

MEMORIA DESCRIPTIVA: CONTRATACIÓN CREATIVIDAD CAMPAÑA PUBLICITARIA ZARAGOZA-GOYA

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto es la contratación del servicio completo de creatividad para el desarrollo de una campaña de publicidad de la ciudad de Zaragoza en el mercado nacional utilizando la figura y obra de Goya en Zaragoza como vínculo para dar a conocer y poner en valor la oferta cultural y turística de la Zaragoza del siglo XXI, siendo su promotora Zaragoza Turismo. Este servicio incluirá la producción de un audiovisual cuyas características se detallan más adelante.

2. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS Y CONTENIDO DEL SERVICIO

2.1. Objetivos de la campaña

- Potenciar la ciudad de Zaragoza como destino cultural para escapadas de fin de semana y/o puentes festivos utilizando la figura de Goya y su obra como herramienta para la puesta en valor de su oferta turística.
- Ofrecer una imagen de modernidad de la ciudad a través de sus atractivos patrimoniales y culturales, mostrando un ciudad viva, en la que sus calles están llenas de arte, propuestas culturales y de ocio.
- Vincular la cultura como seña de identidad del destino Zaragoza, uniendo tradición y modernidad.
- Introducir el concepto de vivencia y experiencias en torno al destino Zaragoza, para atender a la demanda actual de los turistas urbanos que buscan participar en la vida del lugar que visitan.

2.2. Público objetivo y ámbito geográfico

- Público urbano de entre 25 y 50 años, aproximadamente, interesado en destinos urbanos con buena oferta cultural y gastronómica para escapadas de fin de semana o puentes.
- Busca un destino bien comunicado y viaja en pareja o con un pequeño grupo de amigos.
- Interesado en "experiencias" y disfrutar de la ciudad como un "local".
- Internauta habitual, utiliza la red para recabar información sobre el destino y planificar su viaje.

turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es
Tel. 902 14 20 08 • 976 72 13 33 • 976 20 12 00



2.3 Descripción de trabajos a realizar por el adjudicatario:

El servicio que prestará el licitador será el de conceptualización y diseño de la creatividad necesaria para la campaña. La empresa adjudicataria deberá realizar el diseño, contenido y mensajes gráficos, escritos y audiovisuales que se implementarán en los medios para publicitar Zaragoza como destino cultural para escapadas de fin de semana y/o puentes festivos; campaña que se deberá ejecutar con la contratación de un plan de medios que no es objeto de este contrato.

El servicio incluirá la conceptualización, claim y desarrollo creativo de todas las **piezas y soportes publicitarios** necesarios:

- . publicidad exterior
- . publicidad on line
- . publicidad en soporte papel
- . audiovisual (guionización, producción, grabación y edición de una pieza genérica de 1'30" y dos piezas de 20" para su difusión en TV, canales de vídeo online y redes sociales)

La pieza genérica de 1,30" se corresponderá con la idea creativa general y las dos piezas de 20" deberán corresponderse con cada uno de los dos desarrollos creativos (patrimonio cultural y cultura urbana).

Los formatos concretos de publicidad exterior, on line y en soporte papel serán los que se determinen en el plan de medios, debiendo el licitador desarrollar la creatividad para dichos formatos.

La creatividad deberá vincular la figura y obra de Goya en Zaragoza con la ciudad de Zaragoza para promocionar el destino como ciudad cultural y moderna, de turismo urbano, a través de su riqueza artística y patrimonial, las propuestas culturales urbanas, festivales, gastronomía y vida en la calle.

El licitador deberá presentar **una propuesta creativa con dos desarrollos que se correspondan con:**

- . patrimonio cultural
- . cultura urbana

turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es
Tel. 902 14 20 08 • 976 72 13 33 • 976 20 12 00



La propuesta creativa deberá permitir la utilización tanto en formatos verticales como horizontales.

Los trabajos deberán cumplir con los criterios de accesibilidad e igualdad de género recogidos en la normativa municipal.

Todos los derechos de autor y de propiedad intelectual de las piezas generadas en el marco de este contrato serán propiedad de Zaragoza Turismo.

En el caso de la utilización de fotografías, el adjudicatario deberá aportar el material fotográfico necesario en alta resolución. En el caso del audiovisual, la empresa deberá aportar todas las imágenes y sonidos registrados en alta calidad, en alta definición (HD), imágenes en HD formato 16:9 (panorámico).

La empresa adjudicataria cederá los derechos de reproducción a Zaragoza Turismo del material gráfico y audiovisual utilizado, así como la renuncia expresa a los derechos de imagen de todas las personas que aparecen en dicho material y cuya finalidad y uso está dirigido a la difusión y promoción de los atractivos de la ciudad de Zaragoza.

La cesión de derechos de reproducción y divulgación de las imágenes y fotografías no tendrá fecha de finalización, pudiendo disponer de ellas para los fines establecidos en este contrato a perpetuidad.

El adjudicatario se responsabilizará de las autorizaciones necesarias que pudieran requerirse para la utilización de nombres, marcas, logotipos, obras de arte o de la imagen de entidades o corporaciones que asimismo puedan aparecer en las imágenes obtenidas.

Los contenidos, imágenes, tipografías, música y locuciones utilizadas en la elaboración de las piezas correrán por cuenta de la empresa adjudicataria, así como todos los derechos que afecten a su uso publicitario, garantizándose la cesión de los derechos de propiedad intelectual a Zaragoza Turismo.

La oferta económica incluirá la parte correspondiente a los derechos musicales.

Todos los elementos publicitarios deberán incluir el logotipo de Zaragoza Turismo siguiendo la normativa municipal.

La línea creativa se aplicará a todas las piezas publicitarias siguiendo un criterio homogéneo, y deberán estar vinculadas al tono y al concepto de comunicación de la campaña.

La empresa adjudicataria deberá entregar las artes finales en formato digital editable que permita modificaciones y cambios que en su caso se precisen en cualquier momento.

turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es
Tel. 902 14 20 08 • 976 72 13 33 • 976 20 12 00



3. DOCUMENTACION A PRESENTAR

3.1 Documentación general:

Podrán presentar ofertas las personas físicas o jurídicas que tengan capacidad de obrar, y que cuenten con habilitación profesional necesaria para realizar la prestación, según lo dispuesto en el art. 138 del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público.

3.2 Propuesta Técnica:

El licitador deberá presentar una propuesta de creatividad de la campaña con los dos desarrollos establecidos en el apartado 2.3. de esta memoria descriptiva, una en formato horizontal y otra en vertical. Las propuestas deberán presentarse en formato papel A-3 y en formato digital en pendrive.

El licitador deberá presentar también una memoria explicativa en la que se justifiquen las ideas creativas propuestas y su desarrollo para las piezas y soportes requeridos en el apartado 2.3. que describe los trabajos a realizar por el adjudicatario. Para la pieza audiovisual de 1'30" se deberá presentar un preguión que estará obligatoriamente incluido en la memoria.

Ésta tendrá una extensión máxima de 20 páginas en tamaño A4 y se presentará en formato papel y en formato digital PDF en pendrive.

Dicha memoria será objeto de valoración.

3.3 Oferta económica:

Deberá presentarse una sola oferta económica a la baja, sin superar el presupuesto máximo detallado en esta Memoria Descriptiva.

El presupuesto deberá presentarse convenientemente desglosado, indicando los costes asignados a las diferentes propuestas referidas en el apartado 2.3.

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

El presupuesto deberá ir debidamente firmado y sellado.

4. PLAZOS DE ENTREGA Y EJECUCIÓN DEL CONTRATO

El plazo de entrega definitivo del desarrollo creativo de las distintas piezas y soportes publicitarios indicados en el apartado 2.3 de esta memoria descriptiva, y que está comprendido dentro del plazo de vigencia de este contrato hasta el 31 de diciembre 2017, estará supeditado a la aprobación y planificación del plan de medios, debiendo acordarse un calendario para la entrega de la creatividad final definitiva. Para ello Zaragoza Turismo facilitará al adjudicatario las características técnicas de las piezas a desarrollar según este plan.

Zaragoza Turismo podrá efectuar durante la ejecución del contrato cualquier sugerencia que estime oportuna para mejorar los objetivos del mismo.

Los envíos de las piezas y materiales que formen parte de la campaña correrán a cargo de la empresa adjudicataria.

5. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Para la determinación de la oferta más ventajosa y la adjudicación del contrato se tendrán en cuenta los siguientes criterios de valoración que, sobre un máximo de 100 puntos, serán aplicados a las ofertas presentadas:

CRITERIOS DE VALORACION EVALUABLES MEDIANTE JUICIOS DE VALOR:

Propuesta Técnica. Hasta un máximo de 49 puntos.-

Se valorará de 0 a 49 puntos atendiendo a:

1. **Propuesta de creatividad (29 puntos).** A partir de las pruebas presentadas se valorará que la propuesta de creatividad:

1.1. Atienda a los objetivos de la campaña establecidos en el apartado 2.1 de esta memoria descriptiva:

1.1.1. Potenciar la ciudad de Zaragoza como destino cultural utilizando la figura de Goya y su obra como herramienta para la puesta en valor de su oferta turística. (6 puntos)

1.1.2. Ofrecer una imagen de modernidad de la ciudad a través de sus atractivos patrimoniales y culturales, mostrando un ciudad viva, en la que sus calles están llenas de arte, propuestas culturales y de ocio (6 puntos)

turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es

Tel. 902 14 20 08 • 976 72 13 33 • 976 20 12 00



1.1.3. Introducir el concepto de vivencia y experiencias en torno al destino Zaragoza. (4 puntos)

1.2. Originalidad y claridad:

1.2.1. Originalidad (3 puntos)

1.2.2. Claridad (5 puntos)

1.3. Adecuación a los criterios de accesibilidad e igualdad de género recogidos en la normativa municipal:

1.3.1. Accesibilidad (2,5 puntos)

1.3.1. Igualdad de género (2,5 puntos)

2. **Memoria descriptiva (20 puntos).** Según el apartado 2.3 que establece la descripción de trabajos a realizar por el adjudicatario, la memoria descriptiva se valorará atendiendo a los siguientes criterios:

2.1. Desarrollo de la idea creativa para las piezas y soportes de publicidad exterior, on line y en soporte papel (8 puntos)

2.3. Preguión pieza audiovisual que atienda a los objetivos generales de la campaña. (12 puntos)

CRITERIOS DE VALORACIÓN EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA:

Oferta económica. Hasta un máximo de 51 puntos.-

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

$$P = (51 \times \text{Min}) / \text{Of}$$

P es la puntuación obtenida por la oferta que se valora

Min es el importe de la oferta económica más reducida

Of es la oferta económica que se valora

La puntuación máxima que podrá obtener un licitador es de 100 puntos, de acuerdo a los criterios anteriores. En caso de que dos o más licitadores obtengan la misma puntuación, el contrato será adjudicado a la oferta económica más ventajosa.

turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es

Tel. 902 14 20 08 • 976 72 13 33 • 976 20 12 00



6. CURRÍCULO Y EXPERIENCIA

Las empresas que se presenten deberán acreditar que cuentan con experiencia, personal y medios técnicos para ejecutar debidamente lo expuesto en el contrato.

7. LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS

De acuerdo con la LO 15/1999, de 13 de diciembre, sobre Protección de Datos Personales, informamos a todos los licitadores que sus datos personales formarán parte del fichero de Procedimientos Administrativos titularidad de Zaragoza Turismo con la única finalidad de tramitar el presente procedimiento de contratación. Estos datos serán cedidos a terceros como consecuencia de la publicación del adjudicatario en el B.O. correspondiente y en el perfil del contratante de Zaragoza Turismo.

Así mismo, se le informa de la posibilidad que tiene de ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, oposición y cancelación en cualquier momento, dirigiéndose a la siguiente dirección: Zaragoza Turismo, Edificio el Cubo, C/ Eduardo Ibarra nº3, 50.009 Zaragoza

8. PRESUPUESTO

El presupuesto máximo de licitación asciende a la cantidad de 12.500 euros (IVA excluido), al que adicionando el 21% de IVA (2.625 euros), supone un presupuesto total de 15.125 euros (IVA incluido).

Los licitadores podrán modificar el presupuesto de licitación mejorándolo a la baja.

El precio del contrato será el que resulte de la adjudicación del mismo, debiendo indicar como partida independiente el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) vigente.

En el precio del contrato se considerarán incluidos los impuestos, tasas y cánones de cualquier índole que sean de aplicación, así como todos los gastos que se originen para el adjudicatario como consecuencia del cumplimiento de las obligaciones contractuales.

turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es
Tel. 902 14 20 08 • 976 72 13 33 • 976 20 12 00



El presupuesto deberá presentarse convenientemente desglosado, indicando los costes asignados a las diferentes propuestas referidas en el apartado 2.3.

El presupuesto deberá ir debidamente firmado y sellado.

9. PLAZO, LUGAR Y FORMA DE PRESENTACION DE LAS PROPOSICIONES

Plazo de presentación de las ofertas.- Hasta las 13,00 horas del vigésimo primer día natural, contado a partir del siguiente al de la publicación del anuncio en el perfil del contratante.

En el supuesto de que el día de finalización del plazo de presentación de proposiciones fuera sábado o festivo, se entenderá prorrogado hasta el siguiente día hábil.

Lugar de presentación de las proposiciones.- Los licitadores presentarán la documentación para participar en la sede administrativa de Zaragoza Turismo, sita en Edificio El Cubo, C/ Eduardo Ibarra s/n – 50009 Zaragoza.

10. PAGO DEL PRECIO

El adjudicatario expedirá una única factura, una vez cumplido y ejecutado el objeto del contrato, conforme a lo dispuesto en esta Memoria.

Prestada la conformidad a la factura, en su caso, por Zaragoza Turismo, el pago al contratista se efectuará mediante transferencia bancaria a la entidad financiera y en la cuenta que se señale.

11. RELACIÓN ENTRE ZARAGOZA TURISMO Y EL ADJUDICATARIO Según lo establecido en la instrucción del Vicealcalde de fecha 9/10/2012

Reglas especiales respecto del personal laboral de la empresa contratista

turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es
Tel. 902 14 20 08 • 976 72 13 33 • 976 20 12 00



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

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

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.

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 que aquellos hubieran dispuesto.

turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es
Tel. 902 14 20 08 • 976 72 13 33 • 976 20 12 00



- El personal de las empresas contratistas, 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:

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

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

Programas socio-culturales o prestaciones de acción social

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.

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.

Zaragoza, 10 de mayo de 2017



Enrique Pérez
Gerente