

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA ADJUDICACIÓN
DEL CONTRATO DEL SERVICIO DE PROMOCIÓN Y RECEPTIVO DE
ZARAGOZA CONVENTION BUREAU (ZCB) DE ZARAGOZA TURISMO**

EXPEDIENTE N°: 0617832/2014

1. ANTECEDENTES

El fomento de la actividad empresarial y económica es una de las vías más eficaces para la generación de riqueza, y en consecuencia, para la dinamización económica y creación de puestos de trabajo estables en Zaragoza. En este sentido, hay que destacar que confluyen distintos aspectos que favorecen la actividad congresual y del turismo de reuniones en nuestra ciudad, y que se desarrollan a continuación:

- Una ubicación como ciudad en el centro del entorno económico más importante en España, situada de un modo equidistante en un perímetro a 300 Km. de Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao y bien comunicada para desarrollar acciones de internacionalización en Europa.

- Unas instalaciones capaces de albergar cualquier evento, dotadas de todos los medios técnicos necesarios para el perfecto desarrollo de cualquier evento nacional o internacional (Auditorio - Palacio de Congresos de Zaragoza y Palacio de Congresos de Zaragoza en el recinto Expo), a los que hay que añadir una completa oferta de salas y centros de congresos.

- Una planta hotelera con capacidad y calidad suficiente para poder alojar a este tipo de visitantes con motivo de la celebración de congresos, convenciones y viajes de incentivo, con alrededor de 10.000 camas.

- Una nueva infraestructura de incentivos, como consecuencia de la celebración de la Exposición Internacional, con el único Canal de Aguas Bravas del territorio nacional dentro del entorno urbano, Playas Fluviales, el Acuario Fluvial más grande del continente europeo, así como toda la oferta del nuevo Parque Metropolitano Luis Buñuel (multiaventura, campo de golf, Restaurantes, etc.)

En consecuencia, y teniendo en cuenta que la celebración de congresos y reuniones tiene un impacto económico y una relevancia cada vez mayor, se adjudicó en 2007 el primer contrato de asistencia técnica de los servicios de Promoción y Receptivo de Zaragoza Convention Bureau cuyo objetivo principal

ha sido, desde su puesta en marcha, la realización de acciones de promoción y comercialización de Zaragoza como destino de congresos y reuniones.

2. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto es la contratación de los servicios que desempeña Zaragoza Convention Bureau, de Zaragoza Turismo, con la finalidad de llevar a cabo las acciones de promoción, receptivo y prestación de servicios para la celebración de Eventos y Congresos, con todas aquellas otras prestaciones y trabajos que, en conjunto, configuran el contrato como de servicios en los términos contemplados en el artículo 10 del Real Decreto Legislativo 3/2011 de 14 de noviembre, que aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público.

3. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

La prestación de los servicios de promoción y gestión de las acciones que se detallan a continuación:

- Presentación del producto Zaragoza y productos concretos de nuestra oferta, tanto en el ámbito local, nacional como internacional.
- Asistencia a Salones Profesionales de Turismo y del Mercado de Congresos.
- Reuniones de Trabajo Profesionales.
- Viajes de prospección, verificación y promoción.
- Presentaciones genéricas o específicas de la ciudad.
- Presentaciones de candidaturas para la obtención de eventos.
- Presentaciones a empresas y entidades potenciales miembros de ZCB.
- Asistencia y prestación de servicios propios de receptivo a los delegados asistentes a los eventos y nuestros visitantes.
- Promocionar los servicios y actividades en redes sociales en relación con la actividad congresual.

Dichas acciones tendrán unas orientaciones básicas dirigidas a alcanzar un posicionamiento y una notoriedad que nos permitan escalar posiciones en el ranking de ciudades organizadoras de eventos tanto en España, como sobre todo, en una proyección internacional.

Las funciones sobre las que se contrata son las desarrolladas en el **Anexo 1**, siendo su filosofía la de promocionar Zaragoza como una Ciudad de Congresos con servicios de calidad, desde una doble óptica:

- Promoción externa, a través de las siguientes acciones:

- Asistencia personalizada por medios propios o en colaboración con otras entidades (Turespaña, Spain Convention Bureau, Gobierno de Aragón, etc.) a salones profesionales de turismo y del mercado de congresos, talleres de trabajo (workshops profesionales) y puntos de encuentro profesionales.

- Realización de presentaciones de destino en actos de promoción de carácter nacional o internacional, así como por motivo de la presentación de candidaturas de congresos o cualquier otro evento profesional.

- Promoción interna, a través de:

- Prestación de servicios de receptivo de calidad a los delegados asistentes a los eventos que se celebren en Zaragoza.

- Organización, asistencia y apoyo a viajes de familiarización, inspección y verificación destinados a profesionales del sector con capacidad promocional y a posibles organizadores de congresos y eventos.

- La presentación de nuestro producto a empresas y entidades susceptibles de asociarse a ZCB, con el objetivo de reforzar el tejido empresarial actual, construyendo de este modo un ZCB con un potencial diferenciador de nuestra competencia.

- Acciones de cohesión e interrelación entre las empresas asociadas, a través de la organización e impartición de jornadas formativas, acciones de promoción y comercialización entre empresas asociadas (networking), entre otras.

- Acciones de comercialización y promoción de Zaragoza como destino de reuniones y congresos entre asociaciones y empresas organizadoras de eventos de carácter local, nacional o internacional.

4.- RELACIONES ENTRE ZARAGOZA TURISMO Y EL ADJUDICATARIO

Dadas las características de la actividad, es indispensable que el servicio se preste en adecuadas condiciones de seriedad, atención y trato esmerado al público objetivo, con el fin de que la calidad del servicio sea óptima.

El adjudicatario nombrará y dará las órdenes oportunas a su personal al objeto de cubrir las prestaciones que se determinen. Asimismo, se requiere que la relación entre el adjudicatario y Zaragoza Turismo, sea fluida y con continuidad, para garantizarlo. El adjudicatario designará como representante ante Zaragoza Turismo, a la persona que figure como "Coordinador del equipo de Promoción y Receptivo", que deberá estar en todo momento localizable y en presencia física en las horas, días (festivos o no) y lugares que se le señalen, en los que se gestione el servicio o se celebren actividades del mismo, para asegurar el correcto desarrollo del mismo.

El adjudicatario deberá elaborar y presentar a Zaragoza Turismo un Plan de Actuación anual que cubra los objetivos y actividades mencionadas anteriormente.

El adjudicatario habrá de justificar, mediante la elaboración de una memoria ante Zaragoza Turismo, a la terminación del año natural, las actividades llevadas a cabo, así como un balance de resultados obtenidos que habrá de ser fiscalizada por la Intervención General.

El adjudicatario no divulgará la información resultante de la gestión, salvo expresa y puntual autorización de la dirección de Zaragoza Turismo

Corresponde a Zaragoza Turismo la total supervisión de los trabajos de la Contrata, pudiendo adoptar las medidas pertinentes con vista a la correcta ejecución de la prestación del servicio.

Los técnicos de Zaragoza Turismo confirmarán la materialización y calidad de los servicios prestados, pudiendo contactar en cualquier momento con la empresa, con el coordinador nombrado al efecto, con el fin de recabar información sobre la marcha general del servicio.

REGLAS ESPECIALES RESPECTO DEL PERSONAL LABORAL DE LA EMPRESA CONTRATISTA

1. En relación con los trabajadores destinados a la ejecución de este contrato, la empresa contratista asume la obligación de ejercer de modo real, efectivo y continuo el poder de dirección inherente a todo empresario. En particular, asumirá la negociación y pago de los salarios, la concesión de permisos, licencias y vacaciones, las sustituciones, las obligaciones legales en materia de prevención de riesgos laborales, la imposición – cuando proceda – de sanciones disciplinarias, las obligaciones en materia de Seguridad Social, incluido el abono de cotizaciones y el pago de prestaciones, así como cuantos derechos y obligaciones se deriven de la relación contractual entre empleados y empleador.

2. La empresa contratista estará obligada a ejecutar el contrato en sus propias dependencias o instalaciones salvo que, excepcionalmente, sea autorizada a prestar sus servicios en las dependencias administrativas. En este caso, el personal de la empresa contratista ocupará espacios de trabajo diferenciados del que ocupan los empleados públicos. Corresponde también a la empresa contratista velar por el cumplimiento de esta obligación.

En función de las necesidades del servicio, éste se prestará en las dependencias que determine Zaragoza Turismo. También se llevará a cabo a través de la participación en stands o mesas de trabajo en ferias y actos promocionales en España y en el extranjero.

Asimismo, participará en el desarrollo y aplicación de los sistemas de calidad implantados en Zaragoza Turismo, de la Q de Calidad Turística del ICTE, ISO 9001 y EFQM: procedimientos, objetivos, indicadores, manuales, sistema de quejas y sugerencias, sistema de encuestación, planes de mejora, desarrollos y diseños, etc.

3. La empresa contratista deberá designar al menos un coordinador técnico o responsable, integrado en su propia plantilla, que tendrá entre sus obligaciones las siguientes:

a) Recibir y transmitir cualquier comunicación que el personal de la empresa contratista deba realizar a la Administración en relación con la ejecución del contrato, que se realizará a través del coordinador, técnico o interlocutor designado al efecto.

b) Controlar el cumplimiento de las normas laborales de la empresa, en particular en materia de asistencia del personal al lugar de trabajo y disfrute de vacaciones, de manera que no se perturbe la prestación del servicio contratado.

c) Informar a la Administración de los empleados del contratista que dejen de estar adscritos a la ejecución del contrato, en especial a los efectos de poder gestionar adecuadamente los medios de trabajo de aquellos que hubieran dispuesto.

4. El personal de la empresa contratista, o el que en virtud de una encomienda de gestión, preste sus servicios en los centros de trabajo del Ayuntamiento o sus organismos públicos, no podrá tener acceso a los siguientes servicios:

a) Cursos de formación, salvo los obligatorios en materia de prevención de riesgos laborales.

b) Uso del servicio médico, salvo en casos de urgencia debidamente justificados.

c) Programas socio-culturales o prestaciones de acción social.

d) Acceso al correo electrónico corporativo. En caso de que se les deba asignar una cuenta de correo electrónico, en la dirección de correo deberá dejarse constancia de que se trata de personal externo.

e) Tarjetas de control de acceso de empleados públicos, dotándoles en su caso, de una autorización especial de entrada. En ningún supuesto el control de acceso a las instalaciones podrá suponer un control horario del personal de la empresa contratista.

5.- MEDIOS TÉCNICOS Y HUMANOS

El adjudicatario pondrá a disposición del objetivo toda la infraestructura necesaria y las instalaciones y medios técnicos adecuados para la implantación y desarrollo del servicio.

Asignará, asimismo, los recursos humanos necesarios para poder llevar a cabo todas las actuaciones, poniendo a disposición del objetivo, cuando menos, a las siguientes personas:

- **Coordinador del Equipo de Promoción y Receptivo**, cuya función principal será el liderazgo del equipo y la colaboración con Zaragoza Turismo en la organización y realización de acciones concretas.
- **Técnico de Promoción y Receptivo**: cuya función principal será el apoyo técnico al coordinador y la ejecución de tareas específicas de promoción y comercialización de producto.

Cuyo perfil profesional corresponda:

- A diplomado o grado en Turismo, Comunicación, Publicidad y Relaciones Públicas, Marketing, Administración y Dirección de Empresas, Documentación, Historia del Arte, Filologías.
- Con conocimientos y experiencia en el ámbito turístico
- Idiomas, además de español:
 - Inglés
 - Francés o alemán.
- El idioma inglés deberá estar acreditado mediante certificado C1 de Estudios Superiores de la EOI o equivalente; y el segundo idioma, B2

6.- DIRECCIÓN DE SERVICIOS

El adjudicatario, a través de su coordinador, deberá coordinar y controlar todo el servicio prestado con la colaboración y supervisión de Zaragoza Turismo.

7.- CONDICIONES FUNCIONALES DEL CONTRATO DE SERVICIOS

La labor del adjudicatario estará supervisada por la Dirección de Zaragoza Turismo, que estará asistida por la Comisión Técnica y las Comisiones de Comercialización e Internacionalización de ZCB, ante las que presentará sus propuestas y planes y a las que dará cuenta de sus actuaciones.

8.- PERIODO DE CONTRATACIÓN

El periodo de vigencia del contrato será de dos años desde la fecha indicada en el mismo, si bien podrá prorrogarse anualmente, con un máximo de dos prórrogas, por mutuo acuerdo de las partes antes de la finalización del contrato.

La duración total del contrato, incluidas las dos prórrogas (de un año cada una), no podrá exceder de cuatro años, ni éstas podrán ser concertadas aisladas o conjuntamente por un plazo superior al fijado originariamente. Todo ello condicionado a la correspondiente cobertura presupuestaria y hasta su importe.

9.- CONDICIONES ECONÓMICAS

Las horas estimadas se establecen en el apartado que a continuación se transcribe, con la prescripción de que únicamente se abonará a la empresa adjudicataria el precio correspondiente a las horas de servicio que se hayan prestado, previa presentación del oportuno comprobante a la Dirección de Zaragoza Turismo.

Los precios unitarios e importes máximos, IVA no incluido, que para Zaragoza Turismo puedan suponer anualmente esta contratación serán los siguientes:

El precio máximo anual por los servicios del contrato será de 63.498.40 Euros, IVA no incluido, (76.833,06 Euros IVA incluido). La contratación queda condicionada a la existencia de crédito adecuado y suficiente en cada ejercicio presupuestario, en los términos establecidos en el art. 110 del Real Decreto Legislativo 3/2011 de 14 de noviembre, que aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público

Además, los precios unitarios e importes máximos, IVA no incluido, que para Zaragoza Turismo puedan suponer anualmente esta contratación serán los siguientes:

- Coordinador del Equipo de Promoción y Receptivo:

Precio unitario hora 17.11€ /hora
Horas máximas estimadas 1.904 horas/año
Presupuesto estimado 32.577,44€

- Técnico de apoyo:

Precio Unitario hora 16.24 €/ hora
Horas máximas estimadas 1.904 horas/año

Presupuesto estimado 30.920,96 €

El importe de licitación, atendido el plazo de duración del contrato, que es de dos años, es de 126.996,80 euros (IVA no incluido), (153.666,13 Euros IVA incluido).

El valor estimado del contrato que viene determinado por el presupuesto de licitación, IVA no incluido, más el importe de las dos posibles prórrogas, asciende a 253.993,6 euros (IVA no incluido), (307.332,26 Euros IVA incluido).

En estas cantidades quedan incluidos los costes de personal del servicio y los gastos administrativos.

Las empresas candidatas deberán presentar un presupuesto, teniendo en cuenta el máximo del importe de licitación, en el que se detalle la valoración estimada unitariamente para cada hora de trabajo de cada uno de los puestos arriba mencionados.

Zaragoza Turismo podrá reajustar la organización de las horas indicadas anteriormente de acuerdo con las necesidades del servicio.

En el supuesto de existir menor dotación presupuestaria, el contenido de los encargos municipales se adaptará a la misma.

La empresa contratada, deberá presentar mensualmente la facturación correspondiente a los servicios efectivamente prestados en el mes en curso, detallando claramente el tipo de servicio, el lugar donde se realiza, el nombre de la persona que realiza el servicio, las horas trabajadas y el importe correspondiente.

10.-REVISION DE PRECIOS

La revisión de precios del contrato de servicios tendrá lugar cuando el contrato se hubiese ejecutado en el 20 por ciento de su importe y haya transcurrido un año desde su adjudicación, de tal modo que ni el porcentaje del 20 por ciento, ni el primer año de ejecución, contado desde dicha adjudicación, pueden ser objeto de revisión.

Todo ello salvo que se declare la improcedencia de dicha revisión de forma motivada (artículo 89 de la Ley de Contratos del Sector Público). La revisión de precios se regirá por lo dispuesto en los artículos 89 a 94 de la L.C.S.P.

11.- OBLIGACIONES GENERALES DEL ADJUDICATRIO

Según la legislación vigente, las empresas que opten al presente concurso deberán estar legalmente constituidas y cumplir con la normativa autonómica que exista en dicha materia.

Las empresas deberán tener dentro de su objeto social actividades vinculadas o relacionadas con la atención turística, con los servicios de información y gestión turística, con la comunicación, con marketing, con la consultoría y/o con la comercialización de productos turísticos

El licitador que resulte adjudicatario, quedará obligado a efectuar todas las labores que se requieran relacionadas con el objeto del presente concurso, siguiendo en todo caso las instrucciones que al efecto sean cursadas por la Dirección de Zaragoza Turismo.

El adjudicatario deberá tomar todas las medidas necesarias para la óptima prestación de los servicios objeto del contrato, disponiendo de todos los recursos humanos y materiales adecuados, en la forma prevista en la cláusula QUINTA.

El curriculum vitae de las personas propuestas para cubrir los servicios deberá estar certificado por la acreditación de títulos oficiales, tanto en titulación académica como en idiomas.

12.- DOCUMENTACIÓN

Para participar en el procedimiento de contratación al que este Pliego de Prescripciones Técnicas hace referencia, las entidades deberán presentar, conforme a lo previsto en **los Pliegos** de Condiciones Administrativas Particulares y Especificas, tres sobres cerrados (1, 2 y 3) con la documentación que en dichos Pliegos se detalla, además de lo indicado, respecto al sobre 2, en esta cláusula.

El sobre 2 de criterios sometidos o sujetos a juicio de valor deberá contener la **memoria técnica** con la siguiente documentación:

1.- Una relación de los medios materiales y personales que la empresa destinará al desarrollo del trabajo durante todo el tiempo previsto para la duración del mismo.

2.- Memoria descriptiva de la organización, desarrollo y planificación del servicio objeto del contrato.

3.- Una propuesta del modelo de gestión objeto del contrato, cuya adaptación metodológica tendrá en cuenta la descripción del concepto del mismo.

4.- Una propuesta de modelo de gestión para la promoción del destino off/on line en RRSS.

5.- Plan de formación para los profesionales que vayan a desarrollar el servicio, con un calendario establecido en el que se incluyan acciones formativas relacionadas con las funciones y acciones a desempeñar por cada uno de ellos (idiomas, marketing turístico, habilidades de comunicación, etc.)

13.- CRITERIOS DE VALORACIÓN

Las ofertas serán valoradas conforme al siguiente baremo, sobre un total de 100 puntos:

CRITERIOS SUBJETIVOS:

Presentada en el sobre 2

Memoria Técnica. **Hasta 45 puntos**, con la siguiente distribución y desglose:

1.-Una relación de los medios materiales y personales que la empresa destinará al desarrollo del servicio durante todo el tiempo previsto para la duración del mismo. Hasta 12 puntos.

2.-Una propuesta del modelo de organización, desarrollo y planificación del servicio, objeto del contrato, teniendo en cuenta tanto las tareas de planificación y funcionamiento del servicio como la valoración del cliente cumpliendo con los niveles de calidad del servicio. Hasta 12 puntos

3.-Propuesta de acciones del modelo de gestión para la atención especializada a prescriptores turísticos de eventos y reuniones. Hasta 9 puntos.

4.-Propuesta de acciones del modelo de gestión para la promoción del destino y de los servicios de ZCB tanto off line como on line a través de redes sociales. Hasta 6 puntos.

5.- Plan de formación para los profesionales que vayan a desarrollar el servicio, con un calendario anual de cursos, entre otros: información turística, atención al cliente, idiomas, ofimática, calidad y gestión ambiental, marketing

turístico, benchmarking, gestión de empresas, Web, wordpress, redes sociales, etc. Hasta 6 puntos.

CRITERIOS OBJETIVOS:

Presentada en el sobre 3

1. **Oferta económica.** Se valorará hasta un máximo de 45 puntos. Se aplicará un criterio de proporcionalidad respecto de la oferta más reducida, a la que se atribuirá la puntuación máxima, calculando la ponderación de los demás con arreglo a la siguiente fórmula:

$$\text{Puntos} = \frac{45 \times \text{min.}}{\text{Of}}$$

Siendo:

P = Puntuación obtenida.

Min = Oferta mínima.

Of = Oferta correspondiente al licitador que se valora.

2. **Aportación de iniciativas o mejoras** sobre las bases fijadas en el pliego de condiciones técnicas y que incidan de forma significativa sobre el proyecto:

- a. Bolsa económica para la realización de viajes de promoción.
- b. Producción de material de Promoción.
- c. Equipos informáticos fijos y portátiles.
- d. Certificación en Calidad ISO 9001:2000 y/o Q de Calidad Turística

Las mejoras deberán estar valoradas económicamente y por cada 1.000 euros valorados, se asignará 1 punto.

Por cada certificado de calidad, 0,5 puntos

Hasta 6 puntos.

3. **Idiomas:** Además de los idiomas exigidos en la base de la convocatoria, se considerará el conocimiento de otros idiomas adicionales (alemán, francés, italiano, chino o ruso), siempre y cuando

estén acreditados por el Certificado B2 de la EOI o equivalente. Valorando con 2 puntos cada idioma.

Hasta 4 puntos.

En el caso de acreditar conocimientos en francés y alemán, al ser uno u otro exigido como obligatorio en la base de la convocatoria (punto 5), uno de los dos se contemplará como mejora.

14. REQUISITOS ADMINISTRATIVOS.

El adjudicatario está obligado al cumplimiento de las disposiciones vigentes en materia laboral, de seguridad social y de seguridad e higiene en el trabajo.

El incumplimiento de estas obligaciones por parte del contratista, o la infracción de las disposiciones sobre seguridad por parte del personal técnico designado por él, no implicarán responsabilidad alguna para Zaragoza Turismo.

En cualquier momento, Zaragoza Turismo podrá exigir del contratista la justificación de que se encuentra en regla en el cumplimiento de lo que concierne a la aplicación de la legislación laboral y de Seguridad Social de los trabajadores ocupados en la ejecución del servicio objeto de contrato, así como de que se encuentra al día en el pago de sus obligaciones tributarias.

15. INCIDENCIAS EN LA APLICACIÓN DEL PROYECTO

Cualquier incidencia que suponga un cambio significativo en las condiciones de prestación del servicio deberá ser notificado por la entidad adjudicataria a Zaragoza Turismo o viceversa, con el fin de tomar las medidas correctoras necesarias.

La inobservancia de las instrucciones y órdenes que le sean cursadas a la entidad adjudicataria desde Zaragoza Turismo, facultará a éste, en caso de manifiesta reincidencia, a declarar la extinción del contrato.

16. PROTECCION DE DATOS

El adjudicatario está obligado a guardar reserva respecto a los datos o antecedentes que no sean públicos o notorios y que estén relacionados con el objeto del contrato, de los cuales haya tenido conocimiento con ocasión del contrato. El adjudicatario y su personal deberán respetar, en todo caso, las prescripciones de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y normas que la desarrollen. A los efectos de la citada Ley, el contratista tendrá la consideración de "encargado del tratamiento" y se someterá en cada momento a las instrucciones de Zaragoza Turismo en materia de medidas de seguridad. A estos efectos, el adjudicatario también deberá:

a) Mantener la confidencialidad de los datos de carácter personal a que tenga acceso o haya elaborado por razón de la ejecución del contrato y, a tal efecto, adoptará las medidas de tipo técnico y organizativo necesarias para garantizar la seguridad y evitar la alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado, en atención al estado de la tecnología, la naturaleza de los datos almacenados y los riesgos a que estén expuestas.

b) Tratar los datos de carácter personal únicamente conforme a las instrucciones que al efecto le remita Zaragoza Turismo y de forma confidencial y reservada, no pudiendo ser objeto de cesión, difusión, publicación o utilización para finalidades distintas de las establecidas en este pliego. Esta obligación seguirá vigente una vez el contrato se haya extinguido, por finalización de su plazo u objeto, por resolución o cualquier otra causa legalmente admitida o establecida en este pliego.

c) Devolver a Zaragoza Turismo, en todos los casos de extinción contractual, los datos de carácter personal, así como cualquier soporte o documento en que conste algún dato objeto del tratamiento.

d) Guardar la debida confidencialidad respecto a toda la información obtenida y documentación elaborada por razón de la ejecución del contrato y esta documentación no podrá ser reproducida, cedida, difundida, publicada o utilizada para fines diferentes de las establecidas en este pliego, incluso una vez extinguido el contrato.

A estos efectos las partes suscribirán el oportuno acuerdo.

Al mismo tiempo, de acuerdo con la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, informamos a todos los licitadores que sus datos personales serán incorporados a un fichero titularidad de Zaragoza Turismo con la finalidad de tramitar el presente proceso

de contratación. Sus datos podrán ser públicos en caso de resultar adjudicatario como consecuencia de la publicación de los mismos en el Boletín oficial correspondiente, web municipal y perfil del contratante.

Sin perjuicio de ello, se les informa de la posibilidad que Uds. tienen de ejercitar los derechos de acceso, rectificación y cancelación, en relación con sus datos personales, en cualquier momento dirigiéndose a la siguiente dirección: Zaragoza Turismo, C/Eduardo Ibarra nº 3 ,50003, Zaragoza.

17.- RÉGIMEN SANCIONADOR

Las infracciones que se cometan en el cumplimiento del contrato se clasificarán en:

1) Se considerarán infracciones leves:

- a) El retraso, negligencia o descuido en el cumplimiento de las obligaciones.
- b) La ligera incorrección con los usuarios.
- c) La falta de uniformidad.
- d) El deficiente nivel de idiomas para el desarrollo del servicio.
- e) En general, la falta de puntualidad o el incumplimiento de sus deberes por negligencia o descuido excusable.

2) Se considerarán infracciones graves:

- El abandono del servicio.
- La falsedad o falsificación de servicios.
- Las faltas repetidas de puntualidad,
- La negligencia o descuido continuado.
- La notoria falta de rendimiento, la prestación incorrecta y defectuosa del servicio, tanto en su calidad como en la cantidad.
- En general el incumplimiento grave de los deberes y obligaciones con el usuario y la acumulación de tres faltas leves en el transcurso de un año.

3) Se considerarán infracciones muy graves:

- La negativa infundada a realizar los servicios o tareas ordenadas por Zaragoza Turismo a la empresas adjudicataria, siempre que sea una actitud directamente imputable a la empresa o a sus directivos responsables.
- La acumulación o reiteración de tres faltas graves cometidas en el transcurso de un año.

La incursión por parte del contratista:

- Cada una de las infracciones señaladas en el apartado 1) anterior darán lugar a una penalización económica de 200 euros.
- Cada una de las infracciones contempladas en el apartado 2) anterior darán lugar a una penalización económica de un 2.000 euros.
- Cada una de las infracciones contempladas en el apartado 3) anterior darán lugar a una penalización económica de un 10.000 euros, además podrá dar lugar a la resolución del contrato previo expediente instruido al efecto.

18. PÓLIZA DE RESPONSABILIDAD CIVIL

Para garantizar el cumplimiento de las obligaciones objeto del contrato, la empresa adjudicataria deberá aportar una póliza de responsabilidad civil por un valor mínimo de 60.000,00 Euros.

I.C. de Zaragoza a 7 de julio de 2014

Inmaculada Armisen Sáenz de Cenzano
Directora

ANEXO 1
CARACTERÍSTICAS DEL
SERVICIO DE PROMOCIÓN Y RECEPTIVO DE ZARAGOZA TURISMO.

OBJETIVOS

El objetivo primordial de la prestación de estos servicios es la promoción de Zaragoza interna y externamente entre los prestatarios de los servicios y los receptores de los mismos, como ciudad de Congresos y Convenciones, una ciudad de encuentro, una ciudad de servicios y todo ello al más alto nivel de calidad. Con ello conseguiremos:

- Escalar posiciones en lo más alto del ranking de un turismo especializado y de calidad.
- Incrementar de forma sustancial la actividad congresual, con su repercusión económica y los ingresos de las empresas locales.

ACCIONES CONCRETAS A REALIZAR

La descripción de las acciones de promoción y receptivo que ZARAGOZA TURISMO realizará se detalla a continuación:

• SALONES PROFESIONALES DE TURISMO Y DEL MERCADO DE CONGRESOS

Al objeto de promocionar Zaragoza en los foros profesionales de turismo y congresos, ZARAGOZA TURISMO participará con asistencia personalizada en stand propio o bajo el auspicio de otras entidades (Turespaña, Gobierno de Aragón, Spain Convention Bureau) en todas las principales ferias del sector de congresos y reuniones, nacionales e internacionales.

• PUNTOS DE ENCUENTRO PROFESIONALES Y REUNIONES DE TRABAJO

Para actualizar la información de la evolución del sector y de las nuevas oportunidades de negocio, nuevos mercados, etc., ZARAGOZA TURISMO debe tomar parte en aquellas reuniones de trabajo y puntos de encuentro profesionales que sean consideradas de interés y que estén organizadas tanto por organizaciones de las que el ZARAGOZA TURISMO forma parte, como por todas aquellas organizaciones tanto públicas como privadas que puedan

suponer oportunidad de dar a conocer Zaragoza como destino de congresos a profesionales del sector turístico y congresual de todo el mundo.

De este modo, se prevé la asistencia de ZARAGOZA TURISMO a todos aquellos encuentros organizados por Turespaña a través de sus OETS cuyo mercado potencial sea interesante para Zaragoza como destino de congresos, así como a aquellos que están organizados principalmente por asociaciones de las que ZARAGOZA TURISMO forma parte (SCB, ECM).

• VIAJES DE PROSPECCIÓN Y VERIFICACIÓN

Los viajes de prospección y verificación se consideran una de las herramientas de promoción más eficaces para dar a conocer la ciudad in situ a todas aquellas personas vinculadas con la organización de un evento en concreto.

Estas acciones son imprescindibles para la captación de eventos de la ciudad, ya que los integrantes de la acción son siempre aquellos colectivos susceptibles de realizarlos (Asociaciones profesionales, Sociedades Científicas, colectivos empresariales, etc.) con el objetivo de verificar que los servicios e infraestructuras del destino se adecuan a sus necesidades organizativas. Por lo tanto, es de vital importancia la perfecta organización y realización de este tipo de viajes dentro de las acciones promocionales de captación de candidaturas.

• VIAJES DE PROMOCIÓN

Los viajes de promoción están dirigidos a aquellos profesionales determinantes para el conocimiento del destino por parte de colectivos potenciales organizadores de congresos y otros eventos:

- OPC ´S
- Departamentos específicos de Congresos y convenciones de las Agencias de Viajes, así como agencias de eventos
- Periodistas, sobre todo de publicaciones empresariales y turísticas.
- Asociaciones profesionales y Sociedades Científicas.

El objetivo primordial de estas acciones promocionales es dar a conocer in situ nuestra ciudad con el fin de incrementar el número de eventos realizados en Zaragoza, a través de una perfecta organización de estos viajes así como la realización de un seguimiento posterior a las personas invitadas.

• PRESENTACIONES

Este tipo de acciones promocionales se realiza en el lugar origen de aquellos colectivos de interés, transmitiendo información sobre el destino, su infraestructura y servicios con apoyo de medios audiovisuales y gráficos.

Estas acciones se consideran de gran importancia para una promoción integral, dirigidas a diferentes colectivos dentro de acciones organizadas junto con otras instituciones, así como de apoyo institucional a aquellos organismos empresariales (OPC's, Agencias de Eventos, Agencias de Viaje con Dpto. de Congresos y Convenciones, etc.) cuyo objetivo sea la promoción y venta del de Zaragoza entre sus clientes.

• CANDIDATURAS

Otro de los objetivos prioritarios dentro de las acciones promocionales de ZARAGOZA TURISMO es el apoyo a todas las candidaturas de eventos con sede en Zaragoza que así lo soliciten.

Una de las acciones más importantes al respecto es el apoyo directo de la candidatura de Zaragoza en la actual sede del congreso, a través de la realización de una presentación de la ciudad, colocación de punto de información turística o reparto de información promocional entre los congresistas. Se prevé la realización de acciones de este tipo en todos aquellos eventos de carácter nacional e internacional en los que se solicite el apoyo a ZARAGOZA TURISMO.

• PRESENCIA ACTIVA EN ASOCIACIONES DEL SECTOR

ZARAGOZA TURISMO pertenece a las más importantes asociaciones del sector congresual: Spain Convention Bureau y ECM. Se desarrollará una amplia investigación de la información que de ellas se obtiene, a través de sus bases de datos e informes periódicos con la finalidad de conseguir la mayor información posible de la evolución del sector, nuevas oportunidades de negocio, nuevos mercados, etc.

Para actualizar esta información se tomará, además, parte activa en aquellas reuniones de trabajo de estas organizaciones que sean de utilidad para ZARAGOZA TURISMO.

• PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS Y ACTIVIDADES EN REDES SOCIALES

ZARAGOZA TURISMO tiene perfiles profesionales en LinkedIn, facebook y Twitter (Zaragoza Turismo) que deben ser alimentados con información permanente, desatacando todos los eventos que tienen lugar en Zaragoza, así como los servicios y actividades que ZARAGOZA TURISMO lleva a cabo.

• CAPTACIÓN DE SOCIOS

Una de las actividades relevantes objeto de este contrato son las acciones promocionales destinadas a la presentación de nuestro producto a empresas y entidades susceptibles de asociarse a ZARAGOZA TURISMO, a través de acciones individualizadas (envíos selectivos de información acompañados de visitas personales y otras acciones promocionales).

El objetivo primordial es que la oferta de servicios para los potenciales organizadores de congresos en la ciudad sea cada vez más competitiva, consiguiendo que el mayor número posible de empresas se implique en ZARAGOZA TURISMO.

Por ello, el fin prioritario es ampliar de un modo muy significativo el número actual de empresas e instituciones asociadas a ZARAGOZA TURISMO.

• SISTEMA DE ENCUESTACIÓN

Con el objetivo marcado en el Manual de Calidad del ZARAGOZA TURISMO, enmarcado en la "Q" del ICTE y de AENOR ISO 9001:2000 de Zaragoza Turismo, es preceptivo realizar cuatro tipos de encuestas en todos aquellos eventos seleccionados por ZARAGOZA TURISMO, que se detallan a continuación:

- Asistentes a congresos
- Organizadores de congresos
- Encuesta a congresos con un perfil determinado para estudio de Turespaña y SCB
- Proveedores de servicios.

• PRESTACIÓN DE SERVICIOS A CONGRESOS

Una de las actividades más destacadas del ZARAGOZA TURISMO es la prestación de una serie de servicios, ya establecidos, generales e individualizados a todos aquellos colectivos que organizan un evento en Zaragoza cuando así lo solicitan.

BALANCE

Deberá realizarse un análisis periódico mensual de todos los aspectos desarrollados por la contratación, en el que se detallarán las acciones realizadas y se ponderarán los objetivos alcanzados.

Por medio de la prestación de estos servicios de Promoción y Receptivo, Zaragoza Turismo debe conseguir que Zaragoza crezca como ciudad sede de congresos y convenciones, principal premisa de su filosofía.