

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TECNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE
UN SERVICIO PARA LA REALIZACIÓN DE UN DVD PROMOCIONAL DE
ZARAGOZA CONVENTION BUREAU, DE ZARAGOZA TURISMO**

La ciudad Zaragoza ha tenido una importante transformación en estos últimos años, impulsada por la Exposición Internacional de 2008, que ha dado paso a una nueva realidad urbana no suficientemente conocida en el exterior.

La situación estratégica y el desarrollo de infraestructuras de todo tipo, junto a las ventajas de su tamaño posiciona a la ciudad con ventajas muy claras para competir con éxito en el ámbito empresarial, de los negocios y como espacio ideal para acoger la organización de todo tipo de eventos: congresos, reuniones, jornadas, convenciones, viajes de incentivos, así como otros deportivos y culturales.

Un nuevo aeropuerto internacional conectado con algunas de las más importantes ciudades europeas, el tren de alta velocidad y el nudo de autopistas y autovías la comunica con las mayores ciudades del país y tiene una importante salida a Europa.

La infraestructura hotelera, la gastronomía, la historia de más de dos mil años, la cultura, la arquitectura, el arte y la oferta ocio complementan entre otros los aspectos que componen la identidad de Zaragoza como una experiencia diferente de una ciudad histórica y moderna, innovadora, dinámica y vital, pero equilibrada y humana.

Para competir en este mercado de ciudades son necesarias herramientas de comunicación que trasladen este nuevo concepto y valores de ciudad y las ventajas competitivas que tiene para atraer eventos de esta naturaleza.

OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del presente contrato es la **realización de un AUDIOVISUAL de Zaragoza para promocionar y vender la ciudad como destino ideal para el Turismo de Reuniones y Eventos (Congresos, Convenciones, Reuniones) y Viajes de Incentivos organizados por empresas.**

AUDITORIO - PALACIO DE CONGRESOS. Eduardo Ibarra, 3 • 50009 Zaragoza
Tfno. 902 14 2008 • Fax 976 72 13 27 • turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es

Público Objetivo

- Promotores turísticos del mercado de reuniones, eventos e incentivos de empresa
- Presentaciones de candidaturas de Zaragoza como sede de diferentes eventos.
- Promociones en ferias profesionales de congresos, workshops y actos promocionales específicos.
- Agencias de incentivos: empresas que organizan viajes de motivación de su red de ventas.
- OPC's, Agencias de viajes con Dpto. de congresos, Agencias de eventos.
- Grandes empresas que organizan convenciones periódicas.

Objetivos

Serán objetivos prioritarios:

- Presentar la ciudad de un modo creativo y original de acuerdo con los valores que se recogen en el estudio de la marca Zaragoza.
- Atraer nuevos eventos de empresas.
- Incrementar la demanda en los mercados profesionales nacionales e internacionales.

El audiovisual deberá presentar a Zaragoza como una ciudad moderna y atractiva, con amplia experiencia a la hora de organizar y albergar grandes eventos con espacios únicos, especiales y originales con la finalidad de difundir y promocionar la imagen de Zaragoza en los mercados nacionales e internacionales, dando a conocer sus ventajas como sede para albergar eventos, incluyendo todos los sectores que participan en la organización, además de la oferta cultural y monumental y las propias infraestructuras profesionales y turísticas.

El objetivo fundamental es presentar la ciudad como un destino atractivo para albergar eventos, de manera que sea reconocida y elegida por los organizadores con la finalidad de acoger el mayor número de eventos posible y

sea considerada como un destino preferente del turismo de reuniones y eventos.

La creatividad debe de **recoger los valores de la ciudad** (marca) en el desarrollo del guión, como una clave para alejarse del tradicional vídeo promocional de forma que sea único, de Zaragoza, **una ciudad que se ha transformado y modernizado, innovadora y equilibrada**. Más allá de la creatividad se deben recordar factores diferenciales intangibles de Zaragoza como bienestar, claridad, sencillez y la calidad de vida

El **factor humano** es una constante de la ciudad, mostrando las infraestructuras y actividades de incentivo de Zaragoza de un modo que transmita cercanía y naturalidad. La experiencia humana de Zaragoza demuestra su ideal de equilibrio como ciudad y su actitud mental ante el mundo y los problemas locales y globales. Una experiencia que persigue demostrar cada día que no solo hay un punto de vista sobre las cosas, un punto de vista más fácil, equilibrado y humano.

El objetivo será transmitir un producto profesional, sólido y de calidad, descubriendo las infraestructuras que ofrece la ciudad para este sector, el turismo de reuniones y eventos.

Zaragoza aporta un importante valor añadido emocional como una ciudad integradora y amable. Demostrando que se puede vivir la realidad de forma sorprendente y cercana a la vez.

Línea Visual

Deben comunicarse connotativamente los valores de humanismo, vanguardia, sorpresa, atractivo, sencillez y apertura. Denotativamente se reflejará el dinamismo, la innovación, el crecimiento, lo antiguo y lo moderno, capacidad y preparación con encuadres atractivos y distintos, desde un punto de vista diferente.

Evitar las sensaciones planas para transmitir un concepto de ciudad dinámica e innovadora.

Hay un punto de partida y un final en la identidad gráfica de la ciudad (marca), el símbolo, la tipografía y los colores.

Aunar sencillez y contenido en el encuadre, en el concepto.

AUDITORIO - PALACIO DE CONGRESOS. Eduardo Ibarra, 3 • 50009 Zaragoza
Tfno. 902 14 2008 • Fax 976 72 13 27 • turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es

Tono de Voz

El estilo de comunicación tiene que asegurar que va ser humano, vanguardista, fácil y sorprendente para conseguir que nuestro contenido y su expresión sea memorable. Las palabras son poderosas e inspiradoras y definen claramente una personalidad.

Lenguaje claro, trasfondo humano, mensajes emocionales que apalanque información técnica, mensajes impactantes y levantes para el target o público objetivo, natural con chispa, responsable.

Contenidos

Los temas que deberán aparecer en el contenido general del vídeo:

- Localización geográfica, medios de comunicación y nuevas infraestructuras de la ciudad:
 - Situación geográfica a nivel internacional y europeo.
 - Medios de comunicación: AVE, aeropuerto, red de autopistas y autovías.
 - Nuevas infraestructuras: Estación Intermodal, Aeropuerto, puentes.....
 - Legado arquitectónico EXPO: Pabellón Puente, Pabellón de Aragón, Pabellón de España, Acuario, Torre del Agua, Parque del Agua, Riberas.....
- Información general y particular de:
 - Sedes: Auditorio-Palacio de Congresos, Palacio de Congresos EXPO Aragón, World Trade Centre, Feria de Zaragoza, Auditorio del Acuario, IberCaja, CAI, Cajalón.
 - Sedes singulares y oferta de incentivos: Plaza de Toros, Paraninfo, Real Maestranza de Caballería, Palacio de la Aljafería, Salón de Recepciones del Ayuntamiento. Todos ellos con montaje para eventos o presentación de productos, tematizados para la realización de incentivos.

- Alojamientos: Hoteles de 5 y 4 estrellas.
- Oferta gastronómica: Restaurantes con cocina de diseño y tapeo.
- Ocio: Acuario, Rafting, Canal de aguas tranquilas y bravas, golf, paseo en tren, equitación, parque multiaventura, playa fluvial, servicios aéreos, barcos en el Ebro y telecabina, descenso por el Ebro, balnearios, bodegas, Cabarets cantantes, actuaciones en directo.
- Oferta turística, monumental y cultural que ofrece Zaragoza, destacando sus principales atractivos: El Pilar, La Seo, La Aljafería, Ruta Romana, Renacentista, Mudéjar Patrimonio de la Humanidad, Goya.
- Movilidad: Bizi

Metodología

La empresa deberá describir el desarrollo de la metodología de producción. Todas las grabaciones serán originales y deberán contemplarse imágenes aéreas de la ciudad y sus monumentos más destacados, si bien podrán utilizarse imágenes propiedad de Zaragoza Turismo siempre que tengan la calidad adecuada.

Así mismo, se concertarán las reuniones necesarias con Zaragoza Turismo, sobre de los trabajos y, de este modo, confirmar que las líneas argumentales, creativas y estéticas implementadas coinciden con las acordadas en el presente documento.

Propiedad y soportes a entregar

Se entregará a Zaragoza Turismo un master en digital de máxima calidad del vídeo en formato profesional calidad broadcast y dos copias en Betacam Digital, así como todos los brutos editables grabados con motivo de la producción, en formato Betacam Digital o superior.

Del mismo modo, se deberán entregar 100 DVD personalizados conforme a las indicaciones de Zaragoza Turismo para su distribución. Por último se facilitará en soporte digital orientado a su distribución en medios online.

AUDITORIO - PALACIO DE CONGRESOS. Eduardo Ibarra, 3 • 50009 Zaragoza
Tfno. 902 14 2008 • Fax 976 72 13 27 • turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es

El master del mismo y las copias que se realicen con posterioridad serán propiedad de Zaragoza Turismo.

Trabajos y desarrollos a presentar

- Guion*
1. Descripción del contenido de la propuesta. Una **memoria explicativa con detalle del guión creativo, guión literario y guión técnico**. Habrá de incluir necesariamente las claves argumentales objeto del contrato.

Las labores que deberán llevarse a cabo son las siguientes: proceso de investigación y documentación, guión literario aproximado, **story board, localizaciones, y personajes**.

2. Plan de producción. Contendrá la selección de los espacios, protagonistas, actividades, etc. que se grabarán para producir el audiovisual.

La documentación presentada deberá incluir la descripción de las labores a realizar en cada fase del proyecto, así como el calendario previsto.

3. Plan de grabación, postproducción y estilo artístico.

Todas las grabaciones serán originales, si bien podrán utilizarse aquellas imágenes propiedad de Zaragoza Turismo que mantengan los estándares de calidad.

Se describirá el estilo artístico general de la propuesta incluyendo la grabación, post-producción digital, la integración de grafismo en el montaje, titulación y efectos que se estimen oportunos, etalonaje, selección musical y la mezcla final de sonido.

La empresa adjudicataria contemplará en su oferta económica la parte correspondiente a los derechos musicales.

4. Equipo Profesional y Medios Técnicos. Descripción del Equipo técnico disponible, y los Medios que se destinarán tanto a la grabación, como a la postproducción.
5. Metodología y Organización. Explicación de la metodología de trabajo, **propuesta de calendario**, y organización de las tareas.

6. Idiomas. Deberá realizarse además de en español, en inglés. La empresa adjudicataria deberá garantizar que la versión en inglés sea realizada por traductor y locutor nativo.
7. Duración. El DVD final tendrá una duración aproximada de 5 minutos. Además se entregará una versión reducida de una duración no superior a 2 minutos, para colgar en la página web de Zaragoza Turismo.
8. Memoria descriptiva de la trayectoria de la entidad solicitante en la realización de actividades de carácter similar, haciendo especial hincapié en el conocimiento y experiencia relacionados con la realización audiovisuales promocionales.
9. Memoria argumental y descriptiva del proyecto propuesto que explique el contenido del mismo y las actuaciones a realizar conforme a los pliegos técnicos, incluyendo el guión del story board propuesto para la producción de la pieza audiovisual.
10. Mejoras: se valorará positivamente cualquier prestación adicional o complementaria a las previstas en este pliego.

Zaragoza Turismo controlará y aprobará:

- El guión literario (voz en off)
- El guión técnico
- La traducción y locuciones
- El Master final

OBLIGACIONES GENERALES DEL ADJUDICATARIO

Según la legislación vigente, las empresas que opten al presente procedimiento deberán estar legalmente constituidas y cumplir con la normativa autonómica que pudiera aprobarse.

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

La empresa deberá tomar todas las medidas necesarias para la óptima prestación de los servicios objeto del contrato, disponiendo de todos los

AUDITORIO - PALACIO DE CONGRESOS. Eduardo Ibarra, 3 • 50009 Zaragoza

Tfno. 902 14 2008 • Fax 976 72 13 27 • turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es

recursos humanos y materiales adecuados, no existiendo relación laboral entre Zaragoza Turismo y el personal contratado por la entidad adjudicataria.

La entidad adjudicataria asumirá las labores de desarrollo y realización del DVD, atendiendo a cuantas instrucciones le sean cursadas por Zaragoza Turismo.

IMPORTE DEL CONTRATO

El importe total máximo a que ascenderán las prestaciones objeto del presente contrato será de 80.000 euros (IVA excluido).

El importe total se pagará de la forma siguiente:

- 30% a partir de los 15 días de la firma del contrato
- 70% a la finalización del contrato

PLAZO DEL CONTRATO

La ejecución del contrato se realizará antes del 31 de diciembre de 2010.

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 el Pliego de Condiciones Administrativas Particulares, tres sobres cerrados (A, B y C) con la documentación que en dicho Pliego se detalla, además de lo indicado, respecto al sobre C, en esta cláusula.

El sobre C de Requisitos Técnicos deberá contener la documentación indicada en el apartado "Trabajos y desarrollos a presentar".

CRITERIOS DE VALORACIÓN

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

1. **Memoria técnica**, que deberá contener el desarrollo del proyecto propuesto que explique los contenidos del mismo, el detalle de los trabajos que se desarrollarán, los medios y materiales que se vayan a necesitar y los

tiempos de ejecución. Asimismo, se valorará la realización de trabajos anteriormente producidos. **Hasta 40 puntos.** (Debe incluirse en el sobre C).

- Revisión*
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. Las mejoras deberán estar valoradas económicamente. Sólo se procederá a su valoración si se consideran necesarias para la prestación del servicio y supongan un beneficio para la Institución. **Se valorará de 0 a 9 puntos.** (Debe incluirse en el sobre C).
 3. **Oferta económica. Se valorará hasta un máximo de 51 puntos.** (Debe incluirse en el sobre A). 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:

$$\text{Puntos} = \frac{51 \times \text{min.}}{\text{Of}}$$

Siendo: P = Puntuación obtenida. Min = Oferta mínima. Of = Oferta correspondiente al licitador que se valora.

MECANISMOS DE COORDINACION Y GESTION

Zaragoza Turismo se reserva el derecho de modificar el desarrollo de las acciones en función de los intereses específicos que puedan surgir a lo largo de la campaña sin que las citadas modificaciones alteren el equilibrio económico contractual del adjudicatario.

Zaragoza Turismo será quien tenga la capacidad de autorizar cualquier alteración de las condiciones en que se desarrollen los trabajos especificados en este pliego y en las ofertas aceptadas, cualquier circunstancia imprevista, deberá ser comunicada y en su caso, aprobada por este organismo.

La entidad adjudicataria elaborará al final de la realización del DVD una memoria en la que se incluyan todas las acciones llevadas a cabo durante la misma, en los términos que se establezcan desde Zaragoza Turismo. En cualquier momento puede ser requerida por Zaragoza Turismo información relativa al estado, gestión y grado de ejecución del trabajo propuesto.

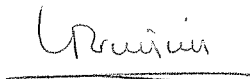
AUDITORIO - PALACIO DE CONGRESOS. Eduardo Ibarra, 3 • 50009 Zaragoza

Tfno. 902 14 2008 • Fax 976 72 13 27 • turismo@zaragoza.es • www.zaragozaturismo.es

PÓLIZA DE RESPONSABILIDAD CIVIL

Para garantizar el cumplimiento de las obligaciones del contratista, se deberá aportar una póliza de responsabilidad civil por un valor mínimo de 80.000 euros.

Zaragoza, 29 de septiembre de 2010

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Inmaculada Armisen', is written over a horizontal line.

Inmaculada Armisen
Directora