

Este documento se ha obtenido directamente del original que contenía la firma auténtica y, para evitar el acceso a datos personales protegidos, se ha ocultado el código que permitiría comprobar el original

**COMUNIDAD DE MADRID**

**CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD**

**DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO Y CONSUMO**

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS  
PARTICULARES DEL CONTRATO DE SERVICIOS:**

**“APOYO A LA ELABORACIÓN, ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN  
DE LOS CONTENIDOS Y SERVICIOS DEL PORTAL DE  
CONSUMIDOR DE LA COMUNIDAD DE MADRID. 2020-2021”**

**Madrid, mayo de 2020**

**EXPEDIENTE NEXUS número: A/SER- 039217/2019.**

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES DEL CONTRATO DE SERVICIOS  
“APOYO A LA ELABORACIÓN, ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE LOS CONTENIDOS Y  
SERVICIOS DEL PORTAL DE CONSUMIDOR DE LA COMUNIDAD DE MADRID. 2020-2021”**

**PRIMERA.- Objeto del Pliego**

El objeto del presente Pliego es precisar las condiciones técnicas que, junto a las generales para la contratación de servicios de la Administración General, y de las propias de la Comunidad de Madrid, han de regir la ejecución de los trabajos **“APOYO A LA ELABORACIÓN, ACTUALIZACIÓN Y GESTIÓN DE LOS CONTENIDOS Y SERVICIOS DEL PORTAL DE CONSUMIDOR DE LA COMUNIDAD DE MADRID. 2020-2021”**.

**SEGUNDA.- Antecedentes**

La Dirección General de Comercio y Consumo, adscrita a la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad, tiene atribuidas, entre otras competencias, la de información, formación y educación en materia de consumo. En el ejercicio de dichas competencias, esta Dirección General gestiona una web institucional bajo la modalidad de Portal, en el que se incluye información en materia de consumo actualizada, revisada y conforme a la legalidad vigente.

Dada la especial complejidad de determinadas actuaciones, en los últimos años se han realizado contratos de servicios con empresas que han permitido difundir, divulgar y ejecutar actuaciones de información en materia de consumo, facilitando para ello, a través de un medio de comunicación tan rápido e implantado como es internet, una información veraz, actualizada, completa y asequible de los derechos que asisten al consumidor y de los deberes que se imponen a los empresarios y profesionales para con él.

**TERCERA.- Objeto y alcance del contrato**

El objeto de este contrato es el apoyo a la Administración de la Comunidad de Madrid para posibilitar la incorporación de contenidos en materia de consumo, así como formación e información en esta materia utilizando la herramienta informática institucional determinada al efecto, a partir de:

- Lote 1: “Mantenimiento de la página web de Consumo de la Comunidad de Madrid”. El alcance de las actividades contenidas en este lote se refieren a la planificación, programación, actualización de los contenidos de la página web de Consumo de la Comunidad de Madrid, así como la elaboración de nuevos contenidos para el mismo, gestión de servicios y evaluación de resultados, incluidos el número de accesos y visualizaciones de la página web.
- Lote 2: “Píldoras”. El alcance de las actividades contenidas en este lote se refieren a la propuesta, desarrollo, elaboración producción, inserción y mantenimiento y actualización de videoteca de píldoras informativas/formativas sobre determinados temas en materia de consumo

- Lote 3: “Acciones formativas”. El alcance de las actividades contenidas en este lote se refieren a la propuesta, diseño, desarrollo, elaboración, inserción y gestión en la plataforma de e-formación de la Comunidad de Madrid, o en aquella que se decida, de acciones formativas con temática diversa en materia de consumo.

No obstante, no es objeto del contrato acciones que impliquen ejercicio de funciones y competencias inherentes a los poderes públicos.

#### **CUARTA.- Condiciones generales, dirección y seguimiento de los trabajos**

- Por parte de la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad, se nombrará un Director/a del Trabajo que propondrá la definición y realización de todas las actuaciones, para lo que contarán, con el apoyo técnico y material de la empresa adjudicataria.
- El Adjudicatario designará un Responsable del equipo de trabajo, que será considerado el único interlocutor válido frente a la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad.
- El Adjudicatario no podrá, unilateralmente, sustituir al personal adscrito al trabajo, sin la aceptación expresa por la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad, de las causas que se aduzcan para este hecho.
- En el supuesto de que el Adjudicatario se vea obligado a cambiar a alguna de las personas incluidas en su oferta como integrante del equipo de trabajo, o bien de las empresas o personas colaboradoras, se pondrá el hecho en conocimiento del Director/a del Trabajo con una antelación mínima de 10 días hábiles y se presentará el correspondiente curriculum vitae. La Consejería de Economía, Empleo y Competitividad podrá no aceptar dicha sustitución.
- La intervención del personal a cargo del Adjudicatario en la ejecución de los trabajos contemplados en este Pliego no supondrá una relación con la Administración que tenga carácter estatutario o contractual.
- El Director/a del Trabajo desempeñará una función de coordinación y establecerá los criterios y líneas generales de actuación del Adjudicatario. En consecuencia, el Director/a del Trabajo no será responsable, ni directa ni indirectamente, de lo que, con plena responsabilidad técnica y legal, realice o elabore el Adjudicatario.
- Son funciones del Director/a del Trabajo, nombrado/a por la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad:
  - Exponer el Pliego de Prescripciones Técnicas y demás condiciones técnicas establecidas en el contrato o en disposiciones oficiales.
  - Exigir la existencia de los medios y organización necesarios para la ejecución del contrato en cada una de sus fases.
  - Establecer las directrices oportunas para lograr los objetivos del contrato.
  - Controlar y gestionar los objetivos, así como definir las actuaciones e inspeccionar los trabajos. No obstante, se podrá designar a otras personas para que, bajo el control del



Director/a del Trabajo, puedan solicitar la realización de actuaciones a la empresa adjudicataria.

- Expedir, en su caso, las certificaciones parciales a las facturas correspondientes a los trabajos realizados según los plazos de ejecución y abono que se hayan acordado.
  - Tramitar cuantas incidencias surjan durante el desarrollo del contrato.
  - Convocar cuantas reuniones estime pertinentes para el buen desarrollo de los trabajos y su supervisión, a la que estará obligada a asistir la representación del Adjudicatario, asistido de aquellos facultativos, técnicos, letrados o especialistas de la misma que tengan alguna intervención en la ejecución del contrato.
  - Formular la liquidación del trabajo realizado.
- El Adjudicatario facilitará la visita a examen de cualquier aspecto del trabajo. En caso de divergencias en el desarrollo del mismo, prevalecerá el criterio del Director/a.

## **QUINTA.- Metodología de los trabajos**

### **A. Generalidades**

Todas las actuaciones se realizarán por el Adjudicatario a la mayor brevedad posible, y siempre dentro del tiempo establecido, pudiendo ser declarada por parte del Director/a del Trabajo la prioridad de una actuación sobre otra.

Las actuaciones a realizar serán planteadas por el Director/a del Trabajo o personal designado a tal efecto, requiriéndose la asistencia del Adjudicatario.

En el caso de que el Adjudicatario plantee objeciones al encargo realizado, remitirá sus alegaciones. El Director/a del Trabajo podrá modificar dicha propuesta siempre y cuando esto no condicione las circunstancias que motivaron la definición de la actuación.

La comunicación entre la Administración y el Adjudicatario para la ejecución de las actuaciones, así como la contestación a la misma, se realizará por el medio que se convenga entre ambos.

En actuaciones extraordinarias, por motivos de urgencia o necesidad, la solicitud de los trabajos podrá realizarse, además de por el procedimiento convenido, mediante llamada telefónica

### **B. Desarrollo de los trabajos**

#### **1. LOTE 1. Mantenimiento y actualización de la página web de Consumo de la Comunidad de Madrid.**

- El fin de los trabajos a desarrollar es facilitar a consumidores y usuarios y profesionales del consumo el acceso a:



- la información en materia de consumo, con mensajes que lleguen a los ciudadanos y profesionales de forma generalizada y asequible, de manera que puedan modificar sus hábitos y conductas para conseguir un consumo responsable.
  - los canales de consulta con objeto de promover la intermediación y el arbitraje de consumo como vías principales para la resolución de conflictos.
- Las tareas a realizar, con el soporte jurídico adecuado serán las siguientes:
    - a. Detección y tratamiento de noticias y actualidades con influencia en aspectos de consumo.
    - b. Comprobación documental y jurídica mediante la consulta de textos normativos en materia de consumo para la elaboración e incorporación de contenidos o actualizaciones en la web.
    - c. Redacción de informaciones prácticas, noticias y actualidades en estilo directo, didáctico y accesible que den como resultado la incorporación de contenidos de manera ágil, rápida y eficaz, adaptados a las circunstancias de oportunidad, vigencia, estacionalidad y otras situaciones concurrentes, mediante la publicación de:
      - Reportajes: al menos dos por semana
      - Preguntas frecuentes: al menos una por semana
      - Casos resueltos: al menos uno por semana
      - Alertas de productos: al menos dos por semana
      - Temas de interés, según las demandas de actualidad.
    - d. Actualización de contenidos mediante la adaptación y puesta al día de las informaciones existentes realizando los ajustes necesarios ante la aprobación de nuevas normativas, o la aparición de nuevos agentes o nuevos hábitos de consumo.
    - e. Mantenimiento de los contenidos de la web relacionados con:
      - Información de las actuaciones realizadas por la Dirección General de Comercio y Consumo.
      - Iniciativas en materia de consumo realizadas por la Dirección General de Comercio y Consumo (folletos, memorias, materiales, juegos, entre otros)
      - Directorios y servicios dirigidos a los consumidores y usuarios. Revisión e inclusión de nuevos enlaces y comprobación y subsanación, en su caso, de las funcionalidades propias de la página web de Consumo de la Comunidad de Madrid.
      - Noticias y otras actuaciones que así lo precisaran
    - f. Facilitar parte de los contenidos en inglés.
    - g. Realizar las incorporaciones, depuración y, en su caso, migración, de aquellos contenidos que se decidan por parte de la Dirección General, a la nueva website de la Comunidad de Madrid.
    - h. Actuaciones para incorporación de accesos a personas con discapacidad
    - i. Facilitar información sobre las visitas realizadas a la página web: número total de visitas, duración media de las mismas las visitas, secciones y contenidos visitados, entre otros.

- El número de personas para atender este servicio es de, al menos dos con disponibilidad plena en la jornada laboral y contacto continuo con la Dirección General de Comercio y Consumo.
- En cualquier caso, la empresa deberá tener a disposición del proyecto una persona o equipo jurídico que determine e interprete la normativa aplicable a los diferentes contenidos relacionados en la página web.
- Para la redacción y revisión de los contenidos de la web se deberá seguir el Manual de Estilo previamente aprobado (se adjunta, a título orientativo, como ANEXO I copia del actualmente en vigor).
- Los contenidos de texto e imagen elaborados se introducirán en el gestor de contenidos que en la actualidad es DRUPAL, en el entorno de edición, para que puedan ser revisados y aprobados por la Dirección General de Comercio y Consumo, con carácter previo a su publicación. Una vez recibida la aprobación se publicarán en la web de Consumo de la Comunidad de Madrid.
- En ciertos casos y debido a razones de operatividad, la Dirección General de Comercio y Consumo podrá dar una autorización previa de publicación (con las instrucciones pertinentes) en casos como alertas de productos inseguros, notas de prensa y actualidades elaboradas por otros organismos públicos o entidades privadas.
- Se considerará, como mejora, entre otras la aportación al equipo de trabajo de un asesor jurídico experto en temas de consumo.

## 2. LOTE 2. Píldoras.

- El fin de los trabajos a desarrollar es informar y formar a los consumidores y usuarios en temas de consumo, propuestos por la Dirección General de Comercio y Consumo, con el apoyo técnico y material del Adjudicatario, de una manera fácil y atractiva, con un mensaje claro y directo, utilizando medios audiovisuales.
- Para la elaboración de las píldoras se deberá contar con el soporte jurídico adecuado, seguir el Manual de Estilo previamente aprobado (se adjunta, a título orientativo, como ANEXO I), debiéndose publicar en el gestor de contenidos DRUPAL.
- Las píldoras podrán tener contenido:
  - Formativo, debiendo adecuar el formato y el tema sobre el que versan al tipo de público objetivo y a la franja de edad a la que van dirigidas.
  - Informativo, dirigidas al consumidor y usuario genérico.
- En cualquier caso, el formato audiovisual debe ser elegido teniendo en cuenta el contenido de la píldora, de manera que ésta tenga una comprensión fácil y atractiva.
- Independientemente del formato audiovisual elegido para publicar la píldora en la página web de consumo de la Comunidad de Madrid, deberá, también, entregarse en formato vídeo que posibilite su difusión en otros medios como por ejemplo en las pantallas de la Oficina de



Atención al Consumidor. Si existiese material de apoyo, en el caso de las píldoras formativas, éste deberá poder ser descargado.

- Se considerará como mejora, entre otras, la propuesta por el licitante de canales de divulgación de las píldoras distintos de los anteriormente relacionados, sin que suponga la aceptación, por parte de la Administración, de su utilización, total o parcialmente, en la ejecución del contrato. Así mismo se considerará una mejora la propuesta de actualización y/o adaptación de las píldoras ya existentes a formatos diferentes que faciliten su divulgación y la aportación al equipo de trabajo de un asesor jurídico experto en temas de consumo. .
- Las píldoras versarán sobre diferentes temas de consumo, elegidos por la Dirección General de Comercio y Consumo de entre los propuestos, atendiendo al interés de los mismos y a su vigencia o plena actualidad.
- La duración mínima de cada píldora será de 5 minutos y, si es el caso, deberán poderse dividir en bloques definidos que puedan ser visionados de forma independiente.
- Deberán producirse un total de 120 minutos en este formato.
- Los contenidos de texto e imagen elaborados se introducirán en el gestor de contenidos DRUPAL, en el entorno de edición, para que puedan ser revisados y aprobados por la Dirección General de Comercio y Consumo, con carácter previo a su publicación. Una vez recibida la aprobación, se publicarán en la web de Consumo.
- El número de personas para atender este servicio es de, al menos tres con las siguientes funciones: elaboración de contenido de las píldoras, redacción del contenido de las mismas, desarrollo funcional de la píldora en el formato audiovisual elegido.

### 3. LOTE 3. Acciones formativas

- El fin de los trabajos a desarrollar es formar a profesionales de consumo de manera que se mantengan actualizados en los temas, directa o indirectamente, relacionados con esta disciplina, mediante la realización de acciones formativas, propuestas por la Dirección General de Comercio y Consumo, con el apoyo técnico y material del Adjudicatario, en la modalidad online, a través de una plataforma e-learning.
- Para la elaboración de las acciones formativas se deberá tener en cuenta los distintos medios digitales existentes para la formación online, los mecanismos de narración en medios digitales, de manera que en ellas se explique de forma precisa y eficaz el conjunto de información compleja adaptada a los receptores y sus necesidades, siguiendo el Manual de Estilo previamente aprobado (se adjunta, a título orientativo, como ANEXO I), debiéndose cumplir los estándares SCORM 1.2 y el interfaz gráfica de usuario, que será 100% web.
- Las acciones formativas podrán ser:
  - Cursos: con una duración mínima de 15 horas; al menos 3.
  - Jornadas: con una duración mínima de 5 horas; al menos 3
  - Videoconferencias: con una duración mínima de 1 hora.



- Deberán producirse un total de 100 horas en este formato.
- Las tareas a realizar serán las siguientes:
  - a. Preparación de los materiales de apoyo.
  - b. Preparación de las pruebas de conocimiento
  - c. Verificación del entorno de formación
  - d. Tutorización y seguimiento de los alumnos.
  - e. Resolución de incidencias y cuestiones a nivel técnico (software...).
  - f. Planificación de tiempos y alarmas con respecto al proceso de formación del alumno.
  - g. Realización de cuestionarios de calidad.
  - h. Corrección de ejercicios y publicación de resultados.
  - i. Aseguramiento de la correcta certificación.
  - j. Cualquier otra relacionada con las labores formativas, no contemplada anteriormente que sea necesaria para el correcto desarrollo del contrato.
- Para llevar a cabo las tareas de desarrollo de las acciones formativas se deberá contar con, al menos, el siguiente personal, con las funciones genéricas que a continuación se relacionan:
  - Gestor del proyecto y coordinador académico: será el responsable de la dirección y coordinación operativa del equipo de trabajo y asignar los recursos idóneos, ajustando los conocimientos, experiencia y aptitudes de cada persona, según cada actividad de formación. Así mismo, será el interlocutor ante la Dirección General de Comercio y Consumo para la coordinación en la ejecución del contrato
  - Docente/experto: realizará el diseño instruccional de la acción formativa y elaborará los recursos pedagógicos para su impartición. Así mismo, tutorizará al alumno en la resolución de las cuestiones asociadas al contenido del curso y planteará las actividades de evaluación del alumno.
  - Dinamizador: actuará como estimulador del proceso formativo, fomentando la participación del alumno en las acciones formativas, facilitando el conocimiento compartido y la colaboración entre el alumnado y detectando las desviaciones de satisfacción frente a lo esperado por los alumnos.
- Para la impartición de las acciones formativas online se utilizará, preferentemente, la plataforma Formadrid con la que cuenta la Comunidad de Madrid. No obstante, el licitante podrá presentar una plataforma alternativa que cumpla los estándares SCORM 1.2 y la interfaz gráfica de usuario, que será 100% web, valorándose como mejora, sin que suponga la aceptación, por parte de la Administración, de su utilización, total o parcialmente, en la ejecución del contrato.

#### **SEXTA.- Condiciones de ejecución del contrato.**

1. Los licitantes deberán proponer un Manual de Estilo, un Plan de Actuación Global y un Manual de Metodología, este último será objeto de valoración por parte del órgano de contratación. Una vez adjudicado el contrato, deberán ser aprobados por la Dirección General de Comercio y Consumo, en el plazo de un mes desde la firma del mismo. Los contenidos mínimos serán los siguientes:

- A. Manual de estilo (lotes 1, 2 y 3): la empresa licitante presentará un Manual de Estilo en el que se expondrán las normas a que se somete la redacción de los contenidos, que en ningún caso podrán apartarse de las prescripciones establecidas en la web institucional de la Comunidad de Madrid y en la Real Academia de la Lengua Española. Como regla general, el lenguaje utilizado debe adaptarse al medio y formato en el que se realizará la publicación de la actuación y a los usuarios a los que se dirigen los contenidos.
- B. Plan de Actuación Global (lotes 1, 2 y 3)
- Tareas a realizar y tiempos para su realización
  - Programación de tareas
  - Determinación de la documentación justificativa de los trabajos realizados.
- C. Manual de Metodología para la realización de todos los trabajos.
- a) Lotes 1, 2 y 3
- Procesos de elaboración de los contenidos
  - Procesos de control para la publicación del producto final (información, píldora o acción formativa), incluidos los de validación por parte de la Administración.
  - Procesos de seguimiento y control del producto final.
  - Procesos de control de las incidencias surgidas y su subsanación.
  - Mecanismos de control para la salvaguarda de los posibles derechos de explotación de las imágenes y contenidos que se publiquen.
  - Programa de formación continua del personal del equipo.
  - Mejoras técnicas: compromiso de actuación, tarea o trabajo a desarrollar, técnica a emplear o material a utilizar que amplíe o mejore la calidad del proyecto y suponga un valor añadido al mismo. Las mejoras incluidas no supondrán la aceptación, por parte de la Administración, de su utilización, total o parcialmente, en la ejecución del contrato.
- b) Además de lo recogido en el párrafo a), los licitadores del Lote 1 deberán estructurar sistemas de detección y control de contenidos mediante:
- La definición de los métodos, medios y actuaciones para detectar la actualidad y las nuevas normativas aprobadas o por aprobar relativas al consumo,
  - La determinación de los procesos de control empleados para detectar informaciones obsoletas contenidas en la web de Consumo de la Comunidad de Madrid que deban ser objeto de actualización,
  - El establecimiento de procesos de revisión y subsanación.
- c) Además de lo recogido en el párrafo a), los licitadores del Lote 2 deberán definir los formatos y medios audiovisuales previstos para la realización de las píldoras informativas/formativas.
- d) Además de lo recogido en el párrafo a), los licitadores del Lote 3 deberán presentar una propuesta metodológica para la implantación y seguimiento de las acciones formativas: tutorías, evaluaciones, expedición de certificados, dinamización.

2. Una vez adjudicado el contrato, en el plazo máximo de un mes, deberá establecerse un Cronograma de Actuaciones (informaciones, píldoras y acciones formativas) a realizar durante la ejecución del mismo. No obstante, ha de tenerse en cuenta que, como consecuencia de la



conurrencia de determinadas circunstancias, puede surgir la necesidad de realizar actuaciones no previstas o modificaciones en la programación. En este sentido, las actuaciones a realizar pueden ser:

- Actuaciones programadas: Estarán descritas en el Cronograma de Actuaciones que podrá ser revisado a lo largo del proyecto.
- Actuaciones no programadas: Se producirán a petición de la Dirección General de Comercio y Consumo o a propia iniciativa del contratista como consecuencia de circunstancias coyunturales. Las situaciones coyunturales o sobrevenidas que puedan producirse generarán cambios en la programación que serán asumidos por las partes sin que ello afecte, en sí mismo, al cumplimiento del contrato, no entendiéndose como modificación del contrato y no generando, por tanto, ninguna consecuencia respecto del mismo.

Todas las actuaciones realizadas, tanto programadas como no programadas, serán validadas con carácter previo a su publicación por la Dirección General de Comercio y Consumo.

Durante la ejecución del contrato la estructura de la web de Consumo de la Comunidad de Madrid podría resultar modificada, en cualquiera de sus secciones o apartados, modificación cuyas consecuencias habrán de ser asumidas por la empresa contratista.

### 3. Plan Integral del contrato.

Comprenderá, una vez aprobados por la Dirección General de Comercio y Consumo los siguientes documentos:

- Manual de Estilo.
- Plan de Actuación Global.
- Manual de Metodología.
- Cronograma de Actuaciones

### 4. Documentación a presentar durante la ejecución.

El Adjudicatario deberá presentar, coincidiendo con las certificaciones que sean emitidas, los informes siguientes que incluirán, al menos:

- Lote 1: Datos sobre las visitas realizadas a la web de Consumo de la Comunidad de Madrid en el periodo de certificación, así como cualquier otra información cualitativa que sirva para evaluación e implementación de las medidas que se consideren necesarias.
- Lote 2. Datos de visualizaciones y, en su caso, descarga de cada una de las píldoras informativas/formativas.
- Lote 3: Datos de inscripciones, seguimiento, participación y certificados de los cursos on-line.

## **SÉPTIMA.-Seguimiento, control de calidad y evaluación de los trabajos**

### 1. Criterios generales

- La Dirección General de Comercio y Consumo dará el visto bueno a todos los contenidos que el Adjudicatario elabore o actualice antes de ser publicados.



- Con la finalidad de disponer de un conocimiento inmediato y puntual de los trabajos, se podrá recabar la información necesaria obligándose al Adjudicatario a facilitar los datos solicitados.
- Además de la documentación exigida en este Pliego, el Adjudicatario se compromete a suministrar a la Dirección General de Comercio y Consumo cualquier documentación relacionada con el contrato, incluidos los códigos fuente, y los trabajos de ejecución que le fuera requerida.

## 2. Reuniones de seguimiento

Se realizarán reuniones de seguimiento entre la empresa y la Dirección General de Comercio y Consumo, que podrán dar lugar a cambios en todo o en parte del Plan Integral del contrato.

## 3. Control de calidad.

Cuando se observen desviaciones entre las fechas programadas y las reales, el Adjudicatario lo justificará convenientemente mediante la presentación de los documentos acreditativos de las entregas y supervisiones. Para ello la Dirección General de Comercio y Consumo podrá solicitarle la documentación en la que se justifiquen las siguientes fechas: publicación en el entorno de edición, aprobación de la Dirección General, publicación u otros datos considerados relevantes al efecto.

## 4. Evaluación de los trabajos:

- Evaluación Intermedia: en las fechas establecidas en el Cronograma de Actuaciones el adjudicatario presentará a la Dirección General de Comercio y Consumo un informe en el que se incluirá una evaluación del periodo correspondiente y una valoración en la que se incluirán las conclusiones y sugerencias de mejora.
- Informe de Evaluación Final: al finalizar el contrato, la empresa adjudicataria presentará a la Dirección General de Comercio y Consumo un informe en el que se incluirá, al menos, una evaluación de las actuaciones realizadas durante la ejecución del contrato y un análisis de las desviaciones e incidencias observadas, sus causas, conclusiones y sugerencias de mejora.

## LA DIRECTORA GENERAL DE COMERCIO Y CONSUMO

Firmado digitalmente por MARTA NIETO NOVO  
Organización: COMUNIDAD DE MADRID  
Fecha: 2020.05.13 13:19:42 CEST  
Huella dig.: 0b9a45553a71afe7901c8d44bb54ae8bae587f90

## **ANEXO I. MANUAL DE ESTILO**

### **1 Introducción**

El presente documento considerado como Manual de estilo a aplicar en este proyecto tiene el objetivo de establecer una serie de **normas de estilo y formato** que doten de **homogeneidad** al desarrollo de contenidos del Portal del Consumidor de la Comunidad de Madrid ([www.madrid.org/consumo](http://www.madrid.org/consumo) y/o [www.comunidad.madrid/servicios/consumo](http://www.comunidad.madrid/servicios/consumo)).

El equipo de periodistas implementado en la Dirección General de Comercio y Consumo, en adelante DG, son responsables de la redacción, actualización y gestión de contenidos del Portal y dentro de sus funciones revisarán de manera continua y detallada cada información contenida en el Portal, en base a los criterios del presente manual y acogándose a la valoración y aprobación por parte de la DG con carácter previo a su publicación.

Se deduce de todo lo anterior que el equipo de periodistas deberá adecuarse a las reglas de estilo que en el presente documento se exponen, y garantizará la uniformidad en su trabajo informativo al ciudadano.

### **2 Normas de actuación.**

#### **2.1 Ortografía**

Se respetará obligatoriamente todo lo dictado por la Real Academia Española en referencia a:

- Las normas ortográficas y estructuras gramaticales y morfológicas.

En caso de duda, se consultará de manera obligatoria también el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua.

#### **2.2 Redacción**

Es objetivo del Portal que el usuario procese la información de forma rápida, eficiente y evitando perífrasis y redundancias; por esta razón los textos de las secciones del Portal deben estar exentos de información superflua, frases largas y/o textos extensos que para su lectura generen una navegabilidad, lectura y comprensión incómoda e ineficaz.

- El lenguaje debe ser accesible e informal para el consumidor medio.
- El tratamiento en los textos se hará en tercera persona, y los textos se referirán al público como “*el consumidor o usuario*” (“*consumidor*” cuando se trate de bienes y “*usuario*” cuando se trate de servicios).
- Se empleará voz activa de forma predeterminada (“El Portal del Consumidor publicó...”).
- Se evitará la voz pasiva (“El texto fue publicado por el Portal del Consumidor”).

- Los datos a emplear serán concisos, evitándose expresiones como “algunos” o “varios”.
- Será prioridad el uso del término correspondiente en castellano y se evitará en lo posible el uso de anglicismos.
- En ningún caso se aportará una opinión personal y será obligatorio que la información aportada sea objetiva, documentada y contrastada y será obligado el remitir a fuentes institucionales de información.

## 2.3 Pautas de redacción para el sitio web de la Comunidad de Madrid

En la redacción de los contenidos se tendrán en cuenta las pautas de redacción para el Portal de la Comunidad de Madrid, [¡Error! Referencia de hipervínculo no válida.](#) vigentes durante la duración de este contrato.

### 2.3.1 Filosofía del nuevo [www.comunidad.madrid](http://www.comunidad.madrid)

Es un Portal orientado al ciudadano y cuyas características principales son:

- Sencillo
- Directo
- Multimedia
- Móvil
- Agrupado
- Relacionado
- Usable
- Accesible
- Dedicado para compartir

### 2.3.2 Pautas de redacción

- **Sencillez y usabilidad:**
  - Los textos deben facilitar la localización de la información más significativa.
- **Huir del lenguaje administrativo.**
  - La redacción debe hacerse en un lenguaje cercano, ni coloquial en exceso, ni demasiado formal, y se evitará en todo caso el uso de terminología jurídica, que sea excesivamente técnica o la referencia a la normativa que no sea imprescindible.
- **Titular descriptivo.**
  - Sencillo, directo y trabajado con palabras clave.
- **Se aplicará el modelo de pirámide invertida:**
  - Escribir primero las conclusiones, luego la información de apoyo y se concluye con



la información de contexto.

- Se detallará un punto específico sobre este modelo en este documento para potenciar, describir, aclarar dudas y dar importancia al uso de este método de redacción.
- **Párrafos breves y directos:**
  - Los párrafos deben contener una sola idea, y no se usarán frases subordinadas, circunloquios ni paráfrasis.
- **Se incluirán elementos destacados:**
  - Enlaces, contenido multimedia etc...
- **Frases cortas en párrafos cortos.**
  - No se permitirán ni frases con más de cien palabras, ni párrafos superiores a seis líneas.
- **Uso de verbos fuertes:**
  - Se usarán en mayor medida los verbos en su forma fuerte: “modificó” en lugar de “hizo la modificación”.
- **Información de servicios:**
  - La prioridad es facilitar información sobre servicios o trámites para ofrecer información práctica y útil y no se informará sobre la estructura administrativa de la Comunidad de Madrid o los responsables de sus distintas áreas.

### 2.3.3 Criterios a seguir

- **Calidad:**
  - El texto respetará las pautas de redacción. Las imágenes y vídeos estarán en alta calidad y los módulos estarán organizados correctamente.
- **Estética:**
  - Cada página debe respetar la imagen corporativa de la Comunidad de Madrid y los criterios estéticos de [¡Error! Referencia de hipervínculo no válida.](#) Sin modificar la paleta de colores, los tamaños de imágenes, etc. de aplicación en su propio manual de estilo.

### 2.3.4 La pirámide invertida

- Los contenidos no suelen leerse de manera completa cuando estos se muestran en formatos electrónicos.
- Para ser más eficaces en la comunicación del Portal la información relevante se debe ofrecer **en los dos primeros párrafos del texto**.
- El **titular** debe ser **atractivo**, y trasladará la esencia de la información para conseguir atraer la atención del lector.
- El **primer párrafo**, o **entradilla**, será donde se incluyan los **datos principales** de lo que se quiere transmitir, tratando de contestar a las preguntas “**qué**”, “**quién**”, “**cuándo**” “**cómo**”, “**dónde**” y “**por qué**”.
- La **entradilla** debe despertar el **interés del lector**.

- El **cuerpo principal del texto** irá tras la entradilla. En este cuerpo del texto se desarrollará el contenido de la información y se aportará el contexto que consideremos necesario para completar la información, pero siempre se redactará de lo más a lo menos importante.
- Al **término de cada párrafo el texto debe tener unidad en sí mismo**.
- Los textos **deben ser adaptables a otros formatos con facilidad** (redes sociales, etc.).

### 2.3.5 Elementos que se deben evitar

- **Texto en banners:** solo contendrán imágenes.
- **Modificar la hoja de estilos CSS del portal** introduciendo etiquetas HTML manualmente (colores, tablas, tamaños...).

### 2.3.6 Titulares

Escuetos pero con claridad de exposición. Deben **centrar la atención del lector y facilitar la clasificación de información durante el proceso de lectura**.

### 2.3.7 Párrafos

Cada párrafo del texto contendrá **una sola idea**, consiguiendo así que la información se organice de forma legible y coherente.

### 2.3.8 Expresiones prohibidas

**Nunca** deben emplearse **palabras o frases ofensivas** en materia de raza, nacionalidad, cultura, sexo o religión, así como **expresiones vulgares, obscenas o blasfemas**.

### 2.3.9 Pies de foto

En general las imágenes no irán acompañadas de pie de foto, exceptuando que dicho pie sea de interés para el usuario y así su texto será conciso y explicativo.

### 2.3.10 Citas

Se publicarán entrecomilladas y con cursiva. Se usarán comillas dobles para encerrar una cita, y comillas simples para indicar una cita dentro de otra.

### 2.3.11 Abreviaturas, siglas y acrónimos

Se **evitarán en la medida de lo posible**. De tener que utilizarse, se emplearán en los términos ya establecidos por la Real Academia.

Los acrónimos estarán aceptados en segunda y sucesiva referencias si anteriormente se ha utilizado indicado entre paréntesis, sin separaciones ni puntuaciones (“Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV)”).

### 2.3.12 Iniciales

Siempre irán acompañadas de un punto y un espacio posterior (“M. Stanley”).

### 2.3.13 Mayúsculas y minúsculas

Se evitará el uso de mayúsculas, ya que dificultan la lectura. Deben emplearse mayúsculas en inicio de oración y para nombres oficiales, así como:

- Nombres propios.
- Ubicaciones geográficas (España, Cantabria, Madrid).
- Tratamientos abreviados (Uds., Ud., Dr.).
- Órganos de gobierno e instituciones (Ministerio de Sanidad, Jefatura de Tráfico).
- Marcas registradas (Loewe, Nike).
- Actos formales (Congreso Nacional, Semana Santa).
- Materias de estudio (Geografía, Filosofía).
- Nombres de textos legales (Ley de Arrendamientos Urbanos).

Exceptuando si constituyen el inicio de la frase, tanto las estaciones (primavera, verano, otoño e invierno) como los nombres de los meses y días se escribirán siempre en minúscula.

Los cargos siempre se escribirán en minúscula (director) pero no así la institución (Consejería, Presidencia), salvo en el caso de que la persona citada no vaya acompañada del nombre (“El Presidente del Gobierno”).

Es obligatoria la acentuación de mayúsculas.

### 2.3.14 Cursiva

Se evitará el uso de cursiva, ya que dificulta la lectura, salvo los casos anteriormente descritos.

### 2.3.15 Negrita

Su uso se limitará a destacar conceptos importantes y a guiar la lectura en aquellos contenidos y conceptos que sean más relevantes.

### 2.3.16 Subrayado

No se utilizarán subrayados. Los términos destacados se limitarán a los enlaces y para ello se usará el estilo y color designado en la hoja de estilos CSS del portal.

## 3 Signos de puntuación

### 3.1 Comillas

Se cerrarán antes del punto final. Se emplearán en caso de citas textuales.



### 3.2 Paréntesis y corchetes

En el caso de los paréntesis, se usarán en caso de explicación de términos y para no interrumpir un discurso.

Los corchetes se incluirán en datos aportados en una traducción, durante el texto y como explicación.

### 3.3 Signos de interrogación y exclamación

Deberán emplearse al inicio y fin de cada oración, usando el de apertura y cierre en cada caso.

Las interrogaciones y exclamaciones empiezan con mayúscula si se trata de inicio de oración, y se incluirá el signo de puntuación pertinente (coma o punto y coma) tras el signo de cierre de los mismos, en caso de que continúe la frase. Si el cierre de una frase es una interrogación o una exclamación de cierre, jamás se añadirá punto.

### 3.4 Puntos suspensivos

- Al terminar una oración con puntos suspensivos, se continuará con minúscula en la siguiente.
- No se añadirá un punto extra si se trata del final de una frase.
- Puntos suspensivos entre paréntesis indicarán supresión de una palabra o fragmento en una cita textual.
- Si es comienzo de cita, los puntos suspensivos se indicarán inmediatamente antes de las comillas, pero separados de la palabra que sigue por un espacio blanco (“... Si el consumidor desea reclamar”).

## 4 Datos

### 4.1 Fecha

Se utilizará siempre el formato extendido (“11 de junio de 2014”). En el caso de referencia a un rango de años, se indicarán las cifras completas (“2015-2017”). Los años no deben incluir punto, para diferenciarlo así de cantidades (“2018” y no “2.018”).

### 4.2 Hora

La hora se indicará con reloj de 24h, siempre con dígitos y nunca con letras, y con dos puntos (“7:30 a 19:30 horas”).

En caso de referirnos a lugares con horario distinto al de la Península, se indicará si se trata de hora local, y entre paréntesis la equivalencia a la hora peninsular.

### 4.3 Direcciones

Deben aparecer en la misma línea el tipo de vía, nombre, número, piso, escalera, código postal y ciudad ("C/ Ramírez de Prado, 5 bis. 28045 Madrid").

#### 4.4 Números

- Deberán aparecer escritos siempre con letra salvo referencia a números superiores a 100 ("millón", "billón").
- Las fracciones nunca se representarán con dígitos ("dos tercios" en lugar de "2/3").
- Los miles se expresarán con punto ("12.000") y los decimales con coma ("13,5").
- Para números ordinales se emplearán letras ("primero", "decimonoveno").
- En el caso de los porcentajes, siempre se escribirá el número con dígitos y el símbolo del porcentaje ("7%").
- Si la cifra es exacta pero corresponde a valores expresables miles o millones, debe emplearse el número citado como decimal (separado por una coma) y los miles o millones en letras ("4,5 millones").

#### 4.5 Números de teléfono

Deberán indicarse las cifras con espacios, no con puntos, comas o guiones, y en el caso de teléfonos internacionales incluir el código correspondiente al país precedido del signo "+", (" +34 91 123 45 67").

### 5 Formato

Se respetará el formato tipográfico e interlineado de la web, siguiendo el formato establecido en la hoja de estilos CSS del portal.

Se emplearán imágenes propias, respetando los tamaños establecidos en los diferentes módulos web, el peso y la temática.

Se empleará un registro participativo para el ciudadano de tal manera que este pueda organizar, localizar y valorar los contenidos en función de su propio interés u objetivo personal; para tal cometido se tendrán en cuenta los rasgos interactivos, multimedia e hipertextuales del medio en el que se va a trabajar. Asimismo, se fomentarán aquellas informaciones o elementos que permitan al ciudadano la intercomunicación con los responsables del Portal, de forma que tengan un acceso al contenido informativo de forma dinámica y útil.

Se emplearán elementos multimedia (vídeos, imágenes, infografías) que sean de contenido relevante e interesante que hagan de la información un contenido útil y ameno. Se mantendrá en todo momento una proporción entre texto/multimedia de forma que todo el contenido se encuentre organizado de forma coherente y homogénea.

El equipo de periodistas se compromete a cumplir con los derechos de autor en relación a los vídeos, imágenes e infografías incluidos en el Portal, y contarán con todos los permisos de explotación en las páginas web de la Comunidad de Madrid, así como en otros canales de

comunicación institucional de la Consejería de Economía, Empleo y Competitividad.

Para la creación de contenidos del Portal se usará un lenguaje neutral y sin posicionamientos de ningún tipo, cuidando siempre el estilo periodístico usado hasta el momento en el Portal.