

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

SERVICIO DE DESARROLLO DE EXPERIENCIA DE MARCA Y ACTIVACION DE ACCIONES CONCRETAS DEL PROYECTO CIRCUITO MADRING

Expediente 25/166 - 2000027241

1. OBJETO DEL SERVICIO

La Dirección de Fórmula 1 solicita un servicio una empresa que dé respuesta a todas las necesidades de diseño, creatividad, producción y fabricación de todas las acciones del proyecto Gran Premio de España de F1, así como de los distintos eventos y activaciones que se desarrollen dentro de su marco y para el Gran Premio de España de F1 y sean gestionados directamente por dicha Dirección.

2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

En función de las necesidades específicas que puedan surgir, el adjudicatario podrá ser requerido para desarrollar las siguientes acciones:

- Diseño, conceptualización y producción de materiales creativos para campañas y acciones de comunicación, tanto en entornos online como offline. Incluye la generación de conceptos creativos y propuestas visuales, la adaptación de piezas a distintos formatos y soportes.
- Diseño estratégico y conceptualización creativa, storytelling multicanal, para estrategias de activación de acciones promocionales, activaciones, eventos y comunicación institucional.
- Diseño, producción y fabricación de materiales y elementos audiovisuales vinculado a eventos promocionales, activaciones físicas con necesidades de elementos efímeros, acciones especiales con medios o prescriptores, campañas de guerrilla, y producción audiovisual.

3. ALCANCE DEL SERVICIO

Los servicios estarán destinados al Circuito MADRING y al GP de F1 y a todos los eventos que se celebren en sus instalaciones

El servicio tendrá carácter creativo integral, pudiendo abarcar desde la conceptualización estratégica, el desarrollo de identidad visual, la creación de materiales de distinta índole y la producción de contenidos gráficos, audiovisuales, digitales y experienciales. Se garantizará la coherencia en todos los puntos de contacto de la marca, tanto en medios online como offline, con soluciones personalizadas que generen impacto y refuercen su posicionamiento.

Durante la vigencia del contrato la dirección de F1 precisa disponer de una empresa con un equipo creativo que pueda dar respuesta a las necesidades que vayan surgiendo para cada uno de los ejes que se definen, puesto que dentro de la dirección de F1 de IFEMA MADRID cuenta con un equipo de Marketing in house.

3.1. SERVICIO CREATIVO

El servicio comprende los servicios de conceptualización, diseño, maquetación, producción y arte finalización de las piezas necesarias tanto para las campañas, como para acciones de marketing y comunicación, tanto digital como offline, y otros materiales creativos adicionales que se requieran.

El objetivo es trabajar de manera global e integral el ecosistema creativo y visual del proyecto. Por parte del equipo de marketing de la dirección de F1 de IFEMA MADRID, trasladará al adjudicatario en un briefing, las necesidades, definiendo la estrategia y la propuesta creativa. El adjudicatario deberá ejecutar dichos trabajos debiendo de manera activa proponer ideas creativas y enfoques que enriquezcan, siempre alineados con la estrategia y necesarios para la consecución de los objetivos del proyecto de la dirección de F1.

El trabajo creativo deberá responder a objetivos estratégicos diversos, combinando acciones de branding y posicionamiento, orientadas a reforzar los valores de la marca, con acciones más tácticas y de performance, enfocadas en la captación de leads y en la venta de entradas y/o productos asociados. Dichos trabajos deberán garantizar la coherencia en todos los puntos de contacto de la marca, tanto en medios online como offline, con soluciones personalizadas que generen impacto y refuercen su posicionamiento.

Se ha elaborado un tarifario de piezas (Anexo IX.1.) con la estimación de necesidades que desde el departamento de Marketing de F1 se han definido. El adjudicatario irá realizando las piezas que se vayan solicitando desde la dirección de F1. Dichas peticiones serán solicitadas al adjudicatario por email donde se le facilitará un briefing, y se le establecerá un plazo de entrega.

Hay que tener en cuenta los entornos visuales donde IFEMA MADRID se exhibe: web, perfiles de redes sociales del Circuito de IFEMA MADRID, pantallas digitales en recinto, soportes de publicidad exterior dentro del recinto (mupis, banderolas, vinilados especiales, etc.), cartelería y señalética, emails, notificaciones push, elementos de marketing directo, etc.

➤ **Desarrollo y adaptación multiformato de piezas creativas**

- **Adaptación a formatos:** Diseño, maquetación y arte finalización de elementos creativos de comunicación, marketing y publicidad: a requerimiento de la Dirección de F1 de IFEMA MADRID se procederá al desarrollo y creación de diferentes piezas creativas hasta su entrega en arte final pieza final para su reproducción. El adjudicatario deberá entregar el master editable de cada pieza, que será propiedad de la Dirección de F1 de IFEMA MADRID.
 - **Formatos print** (adaptaciones de anuncios, media kits, folletos, señalética, flyers, etc.): entrega de arte final del elemento para su producción en imprenta o entrega a exclusivistas de medios para su exhibición/publicación. Los artes finales se entregarán en alta resolución, y en formato editable a la Dirección de F1 de IFEMA MADRID. Ficheros .ai, .eps., pdf, jpg.... También se facilitará pdf en baja resolución.

El adjudicatario, a requerimiento de IFEMA MADRID podrá asesorar en la propuesta de materiales y acabados de producción, corrección de las pruebas de color, etc. También a requerimiento de IFEMA MADRID, podrá proponer imprentas con las que realizar la producción.

- **Formatos digitales:** desarrollo de las piezas y formatos que requieran las diferentes campañas definidas en la estrategia de paid y owned media, teniendo en cuenta los objetivos, canales, formatos y requerimientos propios de cada canal (renders, banners, reels, stories, videos, posts, herobanner, etc.), así como otras adaptaciones o piezas que el Circuito de IFEMA MADRID necesite. Posibles formatos: html, jpg, png, mov, gif, mp4., u otros que la campaña requiera. El adjudicatario facilitará a la Dirección de F1 de IFEMA MADRID los editables.
- **Landings:** en algunos casos se necesitará el diseño y desarrollo de landing o emails (ya sea para la campaña, o algún producto o evento específico) que consistirá en la presentación de un diseño previo, y en el desarrollo de esta en HTML. La implementación en el entorno web queda a cargo del equipo de IFEMA MADRID.
 - Deberá realizar la programación de las piezas diseñadas. Pueden darse casos puntuales en que la Dirección de F1 de IFEMA MADRID solicite al adjudicatario la compra de dominios (https) y alojamiento de distintas piezas.
 - El adjudicatario deberá encargarse, teniendo en cuenta los objetivos de campaña, de plantear e implementar mejoras sobre cada una de las piezas y canales de manera proactiva, con el fin de mejorar la optimización de las campañas en curso. Por lo que la coordinación del equipo creativo con el equipo de performance y de medios es estratégico. Es habitual que durante la exhibición de la campaña se identifique la necesidad de cambiar copias, visuales, etc. para mejorar la performance.
- **Copies:** generación de copias para documentos, branded content media kit, contenidos, anuncios, folletos, landings, emails, locuciones, etc. La generación de copias para las campañas será acorde a lo definido en la estrategia teniendo en cuenta canales, formatos y piezas.
- **Locuciones y cuñas de radio:** puede surgir la necesidad de realizar cuñas de así como locuciones para megafonía del recinto, para lo que el adjudicatario deberá realizar el servicio de producción, además de la creación de los copias y producción en sala hasta la entrega del archivo de audio solicitado. Para proyectos que así lo requieran, podrá ser necesaria la selección de voces y músicas diferentes. En cuanto a los idiomas, casi todas las locuciones se realizarán en castellano y en inglés, pudiendo ser necesario locutar en inglés, catalán u otros idiomas en base a las necesidades y ámbito de la campaña.
- **Formatos audiovisuales:** creación y edición de videos, que puedan implicar rodaje. En algunos casos será necesaria la compra de video de banco de imagen. Para trabajos que requieran la intervención de una productora externa, se facilitará un presupuesto previo con alguna de las productoras con las que trabaje el adjudicatario, para aprobación por parte de la dirección de F1 de IFEMA MADRID. IFEMA MADRID tendrá la condición de productor de grabación del material audiovisual que se cree en ejecución de cualesquiera servicios licitados.

3.2. DISEÑO ESTRATÉGICO Y CONCEPTUALIZACIÓN CREATIVA PARA UNA ACCIÓN, STORYTELLING MULTICANAL

- Creación de conceptos y territorios creativos transversales, con capacidad de adaptación a los diferentes canales y formatos (digitales, físicos, audiovisuales, experienciales).
 - Definición de ejes de comunicación y narrativa central, asegurando la alineación con los valores de la marca y con la identidad propia de MADRING como evento de referencia internacional.
 - Desarrollo de un relato coherente que guíe todas las acciones de comunicación, desde campañas previas de expectativa hasta la cobertura en directo y la activación posterior del evento.
 - Adaptación del storytelling a múltiples soportes y públicos (medios digitales, activaciones presenciales, fan zones, gamificación, contenidos audiovisuales, medios impresos, redes sociales).
- **Creación de líneas creativas con distintas adaptaciones:**
- Creación de conceptos y líneas creativas que respondan a distintos objetivos de negocio.
 - Adaptación del concepto a diversos formatos y soportes, asegurando coherencia en del storyteling de comunicación.
 - Aplicación del concepto a distintos soportes y entornos inherentes al evento, desde señalización hasta branding de espacios.
- **Propuestas de conceptualización creativa:**
- Desarrollar conceptos creativos y storytelling consistentes derivarlos en diferentes líneas y canales de comunicación con coherencia y efectividad, tanto para campañas globales como específicas.
 - Propuestas creativas para acciones promocionales, activaciones, eventos y comunicación institucional.
 - Adaptación de conceptos a distintos públicos y medios.
 - Proceso de presentación y validación creativa:
 - Presentación de tres propuestas creativas, incluyendo bocetos representativos de cada idea.
 - Iteración y refinamiento de los conceptos basados en el feedback de la Dirección de F1 de IFEMA MADRID. Aprobación final del concepto elegido para proceder con su implementación.

En todo momento deberá haber una comunicación muy fluida con la dirección de la F1, estableciendo reuniones de seguimiento y supervisión semanales y /o diarias si fuera necesario. Ante cualquier imprevisto, el adjudicatario deberá informar a la dirección de F1 para poder analizar el escenario y tomar las decisiones pertinentes de una manera ágil.

El plazo estimado para la entrega de la propuesta por parte del adjudicatario dependerá de la complejidad del servicio, pero tras la reunión de Kick off de dicha acción, se deberá presentar en un plazo no superior a 7 días naturales, pudiéndose ver reducidos por motivos de urgencia de la puesta en marcha de dicha acción. Dicho plazo será acordado por ambas partes.

3.3. ESTRATEGIAS DE ACTIVACIÓN Y EXPERIENCIAS INMERSIVAS: DISEÑO, PRODUCCIÓN Y FABRICACIÓN DE MATERIALES Y ELEMENTOS AUDIOVISUALES VINCULADO A EVENTOS PROMOCIONALES, ACTIVACIONES FÍSICAS CON NECESIDADES DE ELEMENTOS EFÍMEROS, ACCIONES ESPECIALES CON MEDIOS O PRESCRIPTORES, HOLOGRAMAS, CAMPAÑAS DE GUERRILLA, Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.

- Conceptualización de experiencias diferenciales y memorables que refuercen la conexión emocional con los asistentes y seguidores.
- Diseño de activaciones innovadoras, incluyendo dinámicas de gamificación, fan zones, activaciones en ciudad, y soportes experienciales en el propio recinto del evento, otros eventos de promoción etc.

4. PUESTA EN MARCHA DEL SERVICIO

La agencia será responsable de coordinar y ejecutar el set up inicial, asegurando un arranque óptimo del servicio. Esto incluye:

- Reunión de kick-off con el equipo de MADRING para definir alcance, prioridades, plazos y canales de comunicación.
- Asignación de un equipo de proyecto dedicado por parte de la agencia, con responsables de cada área (creatividad, diseño, digital, producción).
- Elaboración del cronograma detallado de acciones y entregables, alineado a la necesidad solicitada.
- Definición de metodología de trabajo incluyendo periodicidad de reuniones de seguimiento y coordinación con la organización.

5. PROCESO DE TRABAJO

El Departamento de Marketing de la dirección de F1 facilitará al adjudicatario los briefs, documentación y materiales necesarios (brand guidelines, logotipos y otros elementos gráficos).

La agencia presentará sus propuestas creativas al equipo de Marketing de la dirección de F1, que podrá solicitar ajustes hasta su conformidad. Para cada proyecto se entregarán tres propuestas creativas, de las que se seleccionará la línea definitiva.

Cualquier coste adicional derivado de producción (compra de imágenes, retoques, fotografía, audiovisual, ilustraciones, infografías, etc.) deberá ser previamente aprobado por la Dirección de F1 de IFEMA MADRID. No se asumirán gastos no autorizados.

Para los servicios adicionales y las necesidades para realizar bajo el formato perfil hora, la dirección de F1 facilitará al adjudicatario un briefing con el alcance de la necesidad, plazos, presupuesto, objetivos de la acción, etc. El adjudicatario deberá en el plazo acordado presentar una propuesta que incluya la idea creativa, estrategia, horas de dedicación de los perfiles creativos, el presupuesto necesario en el que se deberá desglosar los costes fabricación con los detalles técnicos, los costes de producción y cualquier otro detalle necesario para evaluar la acción. Una vez aprobado el presupuesto para dicha acción por parte de la dirección de F1, el adjudicatario planificará, gestionará, coordinará y ejecutará todo el servicio hasta su ejecución.

Todos los materiales creativos y/o trabajos deberán ser revisados y validados de los materiales antes de su publicación o difusión.

El adjudicatario deberá garantizar del cumplimiento de la identidad visual del proyecto "Circuito MADRING

5.1. GESTIÓN DEL SERVICIO

El adjudicatario deberá poner a disposición del Departamento de Marketing de MADRING una **herramienta de gestión de proyectos** (tipo Jira, Asana o equivalente) que permita el control y seguimiento de todas las tareas en curso. Esta herramienta será proporcionada y administrada por el adjudicatario, garantizando el acceso a todos los equipos implicados en el servicio.

Reuniones de coordinación y seguimiento

Con el fin de asegurar la correcta ejecución del servicio, se sugiere la siguiente tipología de reuniones:

- Reuniones de arranque: definición inicial del servicio y planificación de hitos.
- Reuniones de brief: convocadas ad hoc en función de cada activación o proyecto.
- Status semanales: seguimiento operativo de tareas y avances.
- Reuniones mensuales: planificación y control del servicio.
- Reuniones trimestrales: evaluación de resultados y propuestas de mejora.
- Reuniones de innovación: análisis del trabajo realizado y presentación de nuevas iniciativas.
- Reunión anual de cierre: balance global y planificación del ejercicio siguiente.

Esta tipología se establece como orientativa, pudiendo ajustarse en cuanto a periodicidad, formato y alcance en función de la carga de trabajo, objetivos y necesidades concretas del servicio, de común acuerdo entre el adjudicatario y MADRING.

6. REMUNERACIÓN DEL SERVICIO

Los diferentes trabajos recogidos en este pliego remuneran al equipo de la siguiente manera:

6.1. Tarifario: remuneración basada sobre tarifario de piezas solicitadas en función de necesidades.

6.2. Precio hora por perfil: se remunerará en base a las horas de dedicación realizadas por los perfiles previamente definidos, dedicados a las distintas peticiones vinculadas al servicio cuando sean requeridas. Incluye las tareas de planificación en base a la estrategia definida, desarrollo y ejecución de piezas.

En caso de que, para la correcta ejecución de los trabajos, se requieran perfiles adicionales no contemplados en la presente relación, la empresa adjudicataria deberá proponer dichos perfiles y presentar el correspondiente presupuesto para su aprobación previa por parte de la entidad contratante.

Para cada una de las peticiones solicitadas por la dirección de F1, el adjudicatario deberá antes de deberá presentar un presupuesto detallado de la relación de perfiles y horas estimadas, para su revisión y aprobación expresa por parte de la dirección de F1 de IFEMA MADRID. De este modo, se asegura una transparencia en los costes y un control riguroso de cualquier producción.

El equipo de trabajo propuesto deberá estar formado por los perfiles necesarios para llevar a cabo cada una de las peticiones, debiendo de disponer de perfiles profesionales de alta capacidad creativa y estratégica. La empresa adjudicataria será responsable del desarrollo y ejecución de todos los trabajos descritos en el presente documento, en coordinación con el equipo de Madring.

Si bien no se requiere la asignación de un equipo con dedicación fija de forma inicial, dicha dedicación se establecerá en función de las necesidades específicas del servicio. No obstante, IFEMA MADRID se reserva el derecho de requerir la sustitución de cualquier miembro del equipo cuando, a su criterio, el desempeño de dicho profesional no resulte satisfactorio.

En cualquier caso, el equipo designado deberá cumplir, desde el inicio y durante toda la vigencia del contrato, con los requisitos mínimos de cualificación y experiencia definidos en la oferta presentada. Toda sustitución que se lleve a cabo deberá asegurar el mantenimiento de los niveles de competencia y experiencia exigidos.

Los perfiles mínimos definidos serán los siguientes: director Creativo, director de arte, Arte/Visual designer/3D, Copy y dedicación. Deberá reunir el conocimiento y experiencia necesarios para la correcta ejecución del servicio.

La intervención de estos perfiles se requerirá únicamente en los casos en que la dirección de F1 lo considere necesario.

Se adjunta una tabla orientativa de posibles perfiles necesarios para llevar a cabo el proyecto, estableciendo una estimación de dedicación y experiencia mínima exigida.

Perfil	Descripción del puesto	Estimación de Dedicación	Experiencia requerida
Director Creativo	Lidera la visión creativa del proyecto, desarrollando conceptos innovadores y alineando al equipo de diseño, copywriting y producción para garantizar la coherencia visual y narrativa.	3%	Experiencia mínima de 5 años en el puesto.
Director de arte	Encargado de la dirección estética y visual de las campañas y proyectos, supervisando el diseño gráfico, identidad visual y producción de materiales creativos.	3%	Experiencia mínima de 3 años en el puesto. Manejo avanzado del paquete Adobe (Photoshop, Illustrator, InDesign), Figma.

Arte/Visual designer/3D	Diseñador encargado de desarrollar elementos gráficos para distintos formatos digitales y offline, asegurando la coherencia visual con la identidad de marca. Diseñador encargado de desarrollar elementos gráficos para distintos formatos digitales y offline, especializado en 3D.	20%	Experiencia mínima de 3 años en el puesto. Manejo avanzado del paquete Adobe (Photoshop, Illustrator, InDesign, After, Premier), Google Web Designer, Figma.
Copy	Redactor creativo especializado en la creación de textos persuasivos y storytelling para campañas publicitarias, branding y contenido digital.	5%	Experiencia mínima de 3 años en el puesto.
Maquetador web / UX	Especialista en el diseño y estructuración de interfaces digitales, optimizando la experiencia del usuario y asegurando una navegación intuitiva y funcional.	2%	Experiencia mínima de 3 años en el puesto. (html, javascript...)

Según la carga de trabajo en determinados periodos, algunos perfiles podrán requerir presencialidad en las oficinas de la dirección de F1 de IFEMA MADRID bajo la modalidad implant.

VOLUMETRÍA DE TRABAJO

Se estima un volumen de horas anual de 686 horas, con un estimado de 57 horas mensuales.

Si bien, dicha estimación podrá incrementarse o reducirse según las necesidades concretas de trabajo que sean requeridas durante la vigencia del servicio

6.3. Comisión de agencia por la intermediación y coordinación integral del proceso para los proyectos relacionados con estrategias de activación y experiencias inmersivas, que incluyan diseño, producción y fabricación de materiales y elementos audiovisuales vinculados a eventos promocionales o activaciones físicas con necesidades de elementos efímeros, y en aquellos casos en los que sea necesario un presupuesto específico por incluir conceptos no contemplados en el precario ni en los perfiles mínimos establecidos en el presente pliego, la empresa adjudicataria deberá presentar un presupuesto detallado.

Dicho presupuesto deberá desglosar de forma clara y diferenciada:

- Los costes de fabricación, incluyendo especificaciones y detalles técnicos de los materiales y procesos.
- Los costes de producción asociados a la ejecución del proyecto.
- Cualquier otro concepto o partida adicional necesaria
- Comisión de agencia

Una vez aprobado el presupuesto para dicha acción por parte de la dirección de F1, el adjudicatario planificará, gestionará, coordinará y ejecutará todo el servicio hasta su ejecución.

7. HORARIO Y LOCALIZACIÓN

De forma general los servicios se prestarán según el calendario laboral de IFEMA MADRID y en horario comprendido entre las 9:00h y las 18:00h.

En ciertos momentos se podrá requerir disponibilidad en fines de semana.

Si durante la ejecución del contrato la dirección de F1 de IFEMA MADRID o el adjudicatario detectan la necesidad de modificar el horario de alguno de los servicios, ambos consensuarán de forma conjunta la modificación.

La dirección de F1 de IFEMA MADRID IFEMA MADRID podrá exigir la ejecución de los trabajos de forma presencial en las instalaciones de la dirección de F1 de IFEMA MADRID.

A discreción de IFEMA MADRID, las reuniones de trabajo se llevarán a cabo en las instalaciones de la dirección de F1 de IFEMA MADRID.

El adjudicatario asumirá sin cargo adicional los costes de los desplazamientos que sean requeridos realizar por necesidad del servicio.

7.1. SEGURIDAD

Las personas designadas por el adjudicatario para la prestación del servicio a la dirección de F1 de IFEMA MADRID conocerán y respetarán las normas de acceso a los sistemas con datos de IFEMA MADRID.

El adjudicatario proporcionará a las personas designadas sus propios dispositivos tales como ordenador portátil, teléfono móvil, etc. y los mantendrá actualizados continuamente con los últimos parches de seguridad liberados por sus respectivos fabricantes. Las personas designadas por el adjudicatario tendrán instalado y emplearán para acceder a los datos de IFEMA MADRID las aplicaciones de seguridad que requiera IFEMA MADRID, por ejemplo, Microsoft Authenticator en su dispositivo móvil. El acceso de los dispositivos de estas personas a la red corporativa de IFEMA MADRID, en caso de ser necesario se realizará a través de VPN establecida entre IFEMA MADRID y el adjudicatario, el cual contará con medidas para que sólo las personas designadas para la prestación del servicio puedan acceder a dicha VPN.

8. PROPIEDAD INTELECTUAL

Todos los materiales que se realicen son confidenciales, y los derechos de autor (y, en su caso, los de propiedad industrial) que se generen en relación con los servicios objeto de licitación serán propiedad de IFEMA MADRID y no podrán ser compartidos con terceros. El adjudicatario cederá todos los derechos de explotación (y, en su caso, de propiedad industrial) sobre todas las obras, prestaciones y bienes inmateriales de propiedad industrial que se puedan generar en ejecución de esta licitación a IFEMA MADRID, en los siguientes términos: La cesión tendrá el carácter de exclusiva, para todo el mundo y por todo el tiempo de duración de los derechos de propiedad intelectual o industrial de que se trate. Dicha transmisión comprenderá los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación tanto de las obras y prestaciones creadas (o derechos de propiedad industrial), como de cualesquiera bocetos o maquetas de la misma que pudieran haberse creado por el participante dentro del proceso creativo que dé lugar a la creación de las obras y prestaciones en cuestión. Se

incluirán también los derechos de extracción y reutilización de bases de datos en la medida en que los resultados creativos adopten la forma de base de datos.

La transmisión de tales derechos a IFEMA MADRID incluye la facultad de esta de ceder los derechos en cuestión a tercero.

El adjudicatario garantiza a IFEMA MADRID la originalidad de todos los trabajos creativos desarrollados en ejecución de esta licitación, así como de cualesquiera bocetos, maquetas y demás documentación generada en el proceso creativo, es decir, que el diseño u obra han sido creados por el adjudicatario, sin haber recurrido a los servicios creativos de terceros o de inteligencia artificial. Asimismo, garantiza que tiene la libre disposición sobre los derechos de explotación en relación con el trabajo creativo que se genere, bocetos, maquetas y demás documentación referida, y que IFEMA MADRID podrá explotar los derechos adquiridos sin perjuicio de derecho de tercero alguno.

El adjudicatario entregará a IFEMA MADRID todos los documentos, maquetas, bocetos, programas informáticos y, en general, todos los desarrollos que se ejecuten en esta licitación.

9. PERSONA DE CONTACTO

Les recordamos que, para cualquier consulta o aclaración de carácter administrativo, técnico o económico sobre este expediente, deben proceder conforme a lo previsto en los apartados 5.- CONSULTAS y 6.- PRESENTACIÓN DE LAS PROPOSICIONES. NOTIFICACIONES Y COMUNICACIONES- del cuadro de características-.

Igualmente, les recordamos que, para aquellas cuestiones que puedan afectar a la operativa / funcionalidad del portal de licitación electrónica de IFEMA MADRID, existe un área de soporte y consulta a licitadores dentro de la web:

Preguntas frecuentes: <https://licitaciones2.ifema.es/html/preguntas-frecuentes>

Manual de uso de la plataforma: https://licitaciones2.ifema.es/resources/Guia_Licitadores.pdf

Soporte y contacto con plataforma: <https://pixelware.com/servicios-soporte-licitadores/>

El contacto telefónico con el encargado de la gestión del expediente perteneciente a la Dirección de Compras y Logística de IFEMA MADRID, que se cita a continuación, se limitará a cuestiones meramente informativas no vinculantes sobre el propio proceso de licitación:

Nombre y apellido del comprador y teléfono: Macarena Pastor; 91.722.57.23.