

**MEMORIA DESCRIPTIVA DEL CONTRATO DE SERVICIO PARA LOS TRABAJOS DE CREATIVIDAD,
MAQUETACIÓN Y DISEÑO GRÁFICO DE LA TEMPORADA DE GRANDES CONCIERTOS 2023-2024 Y DEL
CICLO DE INTRODUCCIÓN A LA MÚSICA 2024 DEL AUDITORIO DE ZARAGOZA.
(REF. c.m. 07/2023)**

1.- OBJETO DEL CONTRATO

Trabajos de creatividad, maquetación y diseño gráfico de las campañas de la Temporada de Grandes Conciertos 2023-24 y el Ciclo de Introducción a la Música 2024.

Además, se realizará seguimiento de los trabajos de impresión y entrega de los materiales al Ayuntamiento de Zaragoza, así como las correcciones de los textos.

2.- CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS Y CONTENIDO DEL CONTRATO

Se establece el trabajo de creatividad, maquetación y diseño gráfico para las siguientes campañas

1. Creación de una identidad para toda la temporada con una línea gráfica coordinada.
2. Campañas:
 - Temporada de Grandes Conciertos
 - Ciclo de Introducción a la Música

Datos a tener en cuenta:

- Debe crearse una imagen coherente con la identidad visual del Auditorio que transmita modernidad, calidad y el prestigio de este equipamiento único. Además, se deben usar preferiblemente tipografías claras y legibles. Además, de la identidad del Auditorio se integrará la identidad de ZGZ Cultura.
- DESCRIPCIÓN TEMPORADA GRANDES CONCIERTOS: Tras el éxito alcanzado con la programación de la Temporada de Grandes Conciertos 2022-23, la próxima temporada que comenzará el 27 de octubre de 2023 y finalizará el 18 de junio de 2024, contará con 16 conciertos de abono y 1 concierto fuera de abono.
Esta temporada volverá a estar caracterizada por la calidad y espectacularidad que pone a nuestro Auditorio a la cabeza de las mejores programaciones a nivel nacional e internacional. Junto a las grandes orquestas nacionales y europeas, este año destacan en la programación la actuación de 2 orquestas americanas, 2 solistas mundialmente conocidos y 2 óperas. “
- DESCRIPCIÓN CIM: De enero a marzo se celebra este ciclo que pretende fomentar y difundir el interés por la música clásica, así como desarrollar nuevos públicos. Son conciertos para todas las edades que se celebran todas las mañanas de los domingos.

A continuación, se detallan los diferentes elementos o piezas a elaborar. Los materiales a realizar son aproximados y pueden ser sustituidos por otros similares.

TEMPORADA DE GRANDES CONCIERTOS

Diseño creatividad Formato mupi	120x175 cm Se podrán solicitar dos versiones más con conciertos específicos.
Adaptación Pancarta exterior	300 x461 cm Se podrán solicitar dos versiones más con

	conciertos específicos.
Diseño mupi interior	9:16 (formato digital) Formato genérico Plantilla y adaptaciones de cada uno de los conciertos, incluidos los de fuera de abono. 16 + 1
Adaptación cartel	32x45 cm Se podrán solicitar dos versiones más con conciertos específicos.
Adaptación cartel vinilo interior bus	A4 Se podrán solicitar dos versiones más con conciertos específicos.
Valla de 8X3 (diferentes modelos hasta 4)	800x300 cm
Exterior Buses	Plus: lateral (1) 300x220 lateral (2) 150x220 Trasera 198x60
Adaptaciones web y redes (pueden ser estas u otras alternativas)	<p>1) Creatividades <u>página Web</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertical: de 320 ancho x 480 alto píxeles. • Horizontal: 960 x 640 píxeles. • Destacado horizontal de primera: 571 x 170 píxeles. • Cabeceras web: 1160 x 166 píxeles. • Imagen evento y noticias: 960x640 píxeles. • Banner cabecera: 2050 x 780 píxeles. • Icono home: 203x83 (la pastilla). <p>2) Creatividades <u>redes sociales</u></p> <p><i>Facebook / Twitter</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Avisos / última hora: 1200 x 600 píxeles. Foto más datos básicos de actividad. • Cartela evento: 1200 x 600 píxeles • Portada FB: 820 x 312 píxeles <p><i>Instagram</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Agenda diaria stories: 1080x1920 Foto de portada: 820 x 312 píxeles • Avisos / última hora stories: 1080x1920 Foto de portada: 820 x 312 píxeles

	<ul style="list-style-type: none"> • Post actividades: 1200x1200 píxeles • Cabecera reels 1080x1920 píxeles • Steakers para stories píxeles <i>TikTok</i> • Cabecera tiktok
Publicidades prensa escrita	Hasta 20 adaptaciones.
Banners animados	Hasta 20 adaptaciones.
Preparación archivos para video (cartelas)	Adaptación archivos a 16:9 hasta un máximo de 6.
Folleto	10x21 Avance Hasta 32 páginas
Abono	14 x 10'6 cms Abono temporada 2 versiones de medios abonos
Programas de mano Creación de tres maquetas para la finalización del trabajo en imprenta.	Tamaño A5 8-16-32 páginas (tres modelos)
Redacción y grabación cuñas promoción del ciclo en el Laboratorio Audiovisual	20" hasta dos modelos
Maquetación dossier informativo	Pdf de hasta 36 páginas con información del ciclo.
Edición spot 20 segundos	Spot con animaciones gráficas que desarrolle el cartel y según especificaciones proporcionadas por Zaragoza Cultural.

CICLO DE INTRODUCCIÓN A LA MÚSICA

Diseño creatividad Formato mupi	120x175 cm
Adaptación Pancarta exterior	300 x461 cm
Diseño mupi interior	9:16 (formato digital) Tres versiones diferentes (una por mes)
Adaptación cartel	32x45 cm
Adaptación cartel vinilo interior bus	A4
Exterior Buses	Plus: lateral (1) 300x220 lateral (2) 150x220 Trasera 198x60
Carteleras	68x184 cm
Publicidades varias por confirmar	Hasta 10 adaptaciones

Banners por confirmar	Medidas por determinar
Adaptaciones varias de la imagen para redes sociales e Internet	<p>1) Creatividades <u>página Web</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertical: de 320 ancho x 480 alto píxeles. • Horizontal: 960 x 640 píxeles. • Destacado horizontal de primera: 571 x 170 píxeles. • Imagen evento y noticias: 960x640 píxeles. • Banner cabecera: 2050 x 780 píxeles. • Icono home: 203x83 (la pastilla). <p>2) Creatividades <u>redes sociales</u></p> <p><i>Facebook / Twitter</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Avisos / última hora: 1200 x 600 píxeles. Foto más datos básicos de actividad. • Cartela evento: 1200 x 600 píxeles • Portada FB: 820 x 312 píxeles <p><i>Instagram</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Agenda diaria stories: 1080x1920 Foto de portada: 820 x 312 píxeles • Avisos / última hora stories: 1080x1920 Foto de portada: 820 x 312 píxeles • Post actividades: 1200x1200 píxeles • Cabecera reels 1080x1920 píxeles • Steakers para stories píxeles <p><i>TikTok</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Cabecera tiktok
Folleto	Desplegable de 4 cuerpos doble (8 cuerpos plegado) de 10 x 21 cms cerrado
Programas de mano	13 programas de mano díptico A5 según maqueta previamente aprobada
Abono	14 x 10'6 cms
Redacción textos cuñas y grabación en el Laboratorio Audiovisual	20" segundos, un modelo
Maquetación dossier informativo	Pdf de hasta 24 páginas con información del ciclo.
Edición spot 20 segundos	Spot con animaciones gráficas que desarrolle el cartel y según especificaciones proporcionadas por Zaragoza Cultural.

Aspectos a tener en cuenta:

- El boceto presentado en la propuesta será objeto de un contrabriefing para la realización de la imagen definitiva. Una vez seleccionada será adoptado a los diferentes soportes.

- Los textos, logotipos y fotografías serán suministrados por el Departamento de Programación.
- La empresa se compromete a realizar una revisión de los contenidos a partir de los materiales aportados por Zaragoza Cultural.
- La empresa se compromete a realizar un seguimiento de la impresión, verificando que los colores y las gráficas se ajusten a lo previsto.
- La utilización del Laboratorio Audiovisual para la grabación de cuñas no supone coste alguno para el adjudicatario. La empresa deberá facilitar el texto, previamente aprobado por la Unidad de Comunicación, y la voz. La música será suministrada por el Auditorio de Zaragoza.
- Los spots requerirán un breve *story board* previo que será aprobado por la Unidad de Comunicación de Zaragoza Cultural. Las músicas serán suministradas por la empresa. Si fuese necesario rodar imágenes, estos trabajos se facturarían fuera de este contrato.
- Al finalizar cada ciclo la empresa entregara el archivo ordenado de todos los materiales realizados en alta resolución, así como un informe de los trabajos realizados y las incidencias acaecidas en la ejecución de los trabajos.

3.- PLAZO DE EJECUCIÓN

Los trabajos a realizar serán durante un año desde la firma del contrato. Los plazos de entrega serán marcados por el Departamento de Comunicación con 48 horas de antelación mínima.

La empresa adjudicataria designará a un interlocutor que planificará las campañas con la Unidad de Comunicación.

4.- PRESUPUESTO

Licitación por conceptos a la baja:

	Importe máximo para licitar a la baja
TEMPORADA DE GRANDES CONCIERTOS	9.000
CICLO DE INTRODUCCIÓN A LA MÚSICA	5.000
	14.000 € sin IVA 16.940 € IVA incluido

El presupuesto máximo asciende a la cantidad de **CATORCE MIL EUROS (14.000 €)** IVA excluido, al que adicionando el 21% de IVA supone un presupuesto total de **DIECISEISMIL NOVECIENTOS CUARENTA EUROS (16.940-€)** IVA incluido.

Los licitadores podrán modificar los presupuestos de licitación mejorándolos a la baja.

Cada campaña se facturará trimestralmente en función de los trabajos realizados (parte proporcional).

Consta en el expediente documento que acredita la existencia de crédito adecuado y suficiente en el Presupuesto de la Sociedad Municipal Zaragoza Cultural S.A.U. para atender las obligaciones económicas derivadas del contrato en el ejercicio 2023-2024.

El precio del contrato será el que resulte de la adjudicación del mismo, debiendo indicar como partida independiente el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) vigente. En el precio del contrato se considerarán incluidos los impuestos, tasas y cánones de cualquier índole que sean de aplicación, así como todos los gastos que se originen para el adjudicatario como consecuencia del cumplimiento de las obligaciones contractuales.

5.- DOCUMENTACION A PRESENTAR

Documentación general:

Será requisito que las empresas presentadas tengan la debida capacidad de obrar, y en su caso, la habilitación profesional que la legislación sectorial exija en función del objeto contractual, y cuantas informaciones se consideren necesarias.

Propuesta Técnica:

La propuesta técnica constará de una prueba de maquetación (boceto) de un mupi y un bus de las dos campañas recogidas en el objeto del contrato.

Oferta económica:

Deberá presentarse una sola oferta económica a la baja, sin superar el presupuesto máximo detallado en esta Memoria Descriptiva, conforme al siguiente modelo:

..... euros (IVA excluido)

..... euros (IVA incluido)

Aquellos licitadores que disfruten de alguna exención del IVA deberán incluir documento oficial que así lo acredite.

La oferta económica deberá presentarse en un sobre a parte cerrado.

6.-CRITERIOS DE VALORACIÓN

Para la determinación de la oferta seleccionada se tendrán en cuenta los siguientes criterios de valoración que, sobre un máximo de 100 puntos, serán aplicados a las ofertas presentadas.

La distribución de los puntos se ajustará a los siguientes criterios:

6.1 CRITERIOS DE VALORACION EVALUABLES MEDIANTE JUICIOS DE VALOR

Propuesta Técnica. Hasta un máximo de 60 puntos

En la valoración de la propuesta técnica se tendrán en consideración los siguientes aspectos:

La propuesta técnica constará de:

- Propuesta técnica de gestión de identidad corporativa del Auditorio y de su línea gráfica para lograr una imagen de coherencia en todos los ciclos que se recogen en esta licitación. **25 puntos**
- Una prueba de maquetación (boceto) de un mupi y/o un lateral de un bus de cada ciclo. **25 puntos.**
- Se detallará el plan de trabajo propuesto (metodología de trabajo). **10 puntos**

Los criterios de adjudicación:

- Coherencia
- Claridad
- Posicionamiento del Auditorio como equipamiento de música clásica internacional.

6.2 CRITERIOS DE VALORACIÓN EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA:

Oferta económica. Hasta un máximo de 40 puntos.

La oferta presentada por cada licitador será valorada aplicando un criterio de proporcionalidad respecto de la oferta más reducida, a la que se atribuirá la puntuación máxima, calculando la ponderación de las demás ofertas con arreglo a la fórmula siguiente:

$$P = (40 \times \text{Min}) / \text{Of}$$

P es la puntuación obtenida por la oferta que se valora

Min es el importe de la oferta económica más reducida

Of es la oferta económica que se valora

7.- PLAZO, LUGAR Y FORMA DE PRESENTACION DE LAS PROPOSICIONES

Plazo de presentación de las ofertas. - El plazo será de **DIEZ DÍAS** naturales contados a partir del siguiente al de la publicación del anuncio en el Perfil del Contratante de www.zaragoza.es, finalizando a las 12,00 horas del último día del plazo.

Lugar de presentación de las proposiciones.- Los licitadores presentarán la documentación para participar en este procedimiento mediante el envío de correo electrónico dirigido al correo electrónico: pmairo@zaragozacultural.com. La documentación técnica y la documentación administrativa (incluida la oferta económica) deberán ir separadas en sendos correos. Cualquier duda será resuelta en ese mismo correo.

En el caso de enviar la oferta mediante el Servicio de Correos deberá realizarse con los requisitos y justificación exigidos en el artículo 80.4 del 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, debiendo el licitador justificar la fecha y hora de la imposición del envío en la oficina de Correos y anunciar al órgano de contratación la remisión de la oferta mediante correo electrónico **en el mismo día**, (en el correo electrónico indicados en el anuncio de licitación) y sin que en ningún caso la imposición del envío en Correos pueda realizarse fuera del plazo de licitación establecido en estas Bases y en el anuncio de licitación. Sin la concurrencia de los requisitos expresados, el licitador no será admitido al procedimiento de contratación, si la documentación es recibida por el órgano de contratación con posterioridad a la fecha y hora de la terminación del plazo señalado en el anuncio. Transcurridos, no obstante, diez días siguientes a la hora fecha de terminación del plazo de licitación sin haberse recibido la documentación, ésta no será admitida en ningún caso.

Forma de presentar la documentación:

La documentación exigida deberá presentarse en dos documentos pdf claramente diferenciados, indicando en el nombre del archivo si es la información técnica o la administrativa. En la parte administrativa deberá detallarse la siguiente información:

-Número de referencia del contrato menor: c.m 07/2023.

-Objeto del contrato, CONTRATO DE SERVICIO PARA LOS TRABAJOS DE CREATIVIDAD, MAQUETACIÓN Y DISEÑO GRÁFICO DE LAS CAMPAÑAS DE TEMPORADA DE GRANDES CONCIERTOS 2023-24 Y CICLO DE INTRODUCCIÓN A LA MÚSICA 2024 DEL AUDITORIO DE ZARAGOZA.

-Nombre, apellidos, firma y NIF de la persona que firma la proposición y el carácter con que

lo hace (es decir si actúa en representación de otro, o en nombre propio).

-Domicilio a efectos de notificaciones.

-Teléfono

-Correo electrónico.

La documentación exigida podrá, además, presentarse en formato pdf.

Una vez presentada la documentación, ésta no podrá ser modificada bajo ningún pretexto.

Para solicitar información adicional o complementaria o aclaraciones, los licitadores podrán dirigirse al siguiente correo electrónico pmairo@zaragozacultural.com y/o teléfono 976721451.

Cada licitador podrá presentar **una única proposición en el plazo señalado** en el anuncio de licitación.

La presentación de proposiciones supone por parte del licitador la aceptación incondicional de las cláusulas de esta Memoria y la declaración responsable de que reúne todas y cada una de las condiciones exigidas para contratar con el sector público.

8.- PAGO DEL PRECIO

El adjudicatario expedirá una factura a la finalización de cada uno de los trabajos encargados, conforme a lo dispuesto en esta Memoria.

Prestada la conformidad a la factura, en su caso, por la Sociedad Municipal Zaragoza Cultural S.A.U, el pago al contratista se efectuará mediante transferencia bancaria a la entidad financiera y en la cuenta que se señale.

I.C. de Zaragoza, a 5 de abril de 2023