



FUNDACIÓN CANAL
Canal de Isabel II

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS:

SERVICIOS DE MAQUETACIÓN, ADAPTACIÓN Y PRODUCCIÓN DE
MATERIALES DE DISEÑO GRÁFICO PARA ENTORNOS ON Y
OFFLINE PARA LA FUNDACIÓN CANAL DE ISABEL II

PROCEDIMIENTO ABIERTO NO ARMONIZADO CON PLURALIDAD
DE CRITERIOS

CONTRATO Nº 01/2026



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN	3
2. OBJETO DEL CONTRATO.....	3
3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	4
3.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL SERVICIO	5
3.2. ADAPTACIÓN Y MAQUETACIÓN DE MATERIALES PARA LA COMUNICACIÓN DE ACTIVIDADES:	6
3.3. PRODUCCIÓN FÍSICA DE MATERIALES:	14
4. PLANIFICACIÓN DEL SERVICIO.....	18
4.1. REQUISITOS DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO	18
4.2. DIRECCIÓN DEL PROYECTO Y SEGUIMIENTO DE LOS TRABAJOS.....	21
5. PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS	21
6. PLAZOS Y LUGAR DE EJECUCIÓN	22



1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

La Fundación Canal de Isabel II (en adelante, la Fundación) es una fundación privada de iniciativa pública que se rige por el derecho privado y que, dotada de personalidad jurídica propia, tiene plena autonomía funcional y material.

La misión de la Fundación es mejorar las oportunidades de conocimiento de las personas a través de programas divulgativos y actividades de interés general sobre arte, cultura y medio ambiente, siempre con un enfoque innovador; así como apoyar a Canal de Isabel II en la divulgación sobre el ciclo integral del agua y la promoción de la investigación para su uso más eficiente y sostenible.

La orientación divulgativa y educativa de sus actividades son el vehículo de reconocimiento de la Fundación. Su oferta se caracteriza por ofrecer contenidos de calidad, presentándolos de forma cuidada, atractiva y accesible. Su programación abarca múltiples disciplinas, dedicándose a generar y difundir el conocimiento en diferentes campos, principalmente en:

- Arte
- Cultura
- Medio ambiente

Su misión es llegar a todos los públicos posibles a través de actividades diversas, especialmente diseñadas para este fin, y adaptar la comunicación a distintos soportes, tanto en formatos impresos como digitales (cartelería, señalética, entorno web, redes sociales, etc).

Por tanto, la Fundación busca con el presente procedimiento seleccionar un **proveedor con experiencia demostrable en los servicios de maquetación y producción de los materiales gráficos** necesarios para la comunicación institucional, cultural y medioambiental de la Fundación Canal de Isabel II, tanto en entornos físicos como digitales, con el objetivo de dar a conocer a la Fundación y su programación, con capacidad para adecuarse a las especificaciones y singularidades de cada actividad y de respetar la línea gráfica e identidad visual de la Fundación.

2. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del presente contrato es la **prestación de servicios de maquetación, adaptación y producción de materiales de diseño gráfico para entornos on y offline** que la Fundación Canal de Isabel II requiera para el desarrollo de su actividad institucional, cultural y medioambiental, **garantizando la coherencia visual, la calidad técnica y la adecuación a la identidad corporativa de la Fundación.**

En definitiva, el servicio comprenderá la **maquetación, adaptación y producción** de materiales de diseño gráfico destinados a soportes de comunicación internos y externos, tanto impresos como digitales, entre ellos: cartelería, folletos, publicaciones, señalética, papelería, *banners* y otros formatos para la web, *newsletters*, creatividades para redes sociales, y cualquier otro elemento gráfico que la Fundación precise para la difusión de sus actividades, programas o campañas.

Asimismo, el adjudicatario deberá proporcionar los **servicios de arte final, revisión técnica, gestión y supervisión de producción** en imprenta o en soportes digitales, asegurando la correcta aplicación de la imagen institucional y la entrega en los plazos y formatos establecidos por la Fundación.



El alcance del contrato incluirá, en su caso, la **coordinación con los distintos proveedores implicados** (impresores, desarrolladores web, agencias, etc.), tanto con los proveedores propios del adjudicatario como con otros proveedores de la Fundación Canal, para garantizar la calidad final y la coherencia de todos los materiales; así como la entrega de los archivos editables y finales en los formatos requeridos por la Fundación.

Todas las adaptaciones realizadas **para la web** de la Fundación Canal deberán realizarse **en español y en inglés**, a no ser que la Fundación indique lo contrario. La Fundación aportará los textos en inglés para su aplicación en estos formatos.

La conceptualización y diseño de las piezas máster o líneas gráficas de las actividades más relevantes de la Fundación Canal (como exposiciones, o ciclos de conciertos y conferencias), y otros eventos extraordinarios, no serán objeto de este contrato. Sí incluye, sin embargo, la realización de diseños puntuales de carácter menor, según detalle recogido a lo largo del pliego.

3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

La prestación del servicio objeto del presente contrato tiene por finalidad garantizar el desarrollo y producción de los materiales de diseño gráfico necesarios para la comunicación institucional, cultural y medioambiental de la Fundación Canal de Isabel II, tanto en entornos físicos como digitales.

En este apartado se desglosa una estimación de trabajos que cabría encomendar al adjudicatario basada en los históricos anuales de la Fundación, tanto en las **tareas de maquetación y adaptación** de materiales de diseño gráfico, **como en las de producción física de estos materiales**, sin que ello suponga un compromiso de encomienda por parte de la Fundación en la medida en que ésta va adaptando su actividad en función del interés del público en su programación y de las tendencias de los sectores donde desarrolla su actividad con el fin de captar nuevos públicos.

En este sentido, en los últimos años se ha ido incrementado la comunicación online y acciones de marketing digital en detrimento de la producción de elementos físicos o de comunicación offline.

En atención a lo expuesto, la Fundación no puede comprometer un alcance exacto del servicio, ni en lo que concierne al número de maquetaciones/adaptaciones ni a los formatos o necesidades de producción que se requerirán de cada una de ellas. Si bien la aproximación de trabajos y actividades que figura en estos pliegos constituyen un acercamiento realista y razonable, **la misma no compromete el alcance de los trabajos ni por exceso ni por defecto**, siendo una mera estimación de trabajos que no implica que el servicio quede limitado a ellos.

No obstante, el licitador sí quedará obligado, en caso de resultar adjudicatario de este procedimiento, a ejecutar los servicios objeto de la presente licitación correspondientes a las actividades que la Fundación realice de las aquí mencionadas y a los trabajos que le encargue respecto de las mismas.

Así, el licitador deberá proponer una iguala mensual que englobe todos los trabajos de maquetación y adaptación de materiales de diseño gráfico y de diseño en casos muy puntuales, que le puedan ser encomendados al amparo del presente contrato en caso de resultar adjudicatario del mismo.

En cuanto a la **producción física de los materiales**, teniendo en cuenta la misma aproximación realista y razonable, el licitador habrá de presentar un presupuesto competitivo acorde a los precios del mercado por cada uno de los soportes que se le pudieran encargar al amparo del presente contrato, sin que sea



obligatorio para la Fundación contratar todos ellos o en el número reseñado, pese a lo cual el adjudicatario habrá de mantener los precios que hubiera ofertado para cada tipo de soporte. Dichos precios deben incluir la manipulación y envío de tales materiales.

3.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL SERVICIO

El servicio incluirá, entre otros, los siguientes trabajos y tareas:

3.1.1. Maquetación y adaptaciones de diseño gráfico:

- Maquetación y adaptación de materiales impresos: carteles, folletos, papelería corporativa, informes, publicaciones, señalética, u otros materiales para la difusión de sus actividades.
- Adaptación y remaquetación de materiales existentes según nuevas necesidades o formatos.
- Preparación de artes finales para imprenta, revisión de pruebas y supervisión de impresión, en el caso de los materiales que requieran de fabricación.
- Asesoramiento en la elección de materiales, soportes y acabados, priorizando opciones sostenibles y reciclables.

3.1.2. Diseño digital y producción multimedia

- Maquetación y adaptación de materiales gráficos para entornos digitales: *banners*, *newsletters*, creatividades para redes sociales, cabeceras, publicaciones animadas, o *gifs*, etc.
- Maquetación de presentaciones corporativas y otros recursos visuales para medios digitales (Word, PowerPoint, PDF interactivos, etc.).
- Adecuación de materiales a diferentes formatos y dispositivos (desktop, tablet, móvil), garantizando su correcta visualización y legibilidad.
- Coordinación con proveedores tecnológicos o desarrolladores web de la Fundación Canal, cuando sea necesario, para la correcta integración de los materiales gráficos en los canales digitales de la Fundación (web, APP, RRSS, etc.).

3.1.3. Producción y supervisión

- Gestión técnica y control de calidad en la producción de materiales impresos o digitales.
- Supervisión de plazos, tiradas, formatos, soportes y acabados.
- Coordinación con imprentas, montadores o proveedores externos, tanto propios como de la Fundación, garantizando la correcta aplicación de la identidad visual de la Fundación Canal.
- Entrega de archivos editables, finales y versiones optimizadas para los diferentes canales de difusión.

3.1.4. Criterios generales de ejecución

El adjudicatario deberá mantener una imagen homogénea y coherente con la identidad visual de la Fundación Canal, aplicando correctamente su manual de marca y las normas de uso de logotipos institucionales.

Se exigirá una **alta calidad técnica y estética** en todas las propuestas, adaptadas al carácter institucional, cultural y medioambiental de la Fundación.



Los materiales deberán cumplir criterios de diseño universal, accesibilidad y sostenibilidad, priorizando la reducción de residuos, el uso de papel reciclado y la impresión con tintas ecológicas cuando proceda.

El adjudicatario designará un gestor de cuenta o responsable de proyecto (*Project manager*) que actuará como interlocutor único con el Área de Comunicación y Marketing de la Fundación Canal, asegurando la correcta coordinación y seguimiento de cada encargo. Esta persona podría coincidir, a criterio del adjudicatario, con quien sea designado como diseñador principal.

Para que el licitador pueda presentar su oferta económica tendrá en cuenta el alcance de las tareas y trabajos descritos previamente, así como la aproximación de los trabajos que se detallan a continuación, la cual se ha realizado siguiendo el promedio de los históricos de los trabajos encargados por la Fundación Canal en el pasado, y deberá considerar que **los trabajos abarcarán todo lo relativo a las adaptaciones de diseño, maquetación, correcciones y producción de materiales para soportes tanto online como offline, así como las posibles actualizaciones** que un diseño ya aprobado pueda necesitar a lo largo de su vida útil.

A continuación, se desglosan las actividades que la Fundación desarrolla habitualmente, tomando como referencia las realizadas en los últimos años, así como los trabajos que suelen desarrollarse vinculados con cada una de las ellas, y que serán objeto del presente contrato:

3.2. ADAPTACIÓN Y MAQUETACIÓN DE MATERIALES PARA LA COMUNICACIÓN DE ACTIVIDADES:

3.2.1. Boletines digitales (*newsletter*) y en papel para difundir la programación:

A. Boletines digitales (*newsletters*):

- Son las herramientas de difusión de las actividades de la Fundación Canal en formato digital.
- La pauta habitual es de entre 2 y 3 *newsletters* al mes, de periodicidad quincenal, que incluyen un total de entre 4 y 6 actividades. Si bien, en ocasiones, se puede realizar alguna más de carácter excepcional. Por ej.:
 - Newsletter para colegios con actividades de las exposiciones (3-4 al año).
 - Newsletter de alquiler de espacios (2-3 al año).
- Cada una de estas actividades requiere de la elaboración de adaptaciones de diseño gráfico de la actividad correspondiente, tanto para su inserción en la propia *newsletter* como para los contenidos asociados en la página web de la Fundación Canal (ficha web, *banner*, etc.).
- Actualmente la herramienta de distribución (*e-mailing*) es la plataforma *Mailrelay*. La Fundación podrá cambiar la herramienta de distribución a lo largo de la vigencia del contrato sin que ello pueda alterar el importe ofertado; en todo caso, se consideraría otra herramienta que entre dentro de los estándares de mercado.
- El adjudicatario será responsable de realizar una **maquetación atractiva y coherente** con los contenidos aportados y los estándares de calidad de la Fundación Canal, aportando conocimientos tanto de diseño digital como de maquetación y uso de herramientas de comunicación:
 - Coherencia con la identidad visual corporativa.
 - Personalización.



- Contenido dinámico: bloques que cambian según perfil (familias, docentes, público general...).
- Aportaciones de valor para la mejora de imagen gráfica (tipografías, ritmos visuales...) y experiencia de usuario.

El envío de las *newsletters* propiamente dicho no es objeto de esta licitación.

B. Boletines en papel:

- Los boletines a los que hacemos referencia en este apartado son la herramienta de difusión de las actividades de la Fundación Canal en formato *offline*.
- Incluye la maquetación, artes finales, impresión y envío postal de un tarjetón que se distribuye periódicamente por correo postal.
- La maquetación de este boletín debe hacerse teniendo en cuenta las peculiaridades y necesidades gráficas de una pieza para impresión, de carácter institucional.
- Salvo excepciones, se producen tantos boletines como *newsletters* digitales, aunque los contenidos del boletín en papel se limitan a una actividad en portada en el anverso y un máximo de cuatro contenidos/actividades en el reverso.

La Fundación se hace cargo del coste de los envíos de los boletines en papel.

No se incluyen en el alcance de este contrato comunicaciones extraordinarias en formato *offline* como la felicitación de Navidad/Año Nuevo o las invitaciones a las exposiciones.

3.2.2. Materiales para los medios de comunicación:

- Dosieres, notas de prensa, y convocatorias:
 - Maquetación en formato Word y PDF, según las plantillas corporativas proporcionadas por la Fundación (aproximadamente 10-12 al año).
 - En el caso de los dosieres y notas de prensa de las exposiciones será necesaria la conversión a formato digital (PDF navegable) e impresión, cuando esta se solicite por parte de la Fundación.
 - Maquetación de notas de prensa y convocatorias, en formato *newsletter*, específicas para los medios de comunicación, siguiendo las pautas de las maquetas corporativas proporcionadas por la Fundación:
 - Notas de prensa. Aproximadamente 10-12 al año.
 - Convocatorias a medios. Aproximadamente 10-12 al año.
- Kit de prensa: maquetación en formato *newsletters*, una por cada exposición (3-4 al año) y actividades extraordinarias (1-2 al año) que incluya todos los materiales de comunicación a difundir: nota de prensa, dossier de prensa, audiovisuales, etc. Todos los contenidos del kit de prensa serán proporcionados por la Fundación.

3.2.3. Materiales de difusión propios de las actividades:

A. Exposiciones (3-4 al año):

- Adaptación de la imagen máster de la exposición (facilitada por la Fundación) a los diferentes canales de comunicación que la Fundación utilice en cada momento para su difusión (habitualmente: redes sociales*, web**, *newsletters*, boletines y pantallas interiores y exteriores***).



- Actividades complementarias: adaptación de fotografías de la exposición y de las actividades complementarias a la misma, o capturas de pantalla en el caso de vídeos, para la comunicación, en todos los canales que la Fundación decida utilizar a tal fin (habitualmente: *newsletter* y boletín de actividades, web, redes sociales y pantallas interiores y exteriores). Habitualmente tales actividades se concretan en las siguientes:
 - Visitas taller para familias
 - Visitas escolares
 - Visitas guiadas presenciales
 - Visita guiada online
 - Visita virtual 360º
 - Video taller para familias
- Invitación a las inauguraciones: adaptación a formato digital (*newsletter*) a partir de una invitación en papel proporcionada al adjudicatario por la Fundación, para su envío desde la plataforma que la Fundación utilice a tal fin en cada momento (actualmente Mailrelay): 3-4 invitaciones al año. Este servicio podrá ser excluido del alcance de la presente licitación en las condiciones previstas en el apartado Ñ del Cuadro de características del contrato.
- Fichas didácticas: maquetación en formato digital (PDF navegable) de fichas didácticas de las exposiciones, cuyos contenidos serán facilitados por la Fundación, con una extensión media aproximada de entre 20 y 30 páginas. Se requiere una media de dos fichas didácticas por exposición (6 al año).
- Textos de sala: creación de QRs con enlace a urls maquetadas en función de la línea gráfica de cada exposición, con los textos en inglés de las cartelas de sala de cada exposición. Ej.: <https://www.fundacioncanal.com/exposicion/artistas-y-modelos/sin-ti-no-soy.html>
- Fotos de prensa: URL maquetada con la línea gráfica de cada exposición y textos proporcionados por la Fundación, para la descarga de fotos de obra de la exposición. Ej.:
<https://www.fundacioncanal.com/legal-surrealismos/index.html>
<https://www.fundacioncanal.com/exposicion/duanemichals/index.html>
<https://www.fundacioncanal.com/legal-surrealismos/index.html>
- Soportes publicitarios: con carácter eventual, se solicitarán adaptaciones de la imagen *máster* a soportes externos a la Fundación o soportes publicitarios, como puedan ser “*mupies*”, soportes de Metro de Madrid, o publicaciones en medios de comunicación.

*[*Redes sociales: medidas actualizadas para cabeceras, portadas, post y stories en Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, LinkedIn y X. **Web: banner home, imagen en sección “actividades destacadas”, adaptación imagen para la plataforma de venta de entradas (actualmente Clorian) y cuantas adaptaciones de fotografías y gráficas sean precisas en la web de la Fundación Canal. ***Pantallas interiores y exteriores: gráfica adaptada a 16:9 y/o 4:3]*

B. Conferencias (6 al año):

El ciclo de conferencias en su conjunto requerirá:

- Adaptación de la imagen del ciclo a las necesidades de una trasera (cartelería) para el auditorio (1 al año). Medidas aproximadas 320x410 cm o similar (la fabricación de esta cartelería queda excluida de esta licitación).

La Fundación celebra un total de 6 conferencias al año. Cada una de ellas requerirá:

- Adaptación de cada conferencia a la imagen general del ciclo, con el contenido específico de cada una: con imagen del ponente o la creación/búsqueda de una imagen, cuando el contenido lo requiera, que refleje la temática o mensaje clave de la conferencia.



- Adaptación a los formatos requeridos por los distintos canales de comunicación de la Fundación (habitualmente: redes sociales*, web**, newsletters, boletines y pantallas interiores y exteriores***).
- Diseño de interfaz de emisión en *streaming*, cuando sea necesario (este tipo de emisiones no son habituales).
- Preparación de materiales para la productora audiovisual que grabará el evento. Entre otros:
 - Carátula de entrada y de cierre con la imagen de la conferencia.
 - Portada de las presentaciones para los ponentes.
 - Ventana (*catch*) que permita aunar la gráfica de la conferencia, la imagen del ponente y la presentación preparada por el conferenciante.

C. Conciertos:

c.1. Ciclo de Música de Cámara de la Fundación Canal (10 al año):

- Adaptación de la imagen gráfica anual del ciclo (facilitada por la Fundación) a los canales de comunicación de la Fundación. Habitualmente: redes sociales*, web**, newsletters, boletines y pantallas interiores y exteriores***.
 - Ej.: <https://www.fundacioncanal.com/ciclo-musica-camara/>
- Programa anual: maquetación según la línea gráfica anual para alojarlo en la web de la Fundación.
 - Ej.: <https://www.fundacioncanal.com/orcam/programa-25/index.html>
- Boletines de actividad: adaptaciones específicas de cada concierto para su difusión en los boletines de actividades (online y offline) de la Fundación.
- Preparación de materiales para la productora audiovisual que grabará el evento para su posterior difusión en la web de la Fundación, como la carátula de entrada y de cierre, programa, intérpretes, notas al concierto, y rótulos para cada una de las piezas de cada concierto.
- Lona: adaptación de la imagen gráfica anual del ciclo y artes finales de una lona (cartelería) para la fachada lateral de la Fundación: tamaño 10,5 x 2,75 m. (la fabricación de esta cartelería queda excluida de esta licitación).

c.2. Ciclo de Música en Familia (2-3 al año):

- Línea gráfica del Ciclo: adaptaciones para cada concierto.
 - Ej.: <https://www.fundacioncanal.com/ciclo-musica-en-familia/>
- Imagen de cada concierto: adaptaciones a los canales de comunicación habituales de la Fundación: redes sociales*, web**, newsletters, boletines y pantallas interiores y exteriores***.
- En caso de grabarse el evento, preparación de materiales para la productora audiovisual encargada de la grabación, para su posterior difusión en la web de la Fundación, como la carátula de entrada y de cierre, programa, intérpretes, notas al concierto, y rótulos para cada una de las piezas de cada concierto, o las imágenes de selección para el repositorio de conciertos de la web de la Fundación.

D. Foros y jornadas: Día Mundial del Agua y Día Mundial del Medio Ambiente o Día de la Innovación (2-3 al año):

- Adaptación de la imagen gráfica de la actividad a los canales de comunicación de la Fundación. Habitualmente: redes sociales*, web**, newsletters, boletines y pantallas interiores y exteriores***.



- Programa: adaptación y maquetación, acorde con la línea gráfica de la actividad, del programa del evento en formato digital, y artes finales y fabricación, en caso de que se realice edición impresa. El programa impreso servirá como material informativo y de apoyo a la comunicación del evento. Deberá contener los textos, imágenes y datos facilitados por la Fundación Canal, adaptados al formato elegido (programa de mano, folleto o catálogo breve).
- Retransmisión y pantallas: adaptación de la imagen como portada de la presentación de los ponentes y otras necesidades de la retransmisión o pantallas de transición.
- Trasera: adaptación de la línea gráfica para usar como trasera durante el evento.
 - Inclusión correcta de logotipos institucionales según la jerarquía de marcas establecida.
 - Aplicación coherente de la identidad visual corporativa (colores, tipografía, márgenes, jerarquía visual).
 - Entrega de artes finales en formatos editables y listos para impresión, con sangrado y marcas de corte (la fabricación de esta cartelería queda excluida de esta licitación).

E. Talleres científico-ambientales (1-2 modalidades al año):

- Adaptación de la imagen gráfica de la actividad a los canales de comunicación de la Fundación. Habitualmente: redes sociales*, web**, *newsletters*, boletines y pantallas interiores y exteriores***.
- Cartelería: Adaptación de la línea gráfica anual de cada taller, y entrega de artes finales en formatos editables y listos para impresión (AI, PDF/X-1a, etc.), con sangrado y marcas de corte (la fabricación de esta cartelería queda excluida de esta licitación).
- Diplomas: adaptación del diseño o línea gráfica elegida, maquetación, artes finales y fabricación del diploma que acredita la participación en los talleres.

F. Concurso de fotografía (1 al año)

- Adaptación de la fotografía o imagen facilitada por la Fundación a la identidad visual de esta actividad, para su aplicación a los diferentes canales de comunicación. Habitualmente: redes sociales*, web**, *newsletters*, boletines y pantallas interiores y exteriores***.

G. Fototalleres de los sábados (1 al año)

- Adaptación de la fotografía o imagen facilitada por la Fundación a la identidad visual de esta actividad, para su aplicación a los diferentes canales de comunicación. Habitualmente: redes sociales*, web**, *newsletters*, boletines y pantallas interiores y exteriores***.

H. Otros concursos y sorteos

- Diseño (puntual) de la imagen del concurso o sorteo.
- Maquetación de las bases para su inclusión en la página web de la Fundación.
- Adaptación de la imagen gráfica o identidad visual de la actividad, para su aplicación a los diferentes canales de comunicación de la Fundación. Habitualmente: redes sociales*, web**, *newsletters*, boletines y pantallas interiores y exteriores***.

I. Estudios de investigación:



- Diseño y maquetación de la portada y contraportada del estudio, siguiendo los criterios de publicaciones editoriales de estas características, en formato digital.
- Los estudios podrán seguir un mismo estilo e identidad visual, basada en las de años anteriores, o requerir de una propuesta novedosa y diferente, según las necesidades de la Fundación.
- Adaptación de la imagen gráfica o identidad visual a las necesidades y características de los diferentes canales de comunicación de la Fundación. Habitualmente: redes sociales*, web**, *newsletters*, boletines y pantallas interiores y exteriores***.

3.2.4. Materiales corporativos

El servicio objeto del presente contrato incluirá la maquetación, adaptaciones y fabricación, en su caso, de los siguientes materiales corporativos, en sus diferentes versiones, formatos y soportes, garantizando la correcta aplicación de la identidad visual de la Fundación Canal, la homogeneidad gráfica en todos sus usos y la adecuación técnica a cada medio o entorno.

A. Firmas de correo electrónico (4-6 versiones al año)

El adjudicatario deberá maquetar y producir las firmas electrónicas corporativas de la Fundación Canal, aplicables a todo el personal y adaptadas a las distintas áreas o departamentos.

Características:

- Diseño limpio, profesional y adaptado a la identidad visual corporativa (colores, tipografías y logotipos oficiales).
- Inclusión de los datos básicos de identificación: nombre, cargo, unidad o departamento, correo electrónico, teléfono, dirección postal y web corporativa.
- Incorporación de los logotipos institucionales de acuerdo con la jerarquía de marca establecida.
- Versión adaptable a entornos Microsoft Outlook (actual), Gmail, Apple Mail y otros gestores de correo de uso habitual.
- Formato HTML, con imágenes optimizadas para visualización en pantalla, evitando el uso de fondos pesados o enlaces rotos.
- Compatibilidad con dispositivos móviles (*responsive*).
- Inclusión opcional de *banners* o pie dinámico para campañas o eventos institucionales, según necesidades de comunicación de la Fundación.
- Entrega de una guía de instalación y uso, así como del código fuente editable (HTML/CSS) para futuras adaptaciones.

El adjudicatario deberá garantizar la coherencia visual y técnica entre todas las versiones generadas, así como la actualización de la firma ante cualquier cambio institucional o de identidad visual durante la vigencia del contrato.

B. Cartelería

El adjudicatario será responsable de la adaptación, maquetación y preparación de artes finales de la cartelería indicada a continuación, utilizada por la Fundación Canal para la comunicación y promoción de sus actividades institucionales, culturales y medioambientales. **No entra en el alcance de esta licitación la fabricación de la cartelería (LONAS) de las actividades de la Fundación.**

- Carteles direccionales (1-2 veces al año):



Adaptación del diseño, y artes finales de dos **carteles direccionales** de las exposiciones, cuando coinciden exposiciones abiertas en las salas Mateo Inurria 2 y Castellana 214.

- Vinilos de los carteles direccionales: adaptación del diseño, artes finales y fabricación de **vinilos** adaptables a los carteles direccionales.
- Traseras o roll ups (4-5 veces al año):
 - Traseras o fondos de escenario: estructuras de gran formato utilizadas como fondo visual en actos institucionales, ruedas de prensa, conferencias o presentaciones.
 - Roll ups o displays portátiles: soportes autoenrollables destinados a señalización temporal, identificación institucional o apoyo a la comunicación visual en eventos y espacios expositivos.
- Cartelería varia detallada en el apartado 3.2.3. Materiales de difusión propios de las actividades o que puntualmente pudiera surgir durante la vigencia del contrato.

Características generales:

- Adaptación del diseño o línea gráfica corporativa y, en su caso, de la identidad visual específica de cada actividad o campaña.
- Adaptación del diseño a los distintos formatos, proporciones y sistemas de impresión.
- Inclusión correcta de logotipos institucionales según la jerarquía de marcas establecida.
- Aplicación coherente de la identidad visual corporativa (colores, tipografía, márgenes, jerarquía visual).
- Entrega de artes finales en formatos editables y listos para impresión offset o digital, con perfiles CMYK, sangrado y marcas de corte.
- MEDIDAS:
 - Traseras: Medidas variables según el espacio (habitualmente entre 3x2 m y 6x3 m).
 - Roll ups: Medidas estándar: 85x200 cm o 100x200 cm.
 - Carteles direccionales: 1000x1450mm y 1315x1785mm.

C. Señalética (1-2 veces al año)

El servicio incluirá la adaptación de diseños, o desarrollo de nuevas necesidades puntuales de la señalética utilizada en las instalaciones y actividades de la Fundación Canal, con el objetivo de orientar, informar y reforzar la identidad visual institucional en espacios interiores y exteriores.

Características técnicas:

- Conforme a los criterios de identidad visual, accesibilidad y funcionalidad.
- Aplicación coherente de la jerarquía de marca y de la cromática institucional.
- Adaptación a los distintos tipos de señalética según su función:
 - Direccional e informativa: orientación de visitantes, accesos, recorridos y servicios.
 - Identificativa: rotulación de salas, despachos, áreas de trabajo, dependencias y espacios expositivos.
 - Normativa: señalización de normas de uso, accesos restringidos, salidas, emergencias, etc.



- Adaptable a distintos soportes y materiales: vinilos adhesivos, placas de metacrilato, aluminio, PVC, cartón pluma o materiales reciclados, según la ubicación y permanencia.
- Tipografías legibles, contrastes adecuados y tamaños que garanticen accesibilidad visual y lectura a distancia.
- Entrega de artes finales en formatos editables y listos para impresión offset o digital.
- Coordinación, en caso necesario, con los proveedores o montadores para asegurar la correcta ejecución y colocación de las piezas, conforme a las normativas de seguridad y accesibilidad vigentes.

Elaboración de un manual técnico de señalética que contemple medidas, materiales, colores, tipografías, ubicación y distancias de colocación, asegurando la homogeneidad de todo el sistema. **Esta manual deberá elaborarse durante los tres primeros meses de vigencia del contrato y será objeto de revisión y, en su caso, actualización, en los tres primeros meses de vigencia de cada prórroga, en caso de producirse ésta.**

D. Papelería

El adjudicatario será responsable de las actualizaciones de diseño que la Fundación pueda requerir, maquetación y fabricación, en su caso, de los materiales de papelería corporativa de la Fundación Canal, garantizando su coherencia con la identidad visual institucional y con la jerarquía de marca.

La papelería corporativa constituye un elemento esencial de la imagen institucional y deberá mantener una línea visual homogénea, sobria y profesional, adaptada a los valores de rigor, claridad y compromiso medioambiental de la Fundación.

Características técnicas:

- Aplicación fiel de la identidad visual corporativa de la Fundación Canal (colores, tipografía, márgenes, jerarquía de información y logotipos).
- Composición gráfica limpia, con predominio del color corporativo principal y versiones monocromáticas cuando proceda.
- Respeto de las proporciones y distancias de seguridad en el uso de logotipos institucionales.
- Inclusión de los elementos de identificación necesarios (nombre, dirección, teléfono, web, etc.) en formato normalizado y legible.
- Entrega de artes finales en formatos editables y listos para impresión offset o digital.

Materiales y soportes incluidos:

- Tarjetas de visita: según diseño corporativo existente. Incluye un QR de descarga de los datos de cada persona en formato VCard.
- Tarjetones: según diseño corporativo existente.
- Sobres: según diseño corporativo existente.
- Bolsas de papel: según diseño corporativo existente.
- Bolígrafos de cartón o similar: según diseño corporativo existente.
- Fichas “Canal Abierto”: son tarjetas de papel que se proporcionan al público para realizar comentarios sobre las actividades de la Fundación a las que haya asistido presencialmente. Según diseño corporativo existente.
- Entradas a la Fundación o actividades: según diseño corporativo existente.
- Identificadores, tarjetas de acreditación y lanyards: según diseño corporativo existente.



- Carpetas corporativas: según diseño corporativo existente.
- Papel de carta: según diseño corporativo existente.
- Plantillas digitales corporativas:
 - Modelos de documentos Word, PowerPoint y PDF con cabeceras, tipografía y colores corporativos.
 - Inclusión de portadas, pies de página y versiones adaptadas para entornos oscuros o digitales.
 - Entrega de archivos editables y configurados para uso directo por el personal de la Fundación.

Requisitos técnicos adicionales:

- Se deberán entregar *mock-ups* de simulación de cada pieza antes de su aprobación definitiva por la Fundación.
- Todos los diseños deberán entregarse en formatos editables (InDesign, Illustrator, Word o PowerPoint) y en versiones finales listas para impresión.
- El adjudicatario garantizará la actualización y coherencia de los materiales ante cualquier modificación de la imagen institucional o jerarquía de marca durante la vigencia del contrato.

3.2.5. Publicidad (2-3 veces al año)

Adaptación de piezas gráficas para campañas de comunicación y difusión de actividades culturales y medioambientales en soportes publicitarios, digitales o físicos, en medios de comunicación.

- Adaptación de propuestas creativas alineadas con la identidad visual corporativa, así como su correcta aplicación en soportes físicos y digitales, garantizando coherencia gráfica, claridad del mensaje y adecuación a los distintos públicos destinatarios.
- Correcta jerarquización de la información, la adaptación a diferentes formatos publicitarios y la entrega de artes finales técnicamente correctos, listos para su producción o publicación, dentro de los plazos establecidos y conforme a criterios de calidad, accesibilidad y uso eficiente de los recursos.

3.3. PRODUCCIÓN FÍSICA DE MATERIALES:

A continuación, se desglosan los materiales que la Fundación utiliza habitualmente, tomando como referencia los pedidos realizados en los últimos años, si bien no se realizará tirada o fabricación alguna hasta que la Fundación dé el visto bueno a las adaptaciones de diseño gráfico y los materiales, siendo **necesario enviar muestras de los mismos antes de su fabricación**. Siempre se usarán papeles ecológicos o reciclados con certificado de bosque sostenible u otro tipo de certificado ambiental, los cuales deberán ser aprobados por la Fundación.

El licitador deberá consignar un precio para cada uno de los siguientes materiales en su oferta económica, haciendo uso de la plantilla que encontrará en el Apéndice I de estos pliegos.

NOTA MUY IMPORTANTE: la estimación económica de estos materiales deberá incorporarse a la información que se incluye en el sobre 3, en ningún caso con la oferta técnica del sobre 2. La inclusión de esta información en el sobre 2 implicaría la exclusión automática del licitador del presente procedimiento de licitación.



3.3.1. Boletín de actividades en papel:

- **Boletines con una o múltiples actividades (20-24 al año).** Detallados en el [apartado 3.2.1.B](#)
Detalles de producción:
 - a. Formato 150x260mm, en cuatricromía a dos caras en papel reciclado SHIRO ECHO 300gr NATURAL, o similar, 4+4 en impresora índigo.
 - b. Aproximadamente 300 unidades por boletín.
 - c. Impresión por dato variable, personalización unitaria y tramitación del envío postal, adaptándose cada envío a la base de datos y actualizaciones de la misma aportados por la Fundación.

La Fundación se hace cargo del coste de los envíos, por correo ordinario, de los boletines en papel, no así de la gestión del envío, que corresponde al adjudicatario.

3.3.2. Materiales para los medios de comunicación:

- **Dosieres de prensa de cada exposición (3-4 al año).** Detallados en el [apartado 3.2.2.](#)
Detalles de producción:
 - a. Aproximadamente 30-40 páginas, a doble cara, en color, A4, papel reciclado blanco 80 gr, encuadernado con canutillo y portadas.
 - b. Cantidad: 50 unidades

3.3.3. Materiales de difusión propios de las actividades:

- **Foros y jornadas:**
Programas (2-3 al año): detallados en el [apartado 3.2.3.D](#)
Especificaciones técnicas orientativas de fabricación:
 - a. Formato: cerrado A5 o A4, o equivalente según la naturaleza del evento.
 - b. Número de páginas: variable (habitualmente entre 1 y 2 páginas).
 - c. Impresión: cuatricromía (CMYK) en ambas caras.
 - d. Interior: papel estucado mate de 135-170 g/m² o reciclado de calidad equivalente.
 - e. Cubierta: papel estucado mate o reciclado de 250-300 g/m², con opción de plastificado mate o soft-touch.
 - f. Encuadernación: grapado (2 grapas al caballete) o plegado tipo díptico/tríptico, según formato.
 - g. Acabados: cortes limpios, plegados precisos y sangrados conforme al diseño.
 - h. Tiradas: según necesidades del evento (habitualmente entre 200 y 300 ejemplares).
 - i. Pruebas: se requerirá prueba digital o impresa de color previa a la producción definitiva.
- **Talleres científico-ambientales:**
Diplomas (2-3 veces al año). Detallados en el [apartado 3.2.3.E](#)
Detalles de producción:
 - a. Impresión en papel Ciclusprint reciclado de 300 gr o similar tamaño A4, por ambas caras
 - b. Tirada aproximada de 1.000 ejemplares al año por taller (puede haber 2-3 talleres diferentes al año).

3.3.4. Materiales corporativos

A. Cartelería



- **Pegatinas (vinilos)** de los carteles direccionales (2-3 veces al año). Detallados en el apartado 3.2.4.B

Especificaciones técnicas orientativas de fabricación:

- i. Vinilos para cartel direccional Castellana-Mateo Inurria
 1. Expo MI2: Formato 232 x 220,50 mm
 2. Expo C214: Formato 231,81 x 223,10 mm
- ii. Vinilos para cartel direccional Mateo Inurria-Castellana
 1. Expo MI2: Formato 314,31 x 297,32 mm
 2. Expo C214: Formato 314,31 x 297,32 mm
- iii. Papel: Vinilo monomérico UV
- iv. Tintas: 4/0

B. Papelería corporativa (solo bajo demanda)

- Tarjetas de visita con formato 90 x 50 mm.
 - Impresión digital a dos caras y cuatricromía.
 - Impresión sobre papel de alta calidad (mínimo 300 g/m²) con acabado mate o satinado. Actual: papel estucado mate de 350 gr con acabado plastificado mate en ambas caras.
 - Cantidad aproximada: tiradas de 100 / 200 / 300 / 500 / 1.000 tarjetas.
 - Un mismo diseño para todas las tarjetas realizadas en una misma tirada.
 - Se pueden realizar encargos simultáneos de varias tiradas de diferentes formatos.
- Tarjetones corporativos con formato 210x100 mm: Impresión a una cara en papel heavy de 400 gr. o similar.
 - Cantidad aproximada: tirada de 200/500/1.000 tarjetones.
- Sobres corporativos en distintos tamaños y formatos:
 - Formato 220 x 110 mm, impreso a tres tintas en una cara;
 - Formato 229 x 160 mm, impreso a tres tintas en una cara;
 - Formato 324 x 229 mm, impreso a tres tintas en una cara;
 - Formato 324 x 229 mm con fuelle en papel kraft impreso a 1 tinta por una cara.
 - Cantidad aproximada: tiradas de 500/1.000 unidades de cada formato descrito previamente.
- Papel de carta: producción de papel de carta conforme al diseño corporativo vigente de la Fundación Canal.
 - Formato DIN A4 (210 x 297 mm), impreso a una cara o a doble cara, según necesidades del encargo.
 - Papel de calidad corporativa, no estucado, con gramaje mínimo de 90 g/m², adecuado para impresión láser y de inyección de tinta.
 - Impresión en cuatricromía y/o tintas planas, según especificaciones del diseño aprobado.
 - Acabado estándar, sin manipulados especiales, con corte recto y empaquetado adecuado para su correcta conservación y distribución.
 - Cantidad aproximada: tiradas de 1.000/2.000 unidades por encargo.
- Bolsas de papel de 320 x 440 mm.
 - Con asa rizada, papel tipo kraft, verjurado, impresa, a una tinta por las dos caras y fuelle de 16 cm.
 - Cantidad aproximada: tirada de 500/1.000 unidades.
- Bolígrafos de cartón



- Adaptación de diseño corporativo existente, manteniendo estilo y logotipo oficiales.
- Compra e impresión por serigrafía a una tinta.
- Cantidad aproximada: tirada de 500 /1.000 unidades.
- Fichas “Canal Abierto” con formato 215 x 95 mm.
 - Impresión a un color en una cara en papel offset de 120 gr., o similar.
 - Cantidad aproximada: tiradas de 3.000/5.000 unidades.
- Entradas: entradas físicas de acceso a las exposiciones, auditorio u otras actividades de la Fundación:
 - **Medidas:** 16,8 x 6 cm
 - **Papel:**
 - Interior (entradas): Silvana ed.especial natural reciclado, o similar, de 90 gr/m2
 - Cubierta: Silvana ed.especial natural reciclado, o similar, de 200 gr/m2
 - Trasera: Cartulina estucada 1/c de 200gr/m2
 - **Tintas:**
 - Entradas: 2/0 (2 tintas y sin impresión en la otra cara).
 - Cubierta: 1/0 (1 tinta y sin impresión en la otra cara).
 - Trasera: Sin impresión.
 - **Impresión numerada en dos posiciones.**
 - Trepado y encuadernado fresado PUR.
 - Cortadas a tamaño.
 - Impresión digital.
 - Entregado en cajas con numeración en pegatina fuera de la caja para saber qué entradas hay.
 - **Cantidad aproximada:** tiradas de 50.000 unidades (1-3 veces al año, según necesidades), o 100.000 unidades (1-2 veces al año, según necesidades).
 - **DATOS VARIABLES:** Numeración: corrida. De 1 a 50.000, y sucesivas (según uso anual).
- Identificadores, tarjetas de acreditación y lanyards: Fabricación según el diseño corporativo existente, manteniendo colores, tipografías y logotipo oficiales. Impresión a color en soporte rígido o semirrígido, con buena legibilidad. *Lanyards* de material resistente, con mosquetón seguro y acabado acorde a la identidad visual.
 - Tirada: 500/1.000 unidades.
- Carpetas corporativas:
 - Carpetas corporativas fabricadas en cartón gráfico con gramaje mínimo de 300 g/m², con acabado duradero y adecuado para uso institucional. Impresión a color siguiendo la línea gráfica corporativa.
 - Tirada: 500/1.000 unidades.

Compra de imágenes (bajo demanda):

- Selección y compra de fotografías de banco de imagen para la difusión de las actividades. Cantidad aproximada: 30 imágenes al año.
- El adjudicatario realizará la labor de selección de las imágenes, entendiéndose tal prestación dentro del alcance de los servicios del Bloque A identificado en el apartado C.1 del Cuadro de características del contrato; siendo de cuenta y cargo de la Fundación el pago del coste correspondiente a las mismas contra el presupuesto asignado a la producción de materiales, en caso de no ser éstas gratuitas. El coste de las imágenes que,



por sus especiales características artísticas o técnicas, o de cualquier otra índole, excedan del ofertado por el adjudicatario deberá ser previamente aprobado por la Fundación.

4. PLANIFICACIÓN DEL SERVICIO

4.1. REQUISITOS DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO

Deber de Diligencia

El adjudicatario prestará los servicios objeto de la presente licitación con la máxima diligencia profesional y conforme a la “*lex artis*”. En cualquier caso, el adjudicatario habrá de someterse, en el desarrollo de los servicios, a lo previsto en el contrato que se suscriba, del que formarán parte integrante e inseparable tanto el presente Pliego como el Pliego de condiciones reguladoras y, en general, a la legalidad vigente.

El adjudicatario ejecutará el Contrato en los términos previstos en el presente pliego, realizando de manera competente y profesional el objeto del Contrato, cumpliendo los **niveles de calidad** exigidos y cuidando diligentemente los materiales que tuviera que utilizar como consecuencia del Contrato.

El adjudicatario responderá de la adecuación de los entregables que aporte a la Fundación en ejecución del Contrato a lo dispuesto en los pliegos y, en particular, a la línea gráfica, la identidad visual y la imagen corporativa de la Fundación así como a las indicaciones específicas que la Fundación le pudiera haber hecho llegar, sobre todo si afectaran a derechos de propiedad industrial, intelectual o de imagen de terceros; y avisará sin dilación a la institución cuando detecte un error para que pueda adoptar las medidas y acciones correctoras que estime oportunas.

El adjudicatario responderá de los daños y perjuicios que se deriven para la Fundación de las reclamaciones que pueda realizar un tercero, y que tengan su causa, directa o indirecta, en errores del adjudicatario, o de su personal, en la ejecución del Contrato o que deriven de la falta de diligencia referida en la presente cláusula.

En consonancia con lo expuesto, el adjudicatario será **responsable de la calidad técnica** de los trabajos que realice.

Una vez entregado cada uno de los trabajos encargados, la Fundación podrá solicitar que se revisen si a su juicio no se han cumplido aspectos importantes o las expectativas de la Fundación.

Disponibilidad

La Fundación Canal asume la obligación de facilitar al adjudicatario la **programación** de las actividades con antelación. Sin embargo, por necesidades sobrevenidas y de forma excepcional, también se le podrán requerir trabajos con urgencia dentro de los términos de esta licitación.

En la prestación del servicio no existirá un horario determinado, si bien **se ha de garantizar la atención telefónica o a través de medios telemáticos como mínimo en el horario de oficina de la Fundación, esto es, de lunes a jueves de 9 a 18 horas, y los viernes de 9 a 15 horas, siempre**



considerando que los festivos autonómicos y municipales de aplicación serán los propios de la ciudad de Madrid.

El servicio se prestará siguiendo las indicaciones del área de Comunicación y Marketing de la Fundación, atendiendo a las distintas características de las actividades desarrolladas por la institución y las necesidades de la propia área.

Plazos de ejecución y entrega de los trabajos

El adjudicatario estará obligado a respetar los plazos máximos de entrega que se indican a continuación, contados desde la fecha de recepción del encargo formal por parte de la Fundación Canal, ya sea por mail y/o inclusión en la plataforma de gestión de tareas, que irá acompañado del *brief* o instrucción técnica necesaria para la correcta ejecución del trabajo en los casos en los que sea necesario.

El cumplimiento de los plazos constituye una obligación esencial del contrato, siendo exigible al adjudicatario la máxima diligencia en la planificación y gestión de los trabajos.

- **Plazos para trabajos de adaptación y maquetación de materiales**

Los trabajos de adaptación, maquetación o actualización de materiales gráficos para la comunicación de actividades (carteles, *banners*, invitaciones, piezas digitales, programas, señalética u otros materiales similares) deberán ser entregados en un **plazo máximo de entre 2 y 5 días hábiles**, que se especificará en el momento de la petición de cada trabajo, normalmente a la entrega del *brief* o, en el caso de trabajos que no requieran de *brief* detallado, en la solicitud de la tarea. La Fundación tendrá en consideración la complejidad de la tarea y volumen del encargo al determinar el plazo de entrega. El plazo de entrega se establecerá teniendo en cuenta también posibles ajustes o corrección de errores en los trabajos entregados.

En el caso de **piezas de carácter urgente**, la Fundación Canal podrá solicitar la entrega en un plazo inferior, debiendo el adjudicatario garantizar una capacidad de respuesta adecuada y razonable.

- **Plazos para la fabricación o producción física de materiales**

Los trabajos que impliquen fabricación, impresión, o producción física de materiales (cartelería, vinilos, elementos expositivos, programas impresos, soportes promocionales u otros materiales de comunicación) deberán ser entregados, en su caso, en un **plazo máximo de 5 días hábiles** desde la aprobación definitiva de los artes o maquetas por parte de la Fundación Canal.

Para materiales de mayor complejidad o volumen, o que requieran procesos especiales de fabricación, el adjudicatario deberá **comunicar por escrito el plazo estimado de producción** en el momento de la encomienda del encargo, que deberá ser validado expresamente por la Fundación Canal.

- **Aprobaciones y entregas parciales**



La Fundación Canal podrá requerir entregas parciales o revisiones intermedias de los trabajos, especialmente en proyectos de gran envergadura o en los que intervengan varios formatos o soportes.

La entrega definitiva se entenderá efectuada cuando el trabajo haya sido validado formalmente por la Fundación Canal, una vez comprobada su conformidad con las instrucciones y que la calidad y acabados se corresponden con lo establecido.

En estos casos el adjudicatario habrá de tener en cuenta las entregas parciales y la eventual solicitud de modificaciones que la Fundación Canal pueda solicitar al realizarlas, al programar el trabajo, a fin de garantizar el cumplimiento del plazo de entrega comprometido conforme a lo indicado en los apartados previos.

- **Incumplimiento de plazos**

El retraso injustificado en la entrega de los materiales podrá ser considerado incumplimiento contractual, sin perjuicio de las penalizaciones o medidas que pudieran establecerse en el presente pliego o en el Cuadro de características del contrato.

Sin perjuicio de los plazos indicados, cuando se superpongan en el tiempo varios encargos, se podrá pactar con el área de Comunicación y Marketing la prioridad de los mismos y los tiempos finales de entrega, **en función de las necesidades de la Fundación**. Se debe tener en cuenta que en ocasiones no será posible dilatarlos de forma que **se podrán superponer diferentes encargos en el tiempo**, los cuales habrán de entregarse en los plazos correspondientes a cada uno, en todo caso.

Asimismo, la Fundación y el adjudicatario se reunirán periódicamente para analizar el desarrollo del servicio y, con carácter puntual, cuando cualquier de las partes lo solicite expresamente. Cuando sea necesario y de forma puntual, por necesidades de correcta ejecución de los trabajos, se podrá requerir la presencia del adjudicatario en las instalaciones de la Fundación Canal.

Medios y Recursos

El adjudicatario pondrá a disposición del proyecto **al menos** un *project manager* y un diseñador/a senior con conocimiento de diseño on y offline -que ostentará la condición de diseñador principal-, que debe cumplir los requisitos de solvencia indicados en el apartado G.b del Cuadro de características del contrato. La labor del diseñador sénior consistirá en la ejecución o supervisión de los trabajos que se encomienden al amparo del contrato, así como la supervisión y revisión final de los mismos en sus distintos formatos en caso de no realizarlos él mismo. Serán competencia del *project manager* las labores de planificación, control, coordinación y gestión derivadas de la ejecución del contrato.

NOTA IMPORTANTE: dada la importancia de cumplir los **plazos** marcados en el apartado anterior, el adjudicatario deberá asignar a la ejecución del contrato, **adicionalmente**, otros diseñadores auxiliares con experiencia que presten su apoyo al diseñador principal; a fin de garantizar que el servicio se preste en las condiciones estipuladas en los pliegos y, en particular, que se cumplen los plazos de entrega pactados. Será misión del diseñador principal supervisar y garantizar la calidad de los trabajos de los diseñadores auxiliares.



Dado que los criterios de adjudicación del contrato toman en consideración la sensibilidad artística de los trabajos realizados por el diseñador principal, en consideración a los aspectos sujetos a juicio de valor que se detallan en el apartado K.1.(B) del Cuadro de características del contrato, el mismo debe pertenecer a la plantilla del adjudicatario, no pudiendo subcontratarse las labores propias de tal perfil.

El diseñador principal sólo podrá ser sustituido por causa debidamente justificada. En tal caso, el profesional que lo sustituya habrá de cumplir la solvencia requerida en el apartado G.b del Cuadro de características del contrato. Ello implica que para la sustitución el adjudicatario **deberá acreditar frente a la Fundación Canal**, tanto la causa que motiva la misma como la experiencia del profesional sustituto y la pertenencia a su plantilla, no pudiéndose realizar la sustitución hasta que la Fundación Canal haya comprobado que dicho profesional cumple con los requisitos de solvencia técnica y profesional previstos en el presente pliego.

El adjudicatario deberá disponer, asimismo, de todos los medios y recursos necesarios para la adecuada prestación de los servicios y deberá mantenerse perfectamente formado y actualizado durante toda la vigencia del contrato, contando con equipos que permitan una óptima prestación del servicio y la máxima calidad en los resultados.

4.2. DIRECCIÓN DEL PROYECTO Y SEGUIMIENTO DE LOS TRABAJOS

Corresponde a la Fundación la planificación, supervisión y dirección de los servicios, facilitando las directrices que, en atención a la naturaleza de cada una de las actividades que se estén llevando a cabo, deban tomarse en cuenta, sin perjuicio de las aportaciones profesionales y técnicas que el adjudicatario pueda proporcionar para una óptima calidad del servicio.

Así mismo, la Fundación pondrá a disposición del adjudicatario toda la información y documentación disponible para que el adjudicatario conozca el alcance de su trabajo, y aquella que éste le pudiera solicitar para el mejor desarrollo del mismo.

A los fines aquí dispuestos, la Fundación designará un interlocutor que será quien, así mismo, mantenga el contacto habitual con el adjudicatario.

5. PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS

La totalidad de los trabajos de diseño, adaptaciones o maquetaciones, realizados al amparo del presente Contrato serán propiedad de la Fundación Canal, no debiendo el adjudicatario hacer ningún uso o divulgación de ellos de forma total o parcial, directa o extractada, sin autorización previa y expresa de la Fundación.

En este sentido, el *copyright* correspondiente a los diseños y/o sus adaptaciones será ©Fundación Canal a efectos de su explotación, si bien la autoría de los mismos pertenecerá al autor de los mismos.

El precio ofertado por los licitadores incluirá la cesión exclusiva, en favor de la Fundación, de todos los derechos de explotación sobre los diseños que el adjudicatario hubiera realizado y sobre las



adaptaciones o maquetaciones de diseños propios o ajenos, que se realicen por encargo de la institución, sin limitación territorial o temporal de ningún tipo.

Por lo que se refiere a las obras susceptibles de protección al amparo de la normativa de propiedad industrial, intelectual o de naturaleza análoga que el adjudicatario incluya en los diseños o sus adaptaciones, tales como, con carácter meramente enunciativo pero no limitativo, música, imágenes, texto, locuciones o animaciones, será de su responsabilidad obtener las autorizaciones oportunas a fin de poder incorporar dichas obras en los diseños o adaptaciones, y que éstos puedan ser objeto de explotación conforme a lo aquí dispuesto con independencia del formato que se utilice para llevar a cabo tal explotación; salvo que dichas obras le hubieran sido proporcionadas directamente por la Fundación con indicación expresa de que las incorpore. En este último supuesto será la Fundación la obligada a la obtención de las autorizaciones referidas.

6. PLAZOS Y LUGAR DE EJECUCIÓN

El presente contrato se desarrollará según lo establecido en el apartado D del Cuadro de características del contrato.

Los plazos de entrega de los trabajos serán los previstos en la cláusula 4.1 del presente documento o, en su caso, los que las partes hubieran podido pactar específicamente. Dichos plazos, ya fueran los previstos en la cláusula 4.1 ya los pactados específicamente, serán vinculantes.

Madrid, a 12 de febrero de 2026

Ana Prieto Urbano
Directora de Comunicación y Marketing
Fundación Canal

Eva Tormo Mairena
Directora Gerente
Fundación Canal