

- d) No / Sí Condiciones mínimas de calidad en la ejecución del servicio (SLA: Acuerdo de Nivel de Servicio). Las siguientes:

.....
.....

- e) Sí Obligaciones específicas en materia de prevención de riesgos laborales.

El adjudicatario, como empresario de los trabajadores adscritos a los servicios contratados, vendrá obligado al cumplimiento íntegro de las obligaciones que en materia de Seguridad y Salud laboral se contienen en la Normativa aplicable, con especial mención a lo dispuesto en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales y Reglamentaciones específicas que sean de aplicación en relación con el servicio contratado.

- f) Plazos de ejecución del contrato:

Cumplimiento del plazo total

Cumplimiento de los siguientes plazos parciales:

Tiempos de ejecución referidos por el equipo de Madrid Turismo by IFEMA Madrid.

- g) Otras:

Su incumplimiento tiene consideración de:

Causa de resolución del contrato: las de los apartados b), c), e)

Causa de imposición de penalidades: las de los apartados b), c), e)

19.2.- CONDICIONES **ESPECIALES** DE EJECUCION

Son condiciones especiales de ejecución las siguientes, de acuerdo con lo establecido en el artículo 202 de la LCSP:

- a) Condiciones de tipo social o relativas al empleo

Se exigen: No / Sí

Se exigen los siguientes:

Especificar

- b) Condiciones de tipo medioambiental

Se exigen: No / Sí

Se exigen los siguientes:

Especificar

- c) Condiciones relacionadas con la innovación

Se exigen: No / Sí

Se exigen los siguientes:

Especificar

- d) Otras

Se exigen: No Sí.

Cumplimiento de las obligaciones derivadas de la normativa sobre subcontratación. En particular, la obligación de estar al corriente en los pagos a sus subcontratistas o suministradores (art. 227 LSP). En caso de haberse autorizado la subcontratación, según lo dispuesto en el apartado 20 de este Cuadro de Características de Características, tienen la consideración de obligaciones esenciales, particularmente, las siguientes:

- La empresa asignataria no podrá variar el objeto ni el contenido de los servicios, ni cederlos o subcontratarlos con terceros, salvo autorización previa y por escrito de IFEMA.
- En el supuesto de que el adjudicatario subcontrate o ceda algún servicio, sin el preceptivo permiso, figurará ante IFEMA como único responsable a todos los efectos.
- La Adjudicataria antes de celebrar contratos con sus subcontratistas, en el marco del contrato adjudicado, informará de los trabajos que pretende subcontratar con indicación de los Subcontratistas propuestos. La identificación de los subcontratistas deberá comunicarse previamente a IFEMA, que podrán ser vetados justificadamente dentro de los 10 días naturales siguientes a la fecha de recepción de la comunicación.
- Para los servicios subcontratados con la autorización de IFEMA, la Adjudicataria estará obligada a enviar a IFEMA, una copia de los contratos entre la Adjudicataria y cada Subcontratista en los diez días siguientes a su formalización.
- Para los servicios subcontratados con la autorización de IFEMA, la Adjudicataria estará obligada a comunicar y a hacer cumplir a los Subcontratistas los requisitos y condiciones técnicas, de calidad y comerciales establecidas en la Documentación Contractual, en tanto les sean aplicables.
- La Adjudicataria deberá incluir en cada uno de sus contratos con los Subcontratistas la obligación de cada Subcontratista de cooperar con IFEMA a fin de favorecer las labores de supervisión y coordinación de la actividad de IFEMA.
- La Adjudicataria se obliga a comunicar fehacientemente a los subcontratistas las condiciones del Contrato con IFEMA.
- La Adjudicataria se obliga a la obligación de estar al corriente en los pagos a sus subcontratistas o suministradores.

20.- SUBCONTRATACIÓN Y CESIÓN (Cláusulas 33 y 34)

20.1.- SUBCONTRATACIÓN

No se admite

Si se admite. Límite 20%

Tareas que no puedan ser objeto de subcontratación. No podrán ser objeto de subcontratación las actividades consideradas como núcleo esencial (core) del contrato, especialmente aquellas vinculadas a la gestión directa del proyecto (project management), incluyendo, pero no limitándose a:

- Dirección y coordinación general del proyecto
- Interlocución directa con IFEMA Madrid
- Supervisión de la ejecución y control de calidad

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaboración de reportes estratégicos, análisis de resultados y toma de decisiones clave <p><input type="checkbox"/> El licitador deberá indicar en la oferta la parte del contrato que tenga previsto subcontratar. En este caso, en la oferta, deberá incluirse toda la información sobre subcontratación, incluida la que se regula en el siguiente párrafo, que será igualmente de aplicación.</p> <p>En el caso de admitirse la subcontratación, el contratista deberá comunicar por escrito, tras la adjudicación del contrato (salvo que en el presente apartado se haya exigido su determinación en la oferta) y, a más tardar, cuando inicie la ejecución de éste, al órgano de contratación la intención de celebrar los subcontratos, señalando la parte de la prestación que se pretende subcontratar y la identidad, datos de contacto y representante o representantes legales del subcontratista, y justificando suficientemente la aptitud de éste para ejecutarla por referencia a los elementos técnicos y humanos de que dispone y a su experiencia, y acreditando que el mismo no se encuentra incurso en prohibición de contratar. Se adjunta modelo en Anexo XIX.</p> <p>IFEMA MADRID podrá vetar a los subcontratistas, justificadamente, comunicándolo al contratista dentro de los 10 días naturales siguientes a la fecha de recepción de la comunicación. Igualmente, IFEMA MADRID podrá solicitar documentación aclaratoria o complementaria a la presentada.</p> <p>El contratista principal deberá notificar por escrito al órgano de contratación cualquier modificación que sufra esta información durante la ejecución del contrato principal, y toda la información necesaria sobre los nuevos subcontratistas.</p> <p>El contratista principal deberá notificar por escrito al órgano de contratación cualquier modificación que sufra esta información durante la ejecución del contrato principal, y toda la información necesaria sobre los nuevos subcontratistas.</p>

<p>20.2.- CESIÓN</p> <p><input type="checkbox"/> No se admite</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Sí se admite: Conforme a lo previsto en la cláusula 10.3. - CESIÓN de las Instrucciones Internas de Contratación de IFEMA</p>
--

<p>20.3.- SUBROGACIÓN DE TRABAJADORES ADSCRITOS AL OBJETO DEL CONTRATO</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> Sí (especificar requisitos):</p>

<p>21.- MODIFICACIÓN DEL CONTRATO (Cláusula 32)</p> <p>Supuestos:</p> <p>a) Modificaciones no previstas: Según lo indicado en la Instrucciones Internas de Contratación de IFEMA MADRID.</p>

b) Modificaciones previstas: El ofertante tendrá en cuenta que cabe la posibilidad de que IFEMA MADRID acuerde la modificación del presente contrato para aumentar o disminuir el volumen de los servicios objeto del mismo, en la proporción adecuada para atender el incremento o disminución de las necesidades que se produzcan como consecuencia de la estrategia de negocio de la compañía. Nuevos proyectos ligados a nuevas líneas de negocio:

- Nuevos formatos o piezas no contemplado
- Incremento/reducción de adaptaciones
- Ampliación de territorios de uso o extensión de derechos (más países/plataformas).
- Incorporación de nuevos canales (ej., WeChat/Weibo, TikTok) no previstos al inicio.
- Nuevos lineamientos de marca (rebranding)
- Ampliación de derechos de imagen
- Cobertura de picos (campañas especiales, eventos extraordinarios).
- Por ajuste presupuestario o cambio estratégico.
- Simplificación de entregables

Límite porcentual máximo obligatorio para el contratista e importe máximo de la modificación: 1.741.301,27 € (UN MILLÓN SETECIENTOS CUARENTA Y UN MIL TRESCIENTOS UN EUROS CON VEINTISIETE CÉNTIMOS) que suponen el 50% sobre el presupuesto base de licitación.

Procedimiento: Conforme a lo previsto en la CLÁUSULA 32. Modificación del contrato del pliego de cláusulas administrativas particulares.

22.- PENALIDADES (Cláusulas 30 y 37)

22.1.- POR DEMORA:

No

Sí. Especificar penalidades

- Retraso en hitos críticos (plataforma creativa, key visual, guidelines) → penalización de 100 €/día natural de retraso.
- Retraso en piezas (banners, vídeo, posts, landing) no críticos → penalización de 50 €/día natural de retraso.
- Falta de reportes en plazo o dashboards incompletos penalización de 50 €/día natural de retraso.

22.2.- POR INCUMPLIMIENTO O CUMPLIMIENTO DEFECTUOSO DE LA PRESTACIÓN OBJETO DEL CONTRATO:

No

Sí. Especificar penalidades:

Para cada una de las acciones definidas a continuación, se penalizará en el caso de que MADRID TURISMO considere que el servicio no se presta con el compromiso de calidad y corrección debidas, informando a la empresa adjudicataria:

<ul style="list-style-type: none"> - No ejecución: penalización del 100% del valor asignado a la acción específica. - Cambios o desviaciones no autorizadas entre propuesta realizada y ejecución final (ejemplo no limitante ni excluyente: propuestas de realizadores, fotógrafos, ubicaciones y similares) se penalizará con 50% del valor total correspondiente a la acción y/o producción concreta. - Se penalizará con un 5% sobre el total del valor del contrato el uso de recursos sin derechos (música, imagen, tipografías), o cesiones insuficientes. - Difusión de contenidos sin aprobación de IFEMA o vulnerando confidencialidad/brand safety penalización del 100% del valor asignado a la acción específica. - KPIs manipulados o inconsistencia reiterada en data se penalizará con un 5% sobre el total del valor del contrato. - Por incumplimiento del tiempo de dedicación asignado a cada posición del equipo propuesto. Se penalizará con un rango del 5% al 20% en función del perfil sobre el valor estipulado de retainer de agencia para la totalidad del contrato. <p>Las penalidades, que en ningún caso superarán el 50 % del precio del contrato, se harán efectivas mediante deducción en el primer abono que proceda y, subsidiariamente, contra la garantía aportada. En caso de no existir otro abono, subsidiariamente se procederá a la retención en la garantía definitiva.</p>
<p>22.3.- POR INCUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DE ADSCRIPCIÓN DE MEDIOS:</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Sí. Especificar penalidades:</p> <p>En caso de no informar con un preaviso de 15 días naturales se penalizará por cada día de retraso no justificado con un importe de 100 euros por día.</p>
<p>22.4.- POR INCUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN DE SUMINISTRAR INFORMACIÓN SOBRE LAS CONDICIONES DE SUBROGACIÓN EN CONTRATOS DE TRABAJO:</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> Sí. Especificar penalidades</p>
<p>22.5.- POR INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES EN MATERIA MEDIOAMBIENTAL, SEGURIDAD EN EL TRABAJO, SOCIAL O LABORAL:</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> Sí. Especificar penalidades</p>
<p>22.6.- POR INCUMPLIMIENTO DE LAS CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN:</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Sí. Especificar penalidades</p> <p>En caso de incumplimiento de las condiciones especiales establecidas en el apartado 19.2 anterior, IFEMA MADRID podrá imponer una penalidad de hasta un 20 % del valor del contrato.</p>
<p>22.7.- POR INCUMPLIMIENTO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA VINCULADA A LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN:</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> Sí. Especificar penalidades</p>
<p>22.8.- POR INCUMPLIMIENTO OBLIGACIONES EN MATERIA DE SUBCONTRATACIÓN:</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>

<p><input checked="" type="checkbox"/> Sí.</p> <p>En caso de incumplimiento de las condiciones especiales establecidas en el apartado 19.2 anterior, IFEMA MADRID podrá imponer una penalidad de hasta un 20% del precio del contrato.</p>
<p>22.9.- Por incumplimiento SLA (niveles de calidad mínima en la ejecución del servicio):</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Sí. Especificar penalidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Piezas rechazadas por no ajustarse a briefing/brand book tras 2ª corrección → 2 % del precio de la acción - Incumplimiento de SLA de correcciones → 1 % del retainer mensual por incidencia
<p>22.10.- OTRAS:</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> Sí. Especificar penalidades</p>
<p>22.11.- LÍMITE MÁXIMO DEL IMPORTE DE PENALIDADES:</p> <p>Como máximo un 50% del presupuesto máximo de licitación.</p>
<p>22.1.- PLAZO MÁXIMO PARA EL PAGO A IFEMA DEL IMPORTE DE LAS PENALIDADES IMPUESTAS:</p> <p>En los 30 días naturales siguientes a la comunicación por parte de MADRID TURISMO.</p>

<p>23.- CAUSAS DE RESOLUCIÓN CONTRACTUAL (Cláusula 44)</p>
<p>23.1.- Las recogidas en la cláusula 44 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares. Se aplicarán también las del artículo 313 de la Ley de Contratos del Sector Público en cuanto no contradigan o difieran de las del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.</p>
<p>23.2.- EL INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES CONTRACTUALES ESENCIALES que se señalan en el Apartado 19.1 de este Cuadro de Características y las previstas en las Instrucciones Internas de Contratación de IFEMA MADRID.</p>
<p>23.3.- LAS RECOGIDAS EN EL ARTÍCULO 211 DE LA LCSP: en cuanto no contradigan o difieran de las del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.</p>
<p>23.4.- OTRAS</p> <p><input type="checkbox"/></p>

<p>24.- RECEPCIÓN (Cláusula 41)</p>
<p>PLAZO</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> NO</p> <p><input type="checkbox"/> Sí. Dadas las características de la licitación que se propone establece para este contrato un plazo máximo para la celebración de la recepción o conformidad de_____ días naturales a partir de la fecha de entrega o realización del objeto del contrato.</p>
<p>ACTO FORMAL Y POSITIVO DE RECEPCIÓN O CONFORMIDAD</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> NO</p> <p><input type="checkbox"/> Sí. Especificar procedimiento y forma:</p>

PREVISIÓN DE RECEPCIONES PARCIALES

- No procede
 Se establecen las siguientes:

25.- PLAZO DE GARANTÍA (Cláusula 42)

- No
 Sí. Especificar:

26.- DOCUMENTOS QUE REVISTEN CARÁCTER CONTRACTUAL (Cláusula 1)

Sin perjuicio de las obligaciones asumidas por el adjudicatario al formular su proposición, revestirán carácter contractual los siguientes documentos, con el orden de prelación que, a continuación, se menciona:

- El pliego de cláusulas administrativas particulares y el presente Cuadro de Características que lo completa.
- El pliego de prescripciones técnicas.
- El programa de trabajos en aquellos casos en los que este sea exigible según el pliego de prescripciones técnicas particulares
- Cuantos otros documentos técnicos integren el expediente aprobado por IFEMA MADRID.
- El documento de formalización.
- La oferta del adjudicatario.

27.- DEBER DE CONFIDENCIALIDAD (Cláusula 39)

- No se exige
 Sí. Duración máxima: 5 años

28.- VISITA A LAS INSTALACIONES DE IFEMA (Cláusula 48)

- No
 Sí. Especificar:

Obligatoria:

- No
 Sí:
 La documentación acreditativa de haberla realizado se presentará por todos los licitadores en el Sobre o archivo electrónico nº1.
 La documentación acreditativa de haberla realizado se presentará sólo por el licitador seleccionado como mejor oferta.

29.- EL OBJETO DEL CONTRATO SE REFIERE A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y/O CONLLEVA EL ACCESO A PLATAFORMAS O HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS DE IFEMA O IMPLICA EL TRATAMIENTO DE INFORMACIÓN SENSIBLE O DATOS DE CARÁCTER ESPECIAL

(Cláusula 45)

No

Sí. En este caso, serán de aplicación, además de las medidas de seguridad reflejadas en el art. 32 del Reglamento General de Protección de Datos, las reflejadas en el Anexo 076 para contratos de bienes y servicios con elementos relacionados con TI que se incluye como **Anexo XIII a este Pliego**.

**30.- UNIDAD ENCARGADA DEL SEGUIMIENTO Y EJECUCIÓN ORDINARIA DEL CONTRATO/
RESPONSABLE DEL CONTRATO**

Unidad encargada del seguimiento: Dirección de Madrid Turismo

Responsable del contrato: Director de Marketing

31- SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD: EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL CONTRATISTA

IFEMA MADRID evaluará el desempeño del contratista durante el plazo de ejecución del contrato, en base a los criterios que le puedan ser de aplicación, como puede ser, la calidad del servicio/producto prestado, el cumplimiento de los plazos parciales o totales de ejecución, el asesoramiento técnico y/o comercial prestado, el nivel de competencia demostrado, flexibilidad y disponibilidad aportada, así como el nivel de sostenibilidad aplicado durante su actividad.