

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

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 en la ciudad 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.
- 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 Expo Aragón 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, que hoy en día superan las 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.)

Influido por todas estas circunstancias, 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 el Zaragoza Convention Bureau, de Zaragoza Turismo, con la finalidad de llevar a cabo las acciones de promoción 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 de la Ley 30/2007, de 30 de octubre, 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 en:
 - 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 del ZCB.
- Asistencia y prestación de servicios propios de receptivo a los delegados asistentes a los eventos y nuestros visitantes.

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, 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 al 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 EL ZARAGOZA CONVENTION BUREAU (ZCB) DE 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 a través del ZCB sea fluida y con continuidad, para garantizarlo. El adjudicatario designará como representante ante el ZCB, a las personas que figuren como "personal especializado de apoyo", que deberán estar en todo momento localizables 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 al ZCB 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 el ZCB, 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 a través del ZCB.

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, cuyo perfil profesional corresponda a diplomado o licenciado en Turismo, Comunicación, Documentación, Historia del Arte, Filologías, con conocimientos y experiencia en el ámbito turístico de la ciudad de Zaragoza y dominio de al menos dos lenguas, además de español, siendo una de ellas inglés:

1. **Coordinador del Equipo de Promoción y Receptivo**, cuya función principal será el liderazgo del equipo y la colaboración con el ZCB en la organización y realización de acciones concretas.
2. **Técnico de Apoyo**: cuya función principal será el apoyo técnico al coordinador/a y la ejecución de tareas específicas de promoción y comercialización de producto.
3. **Informador especializado en congresos**: que tendrá como función principal ejecutar todas aquellas tareas de ámbito promocional, comercialización e investigación asignadas por el coordinador/a y el técnico de apoyo.

6.- DIRECCIÓN DE SERVICIOS

El adjudicatario deberá coordinar y controlar todo el servicio prestado con la colaboración y supervisión de Zaragoza Turismo a través de la dirección del Zaragoza Convention Bureau (ZCB)

7.- CONDICIONES FUNCIONALES DEL CONTRATO DE SERVICIOS

La labor del adjudicatario estará dirigida por la Dirección del ZCB, que estará asistida por la Comisión de Comercialización y la Comisión de Socios/Calidad del mismo, ante las que presentará sus propuestas y planes y a la que dará cuenta de sus actuaciones.

8.- PERIODO DE CONTRATACIÓN

El periodo de vigencia del contrato será de dos años desde la firma del 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

El precio máximo anual por los servicios del contrato será de 96.016,80 Euros, IVA no incluido, (113.299,82 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. 94 de la Ley 30/2007, de 30 de octubre, de Contratos del Sector Público.

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

-Coordinador del Equipo de Promoción y Receptivo::

Precio unitario hora 18.08€ /hora
Horas máximas estimadas 2.035 horas/año
Presupuesto estimado 36.792,80€

- Técnico de apoyo:

Precio Unitario hora 17.21 €/ hora
Horas máximas estimadas 1.870 horas/año
Presupuesto estimado 32.182,70 €

- Informador especializado en congresos:

Precio Unitario hora 15.86€/ hora
Horas máximas estimadas 1.705 horas/año
Presupuesto estimado 27.041,30 €

El importe de licitación, atendido el plazo de duración del contrato, que es de dos años, es de 192.033,60 euros (IVA no 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 384.067,2 euros (IVA no incluido).

En estas cantidades quedan incluidos los costes de personal del servicio, los gastos administrativos y el control que pueda tener la empresa adjudicataria.

Las empresas candidatas deberán presentar un presupuesto, con 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. En el siguiente año, y en caso de prórroga del contrato, la empresa podrá solicitar la revisión de precios, que se realizará mediante la aplicación del Índice de Precios al Consumo (I.P.C.) elaborado por el I.N.E. correspondiente a los doce meses anteriores a la fecha de revisión, en el porcentaje establecido en el art. 78.3 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.

Las empresas deberán tener dentro de su objeto social actividades vinculadas a la atención turística y a servicios de Información y Gestión Turística.

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 del ZCB.

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**.

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 Específicas, tres sobres cerrados (A, B y C) con la documentación que en dichos Pliegos se detalla, además de lo indicado, respecto al sobre C, en esta cláusula.

El sobre C 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 de los trabajos objeto del contrato.

3.- Una propuesta del modelo de gestión objeto del contrato, cuya adaptación metodológica comprenderá los siguientes apartados:

- a/ Descripción del contexto y marco de intervención
- b/ Objetivos específicos con sus indicadores de evaluación
- c/ Propuesta de actividades, temporalización y contenidos.
- d/ Metodología general y estrategias concretas de intervención
- e/ Mecanismos de organización interna
- f/ Mecanismos de coordinación con el entorno.
- g/ Presupuesto y criterios de gestión del mismo
- h/ Mecanismos, criterios e instrumentos de evaluación

4.- 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:

Memoria Técnica. **Hasta 45 puntos.**

CRITERIOS OBJETIVOS:

1. **Oferta económica.** Se valorará hasta un máximo de 40 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:

$$s = \frac{\text{Punto} \quad 40 \times \text{min.}}{\text{Of}}$$

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. Las mejoras deberán estar valoradas económicamente. Sólo se procederá a su valoración si se consideran necesarias para la prestación del servicio. **Hasta 15 puntos.**

Por cada 1.000 euros valorados en mejoras se asignará 1 punto, hasta un máximo de 15 puntos.

14. 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 al ZCB 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 el ZCB, facultará a éste, en caso de manifiesta reincidencia, a declarar la extinción del contrato.

15. 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.

16.- 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, 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.

17. 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 100.000,00 Euros.

I.C. de Zaragoza a 10 de noviembre de 2010

Inmaculada Armisén Sáenz de Cenzano
Directora

Elena Allué de Baro
Concejal Delegada de Fomento y
Turismo

ANEXO 1

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO DE PROMOCIÓN Y RECEPTIVO DEL ZCB.

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 el ZCB 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, el ZCB participará con asistencia personalizada en stand propio o bajo el auspicio de otras entidades (Turespaña o 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., el ZCB 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 ZCB 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 ZCB 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 el ZCB forma parte (SCB, ECM, MPI e ICCA).

• 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 ZCB 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 ZCB.

• PRESENCIA ACTIVA EN ASOCIACIONES DEL SECTOR

El ZCB pertenece a las más importantes asociaciones del sector congresual: Spain Convention Bureau, ECM, MPI e ICCA.

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 ZCB.

• 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 al ZCB, 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 el ZCB.

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

• SISTEMA DE ENCUESTACIÓN

Con el objetivo marcado en el Manual de Calidad del ZCB, 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 ZCB, que se detallan a continuación:

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

• PRESTACIÓN DE SERVICIOS A CONGRESOS

Una de las actividades más destacadas del ZCB 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 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, el ZCB debe conseguir que Zaragoza crezca como ciudad sede de congresos y convenciones, principal premisa de su filosofía.