

ANEXO

BASES DEL CONCURSO DE PROYECTOS CON INTERVENCIÓN DE JURADO PARA LA POSTERIOR CREACIÓN DE LA IDENTIDAD VISUAL DE LA CIUDAD DE MADRID.

I. DISPOSICIONES GENERALES.

1. Objeto del concurso de proyectos con intervención de jurado.

Las presentes bases tienen como objeto determinar las condiciones que regirán en el concurso de proyectos con intervención de jurado para la selección de la propuesta más idónea para el desarrollo de una identidad visual de la ciudad de Madrid y la posterior creación de su correspondiente manual de uso.

2. Requisitos de la identidad visual.

La identidad visual deberá constar de un logotipo, elemento gráfico o composición visual que identifique a la ciudad de Madrid y permita proyectar los valores de la identidad de marca a través del desarrollo de la identidad gráfica y los elementos tipográficos, cromáticos y las composiciones gráficas que la construyan.

Se realizarán dos propuestas una incluyendo la palabra "Madrid" y otra sin ella.

La identidad visual (logotipo, elemento gráfico o composición visual) deberá ser apta e idónea para su utilización como "Marca Madrid" en todo tipo de soportes, tamaños y recursos online y offline (páginas web, cartas, firmas, corpóreos, merchandising, posters, .pptx, internet, etc.).

Para ello, el Ayuntamiento de Madrid facilitará el briefing y la información necesaria sobre la identidad de marca y su visión, misión y valores.

Más allá de los elementos gráficos, el desarrollo de la identidad puede, aun no siendo objeto necesario de este concurso, avanzar hacia identidades verbales, audiovisuales y narrativas, claims o los elementos que se consideren necesarios para cumplir de forma óptima con los objetivos de diferenciación, relevancia y construcción de relato.

3. Régimen jurídico y jurisdicción.

El presente concurso tiene carácter administrativo y se regirá, en todo lo no previsto especialmente en las presentes bases, por lo dispuesto en la Subsección 7 de la Sección 2 "normas especiales aplicables a los concursos de proyectos", artículos 183 y siguientes de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, en adelante, LCSP y el Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas en todo lo que no se oponga a la LCSP, en tanto en cuanto no se produzca su desarrollo reglamentario así como a la legislación supletoria que le fuere de aplicación, igualmente, en cuanto no se opongan a la LCSP.

En relación con el marco normativo, se tendrá en cuenta, especialmente, el considerando 120 de la Directiva 2014/24/UE, que amplía el marco tradicional de aplicación de los concursos de proyectos.

El concurso se desarrollará con intervención de Jurado integrado por personas físicas independientes de los participantes, adoptará sus decisiones o dictámenes de manera imparcial, Sobre la base de la documentación aportada por los interesados y los proyectos básicos que le sean presentados de manera anónima y atendiendo únicamente a los criterios establecidos en las presentes bases.

El concurso, de carácter público y abierto, constará conforme a lo previsto en el artículo 185.1 de la LCSP de dos fases entre los participantes que formalicen la inscripción y que hayan sido admitidos por cumplir los requisitos determinados en estas bases:

a) Una primera fase de selección previa en función de criterios objetivos de solvencia y experiencia. (Fase de selección previa o Fase 1) SOBRE A.

b) Una segunda fase a la que se incorporarán directamente todos los concursantes que hayan superado la fase anterior.

Esta se realizará en dos Sub-Fases Bajo Lema sucesivas: la primera (Sub-Fase A Bajo Lema), de presentación de los proyectos básicos de los candidatos, esto es, carta de motivación donde se exprese sucinta y aproximadamente su visión del proyecto acompañada de un máximo de 6 ejemplos representativos de trabajos realizados, SOBRE B, y la segunda (Sub-Fase B Bajo Lema), SOBRE C, de desarrollo del proyecto básico de identidad visual.

La adjudicación del contrato para el desarrollo del manual de identidad visual y definición de todas sus aplicaciones se realizará mediante procedimiento negociado sin publicidad, de conformidad con lo establecido en el artículo 168.d) en relación con el 131.2 de la LCSP. El Manual de identidad visual deberá incluir propuestas de distintas declinaciones de la identidad visual en función de las líneas estratégicas definidas en el briefing.

Las partes se someten a la jurisdicción de los Juzgados de lo Contencioso Administrativo de la ciudad de Madrid, para resolver los litigios que puedan originarse con motivo del cumplimiento de las presentes Bases.

4. Condiciones de capacidad para participar en el concurso.

Podrán concurrir al concurso las personas físicas o cualquier entidad constituida legalmente, española o extranjera, a título individual o constituida en unión temporal de empresas, con plena capacidad jurídica y de obrar, que posean la solvencia económica y técnica y profesional exigida en estas Bases, y que no se encuentren incurso en causa de incompatibilidad o deber de abstención ni para contratar con las Administraciones Públicas. Para el caso de que se presenten agrupados deberán designar a un representante que será el único interlocutor a efectos del concurso.

Cada una de las personas o entidades que tomen parte en el concurso elaborará una única propuesta de participación.

Cada participante no podrá formar parte de más de una entidad. El incumplimiento de esta condición dará lugar al rechazo de todas las solicitudes o propuestas en las que forme parte.

Los concursantes ganadores del concurso que de conformidad con las presentes Bases resulten adjudicatarios del contrato, deberán ser personas físicas o jurídicas cuya finalidad o actividad tenga relación directa con su objeto y disponer de una organización con el personal y materiales suficientes para la debida ejecución.

5. Incompatibilidades y deber de abstención.

No podrán participar en el concurso las personas físicas o jurídicas que se encuentren en alguno de los siguientes supuestos:

a) Los miembros del Jurado y en relación con ellos: las personas con lazos familiares de primer grado con éstos; los cónyuges, o personas vinculadas con análoga relación de convivencia afectiva; aquéllas con las que mantengan relaciones profesionales estables.

b) Las sociedades o entidades participadas por cualquiera de las personas incluidas en los apartados anteriores.

Sin perjuicio de lo previsto en este punto para los miembros del Jurado, con carácter general y respecto del deber de abstención, se estará a lo dispuesto en el artículo 23 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

6. Remuneración ganador y finalistas.

6.1. Cuantías.

Los participantes seleccionados que pasen a la Sub-Fase B Bajo Lema del concurso (máximo cinco y mínimo tres, conforme a lo dispuesto en el punto 10.1 de estas bases), serán remunerados, de conformidad con lo previsto en el artículo 183.2 en relación con los artículos 184.2 y 185.3 de la LCSP, en concepto de compensación económica por los gastos incurridos, en la cantidad de 8.264,46 euros más el 21% de IVA (1.735,54), esto es, 10.000 € (IVA incluido) cada uno de ellos.

Resultar ganador del concurso, llevará aparejado el compromiso por parte del Ayuntamiento de Madrid, de la adjudicación del contrato de servicios para la elaboración del correspondiente manual de uso y estilo de su propuesta (manual de identidad visual de la ciudad de Madrid), tras la negociación de los aspectos económicos y

técnicos determinados en el pliego de cláusulas administrativas particulares que regirán el contrato, en el que quedarán descritas las necesidades y características del servicio a prestar.

El concurso podrá declararse desierto en caso de que, a juicio del Jurado, ninguna de las propuestas presentadas resulte suficientemente satisfactoria para alcanzar su objetivo.

6.2. Presupuesto para la elaboración del Manual de uso y estilo.

El importe total del servicio para la elaboración del manual de uso y estilo no podrá superar la cantidad de 108.000 € más el 21% de IVA, esto es, 22.680 €, lo que asciende a un total de 130.680 € IVA incluido.

El ganador del concurso será, en su caso, el adjudicatario del contrato de servicios para la elaboración del manual de uso y estilo, conforme a lo previsto en el artículo 168 d) de la LCSP y del precio total del contrato, le serán deducidos los 10.000 euros IVA incluido, percibidos previamente, en concepto de compensación de gastos incurridos.

Por tanto, el valor estimado del presente concurso asciende a 141.057,84 euros, por tanto, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 183.4 en relación con el artículo 22.1. b) de la LCSP, este contrato no está sujeto a regulación armonizada por no superar su importe el umbral mínimo establecido para entidades del sector público distintas a la Administración General del Estado, sus Organismo Autónomos o Entidades Gestoras y Servicios Comunes de la Seguridad Social.

6.3. Facturación.

Las citadas remuneraciones se abonarán a los interesados, previa presentación de la correspondiente factura, en concepto de "Participación y selección como ganador/finalista (según proceda) en el concurso de proyectos para la creación de la identidad visual de la ciudad de Madrid".

Las facturas se dirigirán al órgano promotor del concurso: Coordinación General de Economía, Comercio, Consumo y Partenariado.

Los datos de facturación serán los siguientes:

Ayuntamiento de Madrid
Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo
Coordinación General de Economía, Comercio, Consumo y Partenariado
Oficina De Partenariado y Marca Madrid
C/ Príncipe de Vergara, 140
28002 Madrid
CIF: P2807900B

Para su presentación a través del sistema FACE, los códigos serán los siguientes:

Órgano gestor: Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo.
DIR3: LA0014197

Oficina contable: Intervención Delegada.
DIR3: LA0008535

Unidad tramitadora:
Coordinación General de Economía, Comercio, Consumo y Partenariado / Oficina de Partenariado y Marca Madrid.
DIR3: LA0014199

En el caso de concursantes seleccionados para participar en la Sub-Fase B Bajo Lema, la factura deberá ser presentada en el plazo de los diez días siguientes a su selección e ir acompañada de la documentación acreditativa de la presentación de la propuesta dentro del plazo fijado para ello en estas Bases.

7. Crédito presupuestario.

Existe crédito presupuestario para atender las obligaciones económicas que se deriven de la contratación del servicio, así como de la compensación por gastos incurridos correspondientes al concurso previo, con cargo,

respectivamente, a las aplicaciones presupuestarias 001/140/924.02/640.01 “Propiedad Intelectual” y 001/140/924.02/227.06 “Estudios y trabajos técnicos” del presupuesto municipal.

II. PROCEDIMIENTO PARA EL FALLO DEL CONCURSO.

8. Solvencia.

8.1. Integración de la solvencia con medios externos.

Para acreditar la solvencia necesaria, los participantes en el concurso de proyectos podrán basarse en la solvencia y medios de otras entidades, independientemente de la naturaleza jurídica de los vínculos que tenga con ellas, siempre que demuestre que durante toda la duración de la ejecución de la prestación dispondrá efectivamente de esa solvencia y medios, y la entidad a la que recurra no esté incurso en una prohibición de contratar.

En las mismas condiciones, los participantes que concurren agrupados en las uniones temporales a que se refiere el artículo 69 LCSP, podrán recurrir a las capacidades ajenas a la unión temporal.

Por tanto, los participantes en el concurso de proyectos podrán acreditar los requisitos específicos de solvencia económica, financiera y técnica o profesional que se indican a continuación, basándose en la solvencia y medios de otras entidades.

De conformidad con el artículo 75.1 LCSP, con respecto a la experiencia profesional pertinente, los participantes en el concurso de proyectos únicamente podrán recurrir a las capacidades de otras entidades, si éstas van a prestar los servicios para los cuales son necesarias dichas capacidades. En estos casos se aportará compromiso de integración de la solvencia con medios externos, suscrito por el participante y por el que pone a disposición sus medios, adjuntándose a estas bases modelo de compromiso que deberá ser firmado por ambos (Anexo III).

8.2. Requisitos de solvencia.

Conforme a lo previsto en el artículo 162 de la LCSP, la solvencia deberá acreditarse por los siguientes medios:

a) Económica y financiera. Artículo 87.a) LCSP.

Volumen de negocio: El solicitante deberá acreditar, en su caso, que cuentan con un volumen de negocio mínimo de 80.000 € (sin IVA) en alguno de los 3 últimos ejercicios disponibles para la ejecución de servicios del mismo ámbito al que se refiere el contrato.

Se acreditará mediante declaración del empresario indicando el volumen de negocios global de la empresa. En todo caso, la inscripción en el Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas del Sector Público acreditará las condiciones de solvencia económica y financiera del empresario, a tenor de los datos en él reflejados y salvo prueba en contrario.

b) Solvencia Técnica. Artículo 90.1.a) LCSP.

Deberán acreditar disponer de los recursos y capacidad técnica adecuada para la realización de los servicios descritos en las Bases y en las condiciones establecidas, debiendo de contar con experiencia en la realización y entrega de servicios similares. Se entenderá por contratos similares aquellos cuyo objeto consista en la creación y desarrollo de proyectos de branding de producto, corporativo o geográfico.

Para ello el solicitante deberá presentar la siguiente información:

1.º Presentación del solicitante y datos de contacto.

2.º Presentación, en su caso, del grupo de profesionales asociados en el concurso.

3.º Relación de los trabajos realizados, cómo máximo en los tres últimos años, en proyectos de branding de producto, corporativo o geográfico.

La relación de los servicios o trabajos similares efectuados, se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario

sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en su poder que acrediten la realización de la prestación.

Para considerarla acreditada, el importe anual acumulado de los trabajos realizados en el año de mayor ejecución deberá ser igual o superior a 75.000 euros sin IVA.

En el supuesto de empresas de nueva creación, esto es, aquellas que tengan una antigüedad inferior a cinco años, la solvencia técnica se acreditará según lo previsto en el artículo 90.1.h) de la LCSP, es decir, mediante declaración indicando la maquinaria, material y equipo técnico del que dispondrá para la ejecución del servicio, a la que se adjuntará la documentación acreditativa pertinente.

Para considerarla acreditada, deberán disponer, bien en propiedad o mediante licencia, al menos, de una de cada una de las herramientas siguientes: editora de gráficos, tanto rasterizados (*Photoshop* o equivalentes) como vectoriales (*Illustrator* o equivalente), y de composición digital (InDesign o equivalente), así como del equipo informático necesario para su funcionamiento.

9. Presentación de solicitudes de participación en el concurso.

9.1. Anuncios.

El anuncio de licitación del concurso de proyectos será publicado en la Plataforma de Contratación del Sector Público (PLACSP) dónde se podrán consultar las Bases y demás información en los términos previstos en el artículo 135 y siguientes. de la LCSP. Además, una vez publicado el anuncio, el servicio promotor procederá a su difusión masiva mediante cualquier medio a su alcance.

9.2. Presentación de la documentación.

La participación en la licitación del concurso de proyectos se efectuará a través de la Plataforma de Contratación del Sector Público, debiendo los concursantes presentar la documentación reseñada en cada sobre de acuerdo con la sucesión de fases del concurso, publicada en el anuncio de licitación de la Plataforma de Contratación del Sector Público,

La documentación de los sobres B y C en relación con las Sub-Fases A y B Bajo Lema del procedimiento en las que deberá garantizarse el anonimato, los participantes deberán tener en cuenta que no deberán aparecer datos identificativos de la persona física o jurídica que va a participar en el concurso y por tanto, los datos del remitente que pudieran extraerse quedarán a disposición, exclusivamente, del Servicio de Contratación receptor de la documentación que asume y garantiza, en todo caso, el mantenimiento del anonimato.

Cada participante no podrá presentar más de una propuesta de participación, bien a título individual o en unión temporal de empresas. Si se hubiese presentado propuesta individualmente, no podrá presentarse otra en régimen de agrupación temporal de empresas, ni, en su caso, podrá formar parte de más de una entidad; con la consecuencia, en caso contrario, de la no admisión de todas las proposiciones por él suscritas.

La presentación de las solicitudes de participación presume la aceptación incondicional por parte del participante de la totalidad del contenido de las presentes Bases, sin salvedad o reserva alguna, y toda la documentación deberá presentarse, en su caso, traducida al castellano.

9.3. Documentación a presentar.

Los interesados en participar en el concurso de proyectos tendrán que presentar tres sobres electrónicos, cada uno en su correspondiente momento y de acuerdo con la sucesión de las fases del concurso:

9.3.1. Sobre A - Solvencia para la fase 1 o fase de selección previa.

Boletín de inscripción y solvencia para tomar parte en el concurso de proyectos con intervención de jurado para la posterior creación de la identidad visual de la ciudad de Madrid.

En este sobre se incluirá toda la documentación acreditativa del cumplimiento de los requisitos de solvencia económica y técnica que permitirán acceder a la siguiente fase del concurso:

a) Boletín de inscripción, suscrito por el representante legítimo de la empresa o personal con poderes bastantes al efecto (Anexo I).

b) Acreditación de la solvencia económica y técnica o profesional exigida en la Base 8 y de conformidad con los medios de justificación estipulados en dicha Base.

c) Declaración responsable firmada por el representante legal de la empresa relativa al cumplimiento de todos los requisitos legales y administrativos exigidos en las presentes Bases para la participación (Anexo II).

9.3.2. Sobre B - Documentación para la Sub-Fase A Bajo Lema.

El sobre B deberá respetar escrupulosamente la garantía del anonimato exigido en las presentes Bases y por ello, se presentará en las condiciones y con los requisitos especificados a continuación.

En este sobre se incluirán los documentos que permitan valorar la capacidad del solicitante para abordar el proyecto de creación de una identidad visual de la ciudad y el desarrollo del manual normativo de esa identidad, para lo que se deberá de presentar:

a) Carta de motivación, que no podrá contener ningún dato o signo identificativo, donde se expresa sucinta y aproximadamente la visión del proyecto y los objetivos a conseguir. No consiste en la definición del proyecto ni en una presentación de la propuesta.

Esta carta de motivación irá acompañada de:

1.º Presentación de un máximo de tres logotipos realizados dentro de los tres últimos años.

2.º Presentación de un máximo de tres identidades visuales realizadas dentro de los tres últimos años.

b) Carta de identificación (Anexo IV): que será la ficha de identificación del concursante en la que figuren los siguientes datos:

1.º Lema elegido, que deberá ser distinto del lema seleccionado por ese mismo concursante para participar en la SUB-FASE B).

2.º Nombre del concursante/es y del representante del equipo, en su caso.

3.º Nombre del resto de los componentes del equipo, si procediese.

9.3.3. Sobre C – Documentación para la Sub-Fase B Bajo Lema.

Igualmente, este sobre, denominado sobre C, deberá respetar escrupulosamente la garantía del anonimato exigido en las presentes Bases y por ello, se presentará en las condiciones y con los requisitos especificados a continuación:

9.3.3.1. Formato de las propuestas (sobre C).

a) Propuesta gráfica que presente a concurso, hasta un máximo de 3.

Cada propuesta deberá incluir una identidad visual de la ciudad de Madrid, incluyendo la palabra “Madrid” y otra sin ella, que no podrán contener ningún dato o signo identificativo.

Cada propuesta de identidad visual deberá presentarse en dos formatos:

- PDF 1080x1920 a 72ppp.

- PDF para imprimir en A4 a 300ppp.

Esta presentación no tiene límite de páginas y puede recurrir a los recursos, audiovisuales y gráficos, que le permita la plataforma de contratos del sector público. En particular, deberá tenerse en cuenta que dicha plataforma no permite anexar documentos de tamaño superior a 5MB.

Independientemente de ello, el desarrollo de la identidad visual debe contar con, al menos, los siguientes elementos:

1.º Marca:

a) Marca:

- Construcción de la marca.
- Tipografías y ejemplos de uso.
- Colores corporativos y sus equivalencias.
- Versiones color, monocromo y negativo.
- Tamaños mínimos y zona de respeto.
- Versión sin y con claim (y variantes).
- Versiones prohibidas.
- Dirección de arte fotográfico (Contenido y continente).
- Ejemplos de la marca en movimiento.

b) Valores de marca:

- Conjunto de principios que rigen la identidad de Madrid.

c) Propuesta de valor:

- Definición de un posicionamiento único y auténtico.
- Valores y atributos del por qué elegir a Madrid como ciudad de destino.

d) Claim (Opcional):

- La marca será objeto de un claim que la acompañará para ponerla en contexto.

2.º La mejor manera de comunicar una identidad es poner ejemplos de su funcionamiento con mockups representativos. A tal efecto se piden ejemplos de aplicación de la marca en: a) Cartel impreso. b) Camisetas. c) Instagram (perfil, feed y *stories*).

3.º Nuestro mundo es global y una marca que se desarrolla en un entorno de comunicación líquida, con distintos soportes y canales tiene que nacer con esta clara vocación: a) Mostrar una aplicación en inglés para comprobar el buen funcionamiento de la marca en otros idiomas.

b) Carta de identificación (Anexo V): que será la ficha de identificación del concursante en la que figuren los siguientes datos:

1.º Lema elegido, que deberá ser distinto del lema seleccionado por ese mismo concursante para participar en la SUB-FASE A).

2.º Nombre del concursante/es y del representante del equipo, en su caso.

3.º Nombre del resto de los componentes del equipo, si procediese.

En el caso de que el concursante desee permanecer en el anonimato, si su propuesta no es premiada, hará constar su deseo bajo el lema con la palabra ANONIMO.

9.3.4. Documentación administrativa.

El concursante ganador deberá acreditar su capacidad para contratar con la Administración Pública mediante la presentación de la siguiente documentación:

a) D.N.I. o documento que lo sustituya del firmante de la solicitud de participación.

b) En el caso de empresarios que fueran personas jurídicas, escritura de constitución, y de modificación en su caso, inscritas en el Registro Mercantil, cuando este requisito fuera exigible conforme a la legislación mercantil que le sea aplicable. Si no lo fuere, escritura o documento de constitución, estatutos o acto fundacional en el que consten las normas por las que se regula su actividad, inscritos, en su caso, en el correspondiente Registro oficial que fuera preceptivo.

c) Las empresas no españolas de Estados miembros de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo presentarán el documento, traducido fehacientemente al castellano, acreditativo de hallarse inscritas en los registros o las certificaciones que se indican en el Anexo I del Reglamento de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, en función de los diferentes contratos.

d) Cuando la legislación del Estado en que se encuentren establecidas estas empresas exija una autorización especial o la pertenencia a una determinada organización para poder prestar en él el servicio de que se trate, deberán acreditar que cumplen este requisito.

e) Las personas físicas o jurídicas de Estados no pertenecientes a la Unión Europea deberán justificar mediante informe, igualmente traducido fehacientemente al castellano, de la respectiva Misión Diplomática Permanente española, que se acompañará a la documentación que se presente, que el Estado de procedencia de la empresa extranjera admite a su vez participación de empresas españolas en la contratación con la Administración y con los entes, organismos o entidades del sector público asimilables a los enumerados en el artículo 3 de la LCSP, en forma sustancialmente análoga.

f) Cuando el solicitante actúe mediante representante, éste deberá aportar documento fehaciente acreditativo de la existencia de la representación y del ámbito de sus facultades para licitar, bastantado por la Asesoría Jurídica Municipal, acompañado de la declaración de su declaración de vigencia.

g) Declaración responsable del solicitante de no hallarse comprendido en alguna de las circunstancias señaladas como causa de prohibición de contratar en el artículo 71 de la LCSP.

h) Declaración de estar al corriente de pago de todas sus obligaciones tributarias con el Estado, el Ayuntamiento de Madrid y la Seguridad Social, impuestas por las disposiciones vigentes; sin perjuicio de que la justificación acreditativa de tales requisitos se exija antes de la adjudicación definitiva del contrato de servicios al que resulte premiado. En ese caso y a tal fin, deberán aportar certificación positiva expedida por las citadas Administraciones, la correspondiente al Ayuntamiento de Madrid, se solicitará de oficio por el órgano gestor del concurso.

i) Acreditación de estar al corriente en el pago del IAE, en los términos previstos en el artículo 15.1 del Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas.

j) Escrito detallando nombre, dirección, número de teléfono y correo electrónico.

k) Los empresarios que deseen concurrir integrados en una unión temporal de empresas deben presentar un compromiso por escrito de constituirse formalmente en unión temporal en caso de resultar adjudicatarios. Cuando dos o más empresas presenten propuesta conjunta, cada una acreditará su personalidad y capacidad, debiendo indicar el nombre y circunstancias de las empresas que la suscriban, la participación de cada una de ellas y designación de la persona o entidad que, durante la vigencia del contrato, haya de ostentar la plena representación de todas frente a la Administración.

l) Para las empresas extranjeras, declaración de someterse a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales españoles de cualquier orden, para todas las incidencias que de modo directo o indirecto pudieran surgir del contrato, con renuncia, en su caso, al fuero jurisdiccional extranjero que pudiera corresponder al licitante.

10. Desarrollo del concurso.

En el plazo de los dos meses desde la publicación del anuncio del concurso, los interesados presentarán su solicitud de participación (Sobre A) con la documentación especificada en el punto 9.3.1 de estas Bases.

Previo al proceso de deliberación por parte del Jurado, se llevará a cabo la selección correspondiente a la Fase 1 o Fase de Selección Previa, por una Comisión Técnica de apoyo al Jurado que comprobará los requisitos de solvencia exigidos en las presentes Bases para la participación, así como la declaración responsable sobre la aptitud para contratar de los candidatos.

Todos los participantes que cumplan con estos requisitos pasarán a la siguiente fase (Sub-Fase A Bajo Lema), salvo que renuncien expresamente.

Esta Comisión estará integrada por la Jefa del Servicio de Régimen económico, Contratación y Servicios Comunes de la Secretaría General Técnica del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo, la Jefa del

Servicio de Gestión Económico-Administrativa y Sector Privado de la Oficina de Parteneriadiado y Marca Madrid, un representante del Servicio de Promoción y Marca Madrid y la Subdirectora General de Coordinación Administrativa de la Dirección General de Comunicación que actuará como Secretaria de la Comisión.

Concluido el plazo de presentación de solicitudes de participación, la Comisión Técnica procederá en acto interno al examen de la documentación presentada por los licitadores, y si observase defectos u omisiones subsanables, lo notificará a través de la PLACSP concediéndole un plazo no superior a tres días hábiles para que lo subsane. Ahora bien, si la documentación de un licitador contuviese defectos u omisiones no subsanables, no será admitido a licitación.

Se notificará individualmente a los participantes su admisión o inadmisión en el concurso, con indicación de los motivos que en cada caso lo justifiquen.

Finalizada la Fase 1 o fase de selección previa, los concursantes aptos para pasar a la siguiente fase de selección denominada Sub-Fase A Bajo Lema deberán presentar la documentación requerida (SOBRE B – Apartado 9.3.2 de las Bases), previa invitación a través de la Plataforma de Contratos del Sector Público, para lo que dispondrán de un plazo de 15 días naturales a contar desde el día siguiente a la remisión de la invitación

La apertura de este sobre para su valoración posterior por el Jurado se realizará por la Comisión Técnica.

El Jurado valorará a los candidatos, que serán puntuados según los criterios expuestos más abajo, y en función de la mayor puntuación obtenida, se resolverá la selección definitiva de los finalistas que serán como máximo cinco y como mínimo tres y que serán invitados a participar en siguiente fase (Sub-Fase B Bajo Lema. SOBRE C).

Los profesionales y las empresas serán invitados a la Sub-Fase B Bajo Lema en función de la valoración de criterios relacionados con los méritos aportados que permitan evaluar su capacidad técnica, económica y financiera puestos al servicio de la creación de la identidad visual de la ciudad de Madrid.

10.1. Criterios de valoración para pasar a la Sub-Fase B Bajo Lema.

La valoración se hará para cada uno de los conceptos siguientes hasta una puntuación global máxima de 100 puntos:

- a) Carta de motivación (hasta 35 puntos).
- b) Los ejemplos representativos realizados dentro de los tres últimos años (hasta 65 puntos).

La selección para llegar a la fase de creación del proyecto se llevará a cabo de la siguiente forma:

- a) Carta de motivación: se valorará la visión del proyecto y la metodología a la hora de afrontarlo.
- b) Ejemplos representativos: El jurado valorará la ejecución formal de los ejemplos presentados. El uso de los recursos y técnicas empleadas, así como la solidez, innovación, originalidad y carácter de las propuestas. Otros elementos de juicio será la funcionalidad y la asunción de objetivos ligados, tanto a la comprensión, diferenciación y memorabilidad de la marca, como a la comprensión de, y adaptabilidad a, entornos multicanal. En lo conceptual, se valorará la creatividad en tanto que generadora de soluciones a los problemas planteados en el briefing y la pertinencia con que esas soluciones se articulan visualmente.

Con estos criterios en mente, el jurado llevará a cabo tres rondas de eliminación:

a) Una primera ronda eliminatoria en que los componentes del jurado cuentan con votos ilimitados, esto es, podrán eliminar o no, directamente y sin necesidad de otorgar puntuación, cuantas propuestas consideren oportunas, y que superarán aquellas muestras con al menos la mitad de los votos del jurado.

b) Una segunda ronda, igualmente eliminatoria, en la que cada miembro del jurado cuenta también con votos ilimitados, y que superarán las muestras con al menos la mitad de los votos.

c) Una tercera ronda en la que cada miembro del jurado otorgará la puntuación individual que considere oportuna a las distintas propuestas, dentro de los límites mínimo y máximo de cada apartado, y que terminará con la elección de los finalistas que, por orden de puntuación y en las condiciones establecidas en las presentes Bases, llevarán a cabo la propuesta del proyecto en la o SUB –FASE B Bajo Lema.

Los solicitantes seleccionados en la Sub-Fase A Bajo Lema, conforme a los anteriores criterios, que serán como máximo cinco y como mínimo tres (artículo 185.3 LCSP), por orden de mayor puntuación, confirmarán a través de la Plataforma de Contratos del Sector Público, su aceptación de la invitación a participar en la Sub-Fase B Bajo Lema dentro de los cinco días siguientes a la remisión de la invitación, dado que en esta fase del concurso, únicamente participarán los profesionales y/o empresas que hayan sido invitadas de acuerdo con la selección realizada por el jurado y que hayan aceptado la invitación.

En el supuesto de que alguno de los solicitantes no confirmase su participación dentro de los cinco días de plazo señalados, la Comisión Técnica podrá invitar a otro candidato en su sustitución siempre que la puntuación alcanzada por éste sea igual o superior a setenta puntos y siguiendo estrictamente el orden de puntuación obtenido (de mayor a menor). No obstante, dado el artículo 185.3 de la LCSP exige que el número mínimo de candidatos sea de tres, en todo caso, se garantizará esa participación mínima, por estricto orden de puntuación y de mayor a menor, en caso de no alcanzarse la puntuación mínima de 70 puntos, siempre y cuando, con el fin de asegurar una mínima calidad de las propuestas, la puntuación de los posibles candidatos no sea inferior a 50 puntos.

En el supuesto de que al aplicar tal procedimiento el número mínimo de candidatos que cumplan con los requisitos de puntuación fuese inferior a tres, conforme a lo dispuesto en el artículo 187.10 en relación con el 162.2 de la LCSP, podrá continuar el procedimiento si quedasen, al menos, dos candidatos que reúnan las condiciones exigidas, sin que pueda invitarse a candidatos que no hubiesen solicitado participar en el concurso o que no posean dichas condiciones mínimas. Si no fuese posible, el concurso se declarará desierto.

Los concursantes seleccionados deberán presentar, como mínimo, una y, como máximo, tres propuestas de identidad visual de la ciudad de Madrid. Cada propuesta deberá incluir una identidad visual incluyendo la palabra "Madrid" y otra sin ella.

Deberán presentar sus propuestas en el plazo de 45 días naturales, desde el momento en que se le requiera por parte de la Comisión Técnica, a través de PLACSP.

10.2. Garantía del Anonimato en las Sub-Fases "Bajo Lema":

Los trabajos se presentarán bajo el lema que cada concursante determine, será distinto para las Sub-Fases A y B, y deberá de figurar en todos los documentos que correspondan, de tal manera que estos se mantengan anónimos.

Cualquier otro dato que figure, en la documentación, será objeto de exclusión.

10.3. Exclusiones:

Será excluida del concurso cualquier propuesta presentada fuera de plazo o que no garantice el anonimato y, asimismo, aquéllas en las que concurra alguna de las siguientes circunstancias, según el criterio del Jurado:

- a) Incumplimiento de alguna de las bases del presente documento.
- b) Quebrantamiento del anonimato, bien por haber desvelado el lema por cualquier medio, bien por presentar elementos gráficos identificativos de la identidad del autor de la propuesta.
- c) La presentación de trabajos ya publicados o divulgados, o la divulgación de las propuestas presentadas antes de la publicación del fallo del concurso.
- d) La existencia de inexactitudes y contradicciones flagrantes en el contenido de la propuesta.
- e) La falta de documentación para la adecuada valoración de la propuesta.

10.4. Criterios de valoración de la Sub-Fase B Bajo Lema:

El Jurado valorará las propuestas presentadas por los 5 concursantes finalistas, tomando en consideración la adecuación de las mismas al contenido del Briefing de Identidad, que les será facilitado por el Ayuntamiento de Madrid.

De nuevo, se valorará el uso de los recursos y técnicas empleadas, así como la solidez, innovación, originalidad y carácter de estas propuestas. Otros elementos de juicio serán la funcionalidad y la asunción de objetivos ligados tanto a la comprensión, diferenciación y memorabilidad de la marca como a la comprensión de, y

adaptabilidad a, entornos multicanal. En lo conceptual, se valorará la creatividad en tanto que generadora de soluciones a los retos planteados en el briefing y la pertinencia con la que esas soluciones se articulan visualmente.

La valoración de estos criterios se hará sobre los siguientes elementos:

| Criterios de valoración | Puntos |
|--|--------|
| Logomarca | 30 |
| Desarrollo y adaptabilidad de la identidad visual | 20 |
| Comprensión estratégica y articulación de la misma en el desarrollo de la identidad | 30 |
| Adaptación e innovación, conceptual y formal, en el enfoque metodológico y en las soluciones aportadas | 20 |

Cada miembro del Jurado puntuará individualmente y en secreto, todas y cada una de las diferentes obras presentadas de acuerdo con estos criterios, otorgando una puntuación total a cada una tras la suma de los diferentes criterios evaluados.

El trabajo ganador será aquel que resulte con mayor puntuación tras la suma de las correspondientes valoraciones por parte de cada uno de los miembros del Jurado.

En caso de resultar un empate entre dos o más trabajos, se procederá a una segunda valoración por parte del Jurado con la misma sistemática entre aquellas obras con la misma puntuación. Si tras esta segunda valoración el empate persistiera, la decisión de seleccionar el diseño ganador de la identidad visual corresponderá a la Presidencia del Jurado.

En el plazo máximo de 10 días hábiles desde la apertura de los sobres el Jurado notificará el fallo de concurso y comunicará el nombre del ganador.

El Jurado puede declararlo desierto en el caso que considere que las propuestas no alcanzan el grado de calidad mínimo requerido.

De igual forma el Ayuntamiento se reservará el derecho de poder colaborar con el diseñador en el diseño de la imagen definitiva.

11. Composición y funcionamiento del jurado.

11.1. Composición.

El Jurado estará compuesto mayoritariamente por personas con perfiles técnicos profesionales con experiencia y reconocido prestigio en el sector. Su composición para la Sub-Fase A será la siguiente:

- a) Presidente: El Coordinador General de Economía, Comercio, Consumo y Parteneriado.
- b) Un representante de la Dirección General de Comunicación del Ayuntamiento de Madrid.
- c) Dos representantes de la Oficina de Parteneriado y Marca Madrid y un representante de la Dirección General de Comunicación, Técnicos, que actuarán con voz, pero sin voto.
- d) Un representante propuesto por el Área Delegada de Turismo.
- e) Cinco diseñadores de reconocido prestigio, a propuesta del Ayuntamiento de Madrid.

Para la Sub-Fase B) Bajo Lema, se incorporarán a este mismo Jurado, además, dos diseñadores de reconocido prestigio internacional, a propuesta del Ayuntamiento de Madrid.

Actuará como secretario del Jurado la persona que designe el Coordinador General de Economía, Comercio, Consumo y Partenariado, que asistirá a sus sesiones, con voz y sin voto.

La relación nominal de los miembros del Jurado se publicará en la Plataforma de Contratación del Sector Público (PLACSP), con la antelación suficiente para solventar, en su caso, los supuestos de recusación.

11.2. Funciones.

Es función del jurado la valoración que se hará para cada uno de los conceptos siguientes hasta una puntuación global máxima de 100 puntos:

- a) Valorar la carta de motivación y ejemplos representativos en la Sub-Fase A.
- b) Analizar los proyectos básicos de los participantes presentados en la Fase Bajo Lema o Sub-Fase B).
- c) Vigilar el adecuado cumplimiento del anonimato riguroso con el que deberán examinarse las propuestas.
- d) Decidir la propuesta ganadora del concurso, por ser la más idónea a sus fines, o bien, declarar el concurso como desierto.
- e) Decidir sobre cualquier duda de interpretación de los contenidos de las presentes Bases, así como de otros aspectos relacionados con el concurso que tengan como finalidad su resolución.

11.3. Funcionamiento.

Se estará a lo dispuesto en el artículo 187 de la LCSP y, supletoriamente, a lo establecido en las normas relativas al funcionamiento de los órganos colegiados previstas en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público y, de conformidad con lo previsto en el artículo 17.1 de esta última, se podrán constituir, convocar, celebrar sesiones, adoptar acuerdos y remitir actas tanto de forma presencial como a distancia.

En este último caso, se deberá asegurar por medios electrónicos, considerándose como tales también los telefónicos, y audiovisuales, la identidad de los miembros, el contenido de sus manifestaciones, el momento en que se produzcan, así como la interactividad e intercomunicación entre los miembros en tiempo real y la disponibilidad de los medios durante toda la sesión. Entre los medios electrónicos válidos, se consideran incluidos el correo electrónico, las audioconferencias y las videoconferencias.

Quien ejerza las funciones de la secretaría del Jurado levantará acta de las reuniones celebradas. En la sesión constitutiva, los miembros del Jurado expresarán que ninguno de ellos participa como concursante, ni incurre en alguno de los supuestos de incompatibilidad recogidos en las Bases, informando al resto, en su caso, sobre la posible existencia de alguna de las incompatibilidades previstas en dichas Bases con respecto de los participantes en el concurso.

El jurado podrá estar asistido de personal técnico y adoptará sus decisiones con total autonomía e independencia, contra sus acuerdos se estará a lo dispuesto en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

11.4. Fallo del concurso.

Una vez cumplido el plazo de presentación de proposiciones por los concursantes seleccionados, se reunirá el Jurado, para levantar Acta de Admisión enumerando, en su caso, las propuestas rechazadas y las razones para su exclusión (en cada una de las dos fases en que se requiere su intervención).

El Acta de admisión de la fase de Propuestas Bajo Lema, acreditará, asimismo, el desconocimiento por parte del Jurado de la autoría de las propuestas admitidas.

El Jurado colegiadamente expondrá, y así quedará recogido en las correspondientes actas, los motivos por los cuales considera que las propuestas seleccionadas, tanto para el paso a la tercera fase como para la selección de la propuesta finalista y ganadora del concurso, y el orden de interés de las restantes propuestas; lo que será confidencial y exclusivamente a los efectos establecidos en las presentes Bases. También se recogerá en las actas el devenir de las discusiones, con indicación de los descartes sucesivos que se hayan producido. Se podrán emitir votos particulares si así lo deseara cualquier miembro del Jurado.

En tanto no se produzca el fallo, los miembros del Jurado guardarán secreto de las deliberaciones y se abstendrán de revelar fuera de sus sesiones las informaciones a las que hayan tenido acceso en el ejercicio de su función.

La convocatoria podrá declararse desierta si ninguna proposición resulta admisible de acuerdo con los criterios que figuran en las presentes bases.

11.5. Publicidad del Fallo.

Una vez producido el fallo, la información relativa a la identidad de los concursantes (salvo que hayan manifestado su deseo de permanecer en el anonimato y no sea el ganador del concurso) correspondiente a los trabajos seleccionados, tendrá lugar en acto público cuya fecha y lugar de celebración, se comunicará a través de la Plataforma de Contratación del Sector Público (PLACSP).

Asimismo, una vez producido el fallo, el Jurado dará traslado de su decisión al órgano de contratación para que éste proceda a la adjudicación del concurso de proyectos al participante seleccionado.

El ganador del concurso, conforme a la declaración responsable incluida en el sobre A, deberá acreditar, en este momento, su capacidad jurídica y de contratar con la Administración Pública mediante la presentación de la documentación administrativa especificada en el punto 9.3.4 de estas Bases.

Los resultados del concurso se publicarán en la forma prevista en el artículo 154 de la LCSP.

12. Derechos de propiedad.

Los participantes en el concurso garantizarán que individualmente son los creadores originales de las propuestas o ideas presentadas, y que ninguna infringe ningún derecho de propiedad industrial o intelectual de terceros susceptible de serlo, ni tiene gravamen o carga de ninguna clase, responsabilizándose expresamente de cualquier reclamación que pudiera efectuarse a tal efecto contra el Ayuntamiento de Madrid.

La titularidad de cualquier derecho de Propiedad Industrial e Intelectual asociado a la propuesta ganadora corresponderá, por tiempo ilimitado, en todos los países y lenguas del mundo, al Ayuntamiento de Madrid. En consecuencia, podrá libremente explotar y usar total o parcialmente la propuesta o idea conforme a lo expuesto en el párrafo anterior y, además, podrá reproducirla, transformarla o comunicarla, total o parcialmente de cualquier forma existente o futura bien por el citado Ayuntamiento o por los entes, organismos y entidades pertenecientes al sector público a que se refiere el artículo 3.1 LCSP.

El Ayuntamiento de Madrid podrá publicar los trabajos del resto de empresas participantes sin que esto suponga una cesión de titularidad de derechos, sino solo una reproducción.

El ganador se obliga, en su caso, a realizar las cesiones que en derecho procedan para que el Ayuntamiento de Madrid ostente la referida titularidad en los términos y condiciones citados y no podrá hacer ningún uso o divulgación con motivo de la ejecución de este contrato, bien sea en forma total o parcial, directa o extractada, sin autorización expresa del órgano de contratación.

La cesión anterior se entiende realizada, en todo caso, con carácter gratuito. En ningún caso, el Ayuntamiento de Madrid asume compromiso alguno ni tendrá obligación de explotar o utilizar la propuesta o idea que haya sido declarada ganadora del concurso.

Sin perjuicio de lo anterior, los derechos derivados de la propuesta ganadora se registrarán, asimismo, por lo dispuesto en el contrato de servicios que posteriormente se adjudique.

No obstante, el autor mantendrá el derecho moral sobre su propuesta y podrá hacer uso de ella en ámbitos docentes o curriculares. El Ayuntamiento de Madrid, en los soportes que considere conveniente, podrá difundir su nombre.

III. DE LA ADJUDICACION

13. Adjudicación del contrato.

Conocido el dictamen del Jurado y teniendo en cuenta el contenido de la clasificación y del acta que al efecto se extienda, el órgano de contratación procederá a la adjudicación del contrato para la elaboración de manual de

identidad de marca mediante procedimiento negociado sin publicidad, de conformidad con lo establecido en el artículo 168.d) en relación con el 131.2 de la LCSP.

El Ayuntamiento de Madrid adjudicará a la propuesta ganadora del Concurso de proyectos, tras negociar determinados aspectos técnicos y económicos, un contrato para elaborar el manual de uso y estilo de la marca de la ciudad de Madrid con sus correspondientes declinaciones.

La negociación de los aspectos económicos y técnicos del contrato se efectuarán únicamente con el adjudicatario del concurso al tratarse de un concurso de proyectos con resultado de un ganador único.

El precio del contrato se ha calculado con arreglo a precios de mercado y por referencia a otros contratos adjudicados de similares características y, su precio final, se establecerá en la fase de negociación del contrato, en función de la oferta presentada, cuyo importe nunca podrá superar el presupuesto estimado en las presentes Bases.

El Ayuntamiento de Madrid podrá exigir al ganador del concurso que incluya en el desarrollo del manual de identidad visual, las sugerencias que puedan aparecer como resultado del examen y resolución del Jurado, y aquellas modificaciones que estime oportunas y que pueda señalar con posterioridad, siempre que no alteren la naturaleza del proyecto ganador.

En caso de no alcanzarse un acuerdo en la negociación o producirse una renuncia del ganador del concurso por cualquier causa, el Ayuntamiento podrá negociar con los siguientes seleccionados, de conformidad con el orden de interés de las propuestas establecido por el Jurado en la Fase Bajo Lema o Sub-Fase B), esto es, según el orden de puntuación obtenido, para acordar la contratación de los trabajos.

14. Plazo de ejecución del manual de identidad visual.

El plazo para la redacción del manual de identidad visual de la ciudad de Madrid será como máximo de dos meses desde la formalización del contrato, durante los cuales se mantendrán reuniones quincenales con los técnicos competentes del Ayuntamiento de Madrid.

ANEXO I

BOLETIN DE INSCRIPCION

D./D.^a,
con DNI n.º, en nombre (propio) o actuando en representación
de (persona o personas a las que representa)
....., con NIF/CIF, con domicilio en
....., calle
número

MANIFIESTA:

Que, habiendo tenido conocimiento de la convocatoria, por parte del Ayuntamiento de Madrid, del Concurso de Proyectos con intervención de Jurado para la creación de la identidad visual de la ciudad de Madrid, convocado por la Coordinación General de Economía, Comercio, Consumo y Partenariado, así como de las bases que rigen el mismo, y enterado de las condiciones, requisitos y obligaciones establecidos en dichas bases, cuyo contenido declaro conocer y aceptar plenamente, por la presente

SOLICITA:

Que por parte de ese Ayuntamiento sea admitida mi inscripción en el referido Concurso, así como la documentación que se presenta junto a la misma.

Lugar, Fecha y firma

COORDINACION GENERAL DE ECONOMÍA, COMERCIO, CONSUMO Y PARTENARIADO ÁREA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y EMPLEO

Los datos recabados serán incorporados y tratados con la actividad de tratamiento de “promoción y marca Madrid” a los ficheros de carácter personal de los que es responsable la Oficina de Partenariado y Marca Madrid sita en la Calle Príncipe de Vergara, 140 (28002 Madrid) para el desarrollo de sus fines de promoción y marca Madrid, y ante quienes las personas afectadas podrán ejercer sus derechos. Los interesados que faciliten datos de carácter personal consienten inequívocamente la incorporación de sus datos a los ficheros que contengan datos de esta naturaleza de los que sea responsable la Oficina de Partenariado y marca Madrid, así como el tratamiento automatizado o parcialmente automatizado de los mismos con el fin de que puedan ser utilizados por la Oficina de Partenariado y marca Madrid con la finalidad, en la forma y con las limitaciones y derechos que recoge el Reglamento (UE) 2.019/679 del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a la protección de las persona físicas en lo respecta el tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (Reglamento Europeo de Protección de Datos) y la Ley Orgánica 3/2.018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y Garantía de los Derechos Digitales. Los datos no podrán ser cedidos a terceros salvo en los supuestos previstos en la normativa vigente sobre protección de datos de carácter personal. La Oficina de Partenariado y Marca Madrid queda autorizada por el usuario a hacer uso de los datos personales que del mismo dispone y a efectuar con ellos el tratamiento necesario para el desarrollo de sus fines de “Promoción y marca Madrid. Los usuarios podrán revocar su consentimiento en cualquier momento, aunque sin efectos retroactivos, así como ejercer gratuitamente los derechos de protección de datos dirigiéndose por escrito a la Oficina de Partenariado y Marca Madrid en el correo electrónico marcamadrid@madrid.es. Delegado de Protección de Datos: Dirección General de Transparencia y Calidad (oficprotecciondatos@madrid.es). Si desea recibir más información sobre la política de tratamiento de datos del Ayuntamiento de Madrid, puede hacerlo en este [enlace](#)

ANEXO II

DECLARACIÓN RESPONSABLE

D./D.^a,
con DNI n.º....., en nombre y representación de la Entidad
....., con
NIF, al objeto de participar en el Concurso de Proyectos con intervención de
Jurado para la creación de la identidad visual de la ciudad de Madrid, convocado por la Coordinación
General de Economía, Comercio, Consumo y Partenariado del Ayuntamiento de Madrid.

DECLARA bajo su responsabilidad:

- Que el firmante ostenta la representación de la sociedad que presenta la oferta, que cuenta con las autorizaciones necesarias para ejercer la actividad y que no está incurso en prohibición de contratar alguna.
- Que se trata de empresa extranjera:
 - Si, y me someto a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales españoles de cualquier orden, para todas las incidencias que de modo directo o indirecto pudieran surgir del contrato, con renuncia, en su caso, al fuero jurisdiccional extranjero que pudiera corresponderles.
 - No.
- Que la empresa a la que representa emplea a: (Marque la casilla que corresponda)
 - Menos de 50 trabajadores
 - 50 o más trabajadores y (Marque la casilla que corresponda)
 - Cumple con la obligación de que, entre ellos, al menos, el 2% sean trabajadores con discapacidad, establecida por el Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social.
 - Cumple las medidas alternativas previstas en el Real Decreto 364/2005, de 8 de abril, por el que se regula el cumplimiento alternativo con carácter excepcional de la cuota de reserva a favor de trabajadores con discapacidad.
- Que la empresa a la que representa cumple con las disposiciones vigentes en materia laboral y social.
- Que la empresa a la que representa: (Marque la casilla que corresponda)
 - Emplea a más de 250 trabajadores y cumple con lo establecido en el apartado 2 del artículo 45 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, relativo a la elaboración y aplicación de un plan de igualdad.
 - Emplea a 250 o menos trabajadores y en aplicación del convenio colectivo aplicable, cumple con lo establecido en el apartado 3 del artículo 45 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la

igualdad efectiva de mujeres y hombres, relativo a la elaboración y aplicación de un plan de igualdad.

- En aplicación del apartado 5 del artículo 45 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la empresa no está obligada a la elaboración e implantación del plan de igualdad.

[- Que la empresa a la que representa autoriza a la Administración contratante para que acceda a la información que acredita que se halla al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias impuestas por las disposiciones vigentes, a través de las bases de datos de otras Administraciones Públicas con las que haya establecido convenios¹].

- Dirección de correo electrónico “habilitada” para efectuar las notificaciones, de conformidad con lo dispuesto en la Disposición adicional decimoquinta de la LCSP:

Fecha y firma del licitador

COORDINACION GENERAL DE ECONOMÍA, COMERCIO, CONSUMO Y PARTENARIADO ÁREA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y EMPLEO

Los datos recabados serán incorporados y tratados con la actividad de tratamiento de “promoción y marca Madrid” a los ficheros de carácter personal de los que es responsable la Oficina de Partenariado y Marca Madrid sita en la Calle Príncipe de Vergara, 140 (28002 Madrid) para el desarrollo de sus fines de promoción y marca Madrid, y ante quienes las personas afectadas podrán ejercer sus derechos. Los interesados que faciliten datos de carácter personal consienten inequívocamente la incorporación de sus datos a los ficheros que contengan datos de esta naturaleza de los que sea responsable la Oficina de Partenariado y marca Madrid, así como el tratamiento automatizado o parcialmente automatizado de los mismos con el fin de que puedan ser utilizados por la Oficina de Partenariado y marca Madrid con la finalidad, en la forma y con las limitaciones y derechos que recoge el Reglamento (UE) 2.019/679 del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a la protección de las persona físicas en lo respecta el tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (Reglamento Europeo de Protección de Datos) y la Ley Orgánica 3/2.018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y Garantía de los Derechos Digitales. Los datos no podrán ser cedidos a terceros salvo en los supuestos previstos en la normativa vigente sobre protección de datos de carácter personal. La Oficina de Partenariado y Marca Madrid queda autorizada por el usuario a hacer uso de los datos personales que del mismo dispone y a efectuar con ellos el tratamiento necesario para el desarrollo de sus fines de “Promoción y marca Madrid. Los usuarios podrán revocar su consentimiento en cualquier momento, aunque sin efectos retroactivos, así como ejercer gratuitamente los derechos de protección de datos dirigiéndose por escrito a la Oficina de Partenariado y Marca Madrid en el correo electrónico marcamadrid@madrid.es. Delegado de Protección de Datos: Dirección General de Transparencia y Calidad (oficprotecciondatos@madrid.es). Si desea recibir más información sobre la política de tratamiento de datos del Ayuntamiento de Madrid, puede hacerlo en este [enlace](#)

¹ En el supuesto de que la empresa no autorice a la Administración, deberá suprimir este texto. En la actualidad solamente se ha suscrito convenio de colaboración con la Agencia Tributaria.

ANEXO III

MODELO DE COMPROMISO PARA LA INTEGRACIÓN DE LA SOLVENCIA CON MEDIOS EXTERNOS².

D./D.^a, con DNI n.º..... en nombre y representación de la Entidad, con NIF, al objeto de participar en el Concurso de Proyectos con intervención de Jurado para la creación de la identidad visual de la ciudad de Madrid, convocado por la Coordinación General de Economía, Comercio, Consumo y Partenariado del Ayuntamiento de Madrid.

D./D.^a, con DNI n.º....., en nombre y representación de la Entidad, con NIF,

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 75 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público

SE COMPROMETEN A:

- Que la solvencia o medios que pone a disposición la entidad a favor de la entidad.....son los siguientes³:
 -
 -
 -
 -
 -
- Que durante toda la ejecución del contrato dispondrán efectivamente de la solvencia o medios que se describen en este compromiso.
- Que la disposición efectiva de la solvencia o medios descritos no está sometida a condición o limitación alguna.

Fecha:

Firma del licitador.

Firma de la otra entidad.

² Si se recurre a la solvencia o medios de varias entidades se deberá cumplimentar una declaración conforme al modelo, por cada una de las entidades que pone a disposición del licitador su solvencia o medios.

³ Se deberá indicar la solvencia o medios concretos.

COORDINACION GENERAL DE ECONOMÍA, COMERCIO, CONSUMO Y PARTENARIADO ÁREA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y EMPLEO

Los datos recabados serán incorporados y tratados con la actividad de tratamiento de “promoción y marca Madrid” a los ficheros de carácter personal de los que es responsable la Oficina de Partenariado y Marca Madrid sita en la Calle Príncipe de Vergara, 140 (28002 Madrid) para el desarrollo de sus fines de promoción y marca Madrid, y ante quienes las personas afectadas podrán ejercer sus derechos. Los interesados que faciliten datos de carácter personal consienten inequívocamente la incorporación de sus datos a los ficheros que contengan datos de esta naturaleza de los que sea responsable la Oficina de Partenariado y marca Madrid, así como el tratamiento automatizado o parcialmente automatizado de los mismos con el fin de que puedan ser utilizados por la Oficina de Partenariado y marca Madrid con la finalidad, en la forma y con las limitaciones y derechos que recoge el Reglamento (UE) 2.019/679 del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a la protección de las persona físicas en lo respecta el tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (Reglamento Europeo de Protección de Datos) y la Ley Orgánica 3/2.018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y Garantía de los Derechos Digitales. Los datos no podrán ser cedidos a terceros salvo en los supuestos previstos en la normativa vigente sobre protección de datos de carácter personal. La Oficina de Partenariado y Marca Madrid queda autorizada por el usuario a hacer uso de los datos personales que del mismo dispone y a efectuar con ellos el tratamiento necesario para el desarrollo de sus fines de “Promoción y marca Madrid. Los usuarios podrán revocar su consentimiento en cualquier momento, aunque sin efectos retroactivos, así como ejercer gratuitamente los derechos de protección de datos dirigiéndose por escrito a la Oficina de Partenariado y Marca Madrid en el correo electrónico marcamadrid@madrid.es. Delegado de Protección de Datos: Dirección General de Transparencia y Calidad (oficprotecciondatos@madrid.es). Si desea recibir más información sobre la política de tratamiento de datos del Ayuntamiento de Madrid, puede hacerlo en este [enlace](#)

ANEXO IV

MODELO DE CARTA DE IDENTIFICACIÓN PARA LOS CONCURSANTES EN LA SUB FASE A BAJO LEMA (SOBRE B)

1.º **LEMA ELEGIDO:** *(Deberá ser distinto del lema seleccionado para participar en la SUB-FASE B).*

2.º **Nombre y apellidos del concursante/es y del representante del equipo, en su caso.**

3.º **Nombre del resto de los componentes del equipo, si procede.**

Fecha y firma del licitador

COORDINACION GENERAL DE ECONOMÍA, COMERCIO, CONSUMO Y PARTENARIADO ÁREA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y EMPLEO

Los datos recabados serán incorporados y tratados con la actividad de tratamiento de “promoción y marca Madrid” a los ficheros de carácter personal de los que es responsable la Oficina de Partenariado y Marca Madrid sita en la Calle Príncipe de Vergara, 140 (28002 Madrid) para el desarrollo de sus fines de promoción y marca Madrid, y ante quienes las personas afectadas podrán ejercer sus derechos. Los interesados que faciliten datos de carácter personal consienten inequívocamente la incorporación de sus datos a los ficheros que contengan datos de esta naturaleza de los que sea responsable la Oficina de Partenariado y marca Madrid, así como el tratamiento automatizado o parcialmente automatizado de los mismos con el fin de que puedan ser utilizados por la Oficina de Partenariado y marca Madrid con la finalidad, en la forma y con las limitaciones y derechos que recoge el Reglamento (UE) 2.019/679 del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a la protección de las persona físicas en lo respecta el tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (Reglamento Europeo de Protección de Datos) y la Ley Orgánica 3/2.018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y Garantía de los Derechos Digitales. Los datos no podrán ser cedidos a terceros salvo en los supuestos previstos en la normativa vigente sobre protección de datos de carácter personal. La Oficina de Partenariado y Marca Madrid queda autorizada por el usuario a hacer uso de los datos personales que del mismo dispone y a efectuar con ellos el tratamiento necesario para el desarrollo de sus fines de “Promoción y marca Madrid. Los usuarios podrán revocar su consentimiento en cualquier momento, aunque sin efectos retroactivos, así como ejercer gratuitamente los derechos de protección de datos dirigiéndose por escrito a la Oficina de Partenariado y Marca Madrid en el correo electrónico marcamadrid@madrid.es. Delegado de Protección de Datos: Dirección General de Transparencia y Calidad (oficprotecciondatos@madrid.es). Si desea recibir más información sobre la política de tratamiento de datos del Ayuntamiento de Madrid, puede hacerlo en este [enlace](#)

ANEXO V

MODELO DE CARTA DE IDENTIFICACIÓN PARA LOS CONCURSANTES EN LA SUB FASE B BAJO LEMA (SOBRE C)

1.º **LEMA ELEGIDO** (*deberá ser distinto del lema seleccionado para participar en la SUB-FASE A*).

2.º **Nombre y apellidos del concursante/es** y del representante del equipo, en su caso.

3.º **Nombre del resto de los componentes del equipo**, si procede.

Fecha y firma del licitador

COORDINACION GENERAL DE ECONOMÍA, COMERCIO, CONSUMO Y PARTENARIADO ÁREA DE GOBIERNO DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y EMPLEO

Los datos recabados serán incorporados y tratados con la actividad de tratamiento de “promoción y marca Madrid” a los ficheros de carácter personal de los que es responsable la Oficina de Partenariado y Marca Madrid sita en la Calle Príncipe de Vergara, 140 (28002 Madrid) para el desarrollo de sus fines de promoción y marca Madrid, y ante quienes las personas afectadas podrán ejercer sus derechos. Los interesados que faciliten datos de carácter personal consienten inequívocamente la incorporación de sus datos a los ficheros que contengan datos de esta naturaleza de los que sea responsable la Oficina de Partenariado y marca Madrid, así como el tratamiento automatizado o parcialmente automatizado de los mismos con el fin de que puedan ser utilizados por la Oficina de Partenariado y marca Madrid con la finalidad, en la forma y con las limitaciones y derechos que recoge el Reglamento (UE) 2.019/679 del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a la protección de las personas físicas en lo respecta el tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (Reglamento Europeo de Protección de Datos) y la Ley Orgánica 3/2.018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y Garantía de los Derechos Digitales. Los datos no podrán ser cedidos a terceros salvo en los supuestos previstos en la normativa vigente sobre protección de datos de carácter personal. La Oficina de Partenariado y Marca Madrid queda autorizada por el usuario a hacer uso de los datos personales que del mismo dispone y a efectuar con ellos el tratamiento necesario para el desarrollo de sus fines de “Promoción y marca Madrid. Los usuarios podrán revocar su consentimiento en cualquier momento, aunque sin efectos retroactivos, así como ejercer gratuitamente los derechos de protección de datos dirigiéndose por escrito a la Oficina de Partenariado y Marca Madrid en el correo electrónico marcamadrid@madrid.es. Delegado de Protección de Datos: Dirección General de Transparencia y Calidad (oficprotecciondatos@madrid.es). Si desea recibir más información sobre la política de tratamiento de datos del Ayuntamiento de Madrid, puede hacerlo en este [enlace](#)