

14 AGO. 2014

A Secretaría de Goberno local,

# PREGOS DE PRESCRIPCIÓNES TÉCNICAS PARA A CONTRATACIÓN DE SERVIZOS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DA CIDADE DE VIGO.

## Antecedentes

O turismo é unha das principais actividades económicas de Galicia, representando el 10,6% do PIB e o 9,92% do emprego. Para o desenvolvemento dun destino turístico, o transporte e as comunicacións e especialmente la **conectividad aérea directa**, son pezas clave para o desenvolvemento deste.

A normativa vixente en materia de réxime local, así como a lei 7/2011 do Turismo de Galicia atribúen aos concellos a protección e promoción dos recursos turísticos no seu municipio.

Nos últimos anos, a cidade de Vigo xestionou un Plan de Competitividade Turística que permitiu dispoñer de novos produtos turísticos, segmentados e con gran capacidade de comercialización. Todos eles dispoñen dun denominador común na marca "Vigo un mar de...." que se sintetizan nos seguintes produtos/experiencias cabeceira de Marca:

1. UN MAR DE VIDA. Turismo Urbano
2. UN MAR DE NATUREZA. Turismo Activo
3. UN MAR DE SABORES. Turismo Gastronómico
4. UN MAR DE CULTURA. Turismo Cultural
5. UN MAR DE NÁUTICA. Turismo Náutico
6. UN MAR DE NOITES. Ocio Nocturno
7. RÍA DE VIGO. Illas Cíes

Destaca ademais a necesidade de promover as Illas Cíes como produto e recurso turístico de referencia (segundo recurso turístico máis visitado de Galicia detrás da Catedral de Santiago), deseñando accións de promoción que faciliten a difusión e coñecemento da súa anunciada candidatura a Patrimonio da Humanidade da Unesco.

1



Copia auténtica do orixinal - Concello de Vigo

Data impresión: 29/07/2014 09:09 Páxina 1 de 8

Expediente 5238/104

Código de verificación: 24EA3-44ACB-EB843-4ED2E

Pode validar e/ou obter copia electrónica do documento utilizando o código QR da esquerda ou o código de verificación na dirección da sede electrónica <http://www.vigo.org/csv>

14 AGO. 2014

Por outra parte e tal e como reflicte AENA nos seus informes, Vigo constitúe a maior área de captación de pasaxeiros de Galicia, con máis de 3.000.000 de usuarios aeroportuarios potenciais. Non obstante o Aeroporto de Vigo está a sufrir un descenso continuado do tráfico, rutas e usuarios que ten como resultado unha **redución do 52% de pasaxeiros nos últimos 6 anos**.

A **correlación existente entre a captación de turistas dun destino e a conectividade de transporte** ten o seu reflexo nunha caída do número de viaxeiros e número de pernoctas na cidade entre os anos 2011 e 2013, que pasan de 355.750 viaxeiros no 2011 a 288.681 en 2013.

É por este motivo que xorde a necesidade de **incrementar as accións de promoción e comunicación en destinos que xa vén realizando o Concello de Vigo**, en especial a través do Plan de Competitividade Turística. A finalización do Plan de Competitividade a comezos do ano 2014 provoca a necesidade de realizar novas actuacións que garantan a sostenibilidade continuada das accións de promoción do destino Vigo.

A través destas accións buscase **atraer novos turistas** procedentes de **novos mercados** mediante conectividade aérea directa coa cidade de Vigo. A estes efectos considéranse novos destinos aqueles que non dispoñen de ruta aérea directa coa cidade de Vigo con anterioridade á publicación dos presentes pregos de contratación.

### 1. Obxecto do Contrato

O obxecto do presente prego é definir as condicións técnicas que han de rexer a prestación dos **servizos de promoción turística da cidade de Vigo en novos mercados turísticos nacionais e internacionais**.

### 2. Características técnicas e descrición do servizo

As estratexias de promoción habituais nos destinos turísticos poñen de manifesto a importancia de **vincular as accións de promoción coa apertura de novas rutas de comunicación aérea**, e polo tanto, identificar e cuantificar a chegada de novos turistas. Entre as diferentes accións posibles, resultan de especial interese aquelas que permitan proxectar o nome de Vigo e as súas marcas turísticas en máis dun destino.

A análise dos datos de mobilidade aérea permite obxectivar e cuantificar axeitadamente o impacto das actuacións obxecto do

2



14 AGO. 2014

A Secretaría de Goberno local,

presente prego. Para isto é necesario contar cos datos de pasaxeiros que teñen a orixe da viaxe fóra da cidade de Vigo.

### 3. Mercado obxectivo

O obxectivo deste contrato é a promoción do destino Vigo en cidades dentro do territorio peninsular, de tamaño medio (por enriba de 150.000 habitantes) e potenciar a conectividade insular da nosa cidade.

Igualmente búscase a conectividade internacional, ben a través das principais urbes europeas ou a través das cidades de menor tamaño pertencentes a áreas metropolitanas de maior dimensión.

As accións a desenvolver se implementarán en cidades con rutas directas coa cidade de Vigo, que xustifiquen a atracción de turistas de diferentes perfís/segmentos principalmente turismo de escapada (*citybreaker*), negocios, familiar, xoven, gastronómico e de eventos/reunións (MICE).

### 4. Presentación de propostas polos licitadores

Os licitadores deberán de detallar nas súas propostas a apertura de novas rutas e cidades a conectar con Vigo sobre as que se van a realizar as accións de promoción. Só se terán en conta aquelas propostas de promoción que inclúan novas conexións aéreas coa cidade de Vigo e que cumpran os seguintes requisitos mínimos:

- Operación da ruta durante un mínimo de **12 semanas**.
- O mínimo de frecuencias semanais debe de ser de **dúas operacións, de ida e volta**.
- Todas as rutas ofertadas terán que se manter, unha vez abertas, durante o período de vixencia do contrato. En caso de que por causas alleas ao contrato e xustificadas axeitadamente polo contratista fose conveniente a substitución dunha ruta por outra equivalente, deberá de autorizarse expresamente polo Concello de Vigo.

### 5. Accións de promoción.

Os licitadores realizarán as súas propostas sobre a base das seguintes accións.

1. **Vinilado de avións** coa imaxe de promoción turística de Vigo que se facilite dende o departamento de Turismo do Concello e nunha proporción que visualmente permita facilmente a súa identificación. Deberase de entregar o borrador de vinilado e o

3




14 AGO. 2014

A Secretaria de Goberno local,  
P. G.

número de avións. Estes avións non teñen por qué estar adscritos en exclusiva á Ruta conectada con Vigo.

2. **Bautismo de avións** co nome dalgunha das marcas turísticas de Vigo descritas no apartado de antecedentes do presente prego.
3. Actuacións de comunicación en novos destinos para promover a cidade e que se deberán de **identificar e cuantificar na oferta** dos licitadores, que polo menos deberá conter accións concretas, cun mínimo en cada un dos sub-apartados seguintes conforme á seguinte proposta:
  - a. **Accións a Bordo:** *(Polo menos dúas accións de entre os tres subapartados propostos)*
    - i. Voces de promoción en voos
    - ii. Inclusión de reportaxes nas revistas de a bordo ou publicacións e folletos específicos para distribuír dentro dos avións.
    - iii. Utilización de soportes dentro do avión tales como repousacabezas e compartimentos portaequipaxe.
  - b. **Accións online:** *(Ao menos tres accións de entre os catro subapartados propostos)*
    - i. Envío de *newsletters on-line*
    - ii. Publicidade a través de banners e anuncios específicos nas "home" das compañías
    - iii. Ligazóns Web coa páxina de **turismodevigo.org**.
    - iv. Utilización das redes sociais para dar a coñecer o destino Vigo.
  - c. **Accións offline:** *(Polo menos catro accións de entre os cinco subapartados propostos)*
    - i. Rolda de prensa de presentación do destino nas novas cidades conectadas a través do presente contrato.
    - ii. Desenvolvemento de accións de promoción vinculada aos voos inaugurais
    - iii. Apoio a través de billetes de promoción e accións de comunicación en colaboración con polo menos tres eventos culturais que se desenvolvan na cidade de Vigo.
    - iv. Organización de viaxes de familiarización de prensa especializada e Blogs de Viaxe (Fam Trips)
    - v. Accións comerciais, presentacións comerciais ou visitas a turoperadores e axencias de viaxe.

Todas as accións de comunicación deberán de ser aprobadas por parte do responsable do contrato tanto nos seus aspectos formais como nas ideas gráficas e creativas. Para iso as propostas de arte

	Copia auténtica do orixinal - Concello de Vigo	Data impresión: 29/07/2014 09:09	Páxina 4 de 6
	Expediente 5238/104	Código de verificación: 24EA3-44ACB-EB848-4ED2E	
	Pode validar e/ou obter copia electrónica do documento utilizando o código QR da esquerda ou o código de verificación na dirección da sede electrónica <a href="http://www.vigo.org/csv">http://www.vigo.org/csv</a>		

14 AGO. 2014

A Secretaría de Goberno local,

final deberán de ser enviadas ao concello con polo menos 15 días de antelación sobre a data prevista de posta en marcha.

En todo caso o adxudicatario deberá respectar o manual de identidade corporativa de turismo de Vigo en todas as aplicacións e accións de promoción que realice.

Os licitadores deberán de entregar nas súas propostas un calendario de execución das actuacións de promoción propostas.

## 6. Prazo de execución

O prazo de execución para a prestación do servizo obxecto do presente contrato será de **39 meses** de duración máxima. En todo caso, o contrato finalizará a 31 de Decembro de 2017.

## 7. Propiedade intelectual

O contratista acepta expresamente que, en virtude do presente contrato, todos os dereitos de explotación e a titularidade dos produtos realizados corresponden só ao Concello de Vigo. Ademais, o Concello de Vigo poderá reproducir, publicar e divulgar, parcial ou totalmente, todos os informes, resultados e produtos, sen que poida opoñerse a empresa adxudicataria e/ou os autores materiais dos traballos.

## 8. Protección de datos

O adxudicatario queda obrigado ao cumprimento da lexislación vixente en materia de protección de datos de carácter persoal, en todo o que sexa de aplicación ao presente prego, conforme ao disposto nas normas que se relacionan a continuación:

- Lei Orgánica 15/1999, do 13 de decembro, de Protección de Datos de Carácter Persoal.
- Real Decreto 994/1999, de 11 de xuño, polo que se aproba a Lexislación de medidas de seguridade dos ficheiros automatizados que conteñan datos de carácter persoal.
- Disposicións de desenvolvemento das normas anteriores en materia de protección de datos que se encontren en vigor no momento da adxudicación de este contrato ou que poidan estalo durante a súa vixencia.



14 AGO. 2014

A Secretaría de Goberno local,  
P.O.

### 9. Coordinación do contrato.

O contratista designará un delegado que será o único interlocutor entre a empresa e o Concello e velará pola correcta execución das prestacións obxecto de contrato, e a través do cal se canalizarán as posibles incidencias que xurdan na execución. Salvo casos excepcionais debidamente xustificados, o responsable municipal do contrato unicamente manterá relación por razón da execución deste co delegado da empresa, sen prexuízo da debida relación de cordialidade e colaboración co resto do persoal do adxudicatario no desenvolvemento do seu traballo.

### 10. Obriga de facilitar información

O Concello de Vigo poderá requirir da empresa adxudicataria, en calquera momento que complete ou amplíe os informes necesarios para mellor seguimento do contrato. Durante a execución do traballo obxecto da contratación, o adxudicatario comprométese a facilitar en todo momento, ao Concello de Vigo, a información e documentación que solicite para dispoñer dun pleno coñecemento das circunstancias en que se desenvolve o traballo, así como os eventuais problemas que poidan suscitarse, e das tecnoloxías, métodos e ferramentas utilizados para resolvelos.

### 11. Información a facilitar polo contratista

Anualmente deberá presentar un informe sobre o desenvolvemento do contrato no prazo dos 30 días seguintes á finalización do ano. Un mes antes da finalización do contrato deberá presentar unha memoria sobre os resultados de execución do contrato durante todo o período contractual.

Vigo, 16 de xullo de 2014





**CONCELLO DE VIGO**  
**CONTRATACIÓN**  
Expediente 5238-104

APROBADO NA SESIÓN DA XUNTA  
DE GOBERNO LOCAL DE DATA

14 AGO. 2014

A Secretaría de Goberno local,  
P.O.

**INFORME**

Recibido no servizo de contratación o expediente 5238-104, se procede a revisar a documentación incluída no mesmo. Se comproba que reúne a documentación esixida pola lexislación vixente en materia de contratación pública, a saber:

- A xustificación da necesidade e idoneidade do contrato a que se refire o artigo 22 do Real Decreto Lexislativo 3/2011, de 14 de novembro, polo que se aproba o texto refundido da Lei de Contratos do Sector Público (en adiante TRLCSP), previa á resolución de inicio do expediente.
- A resolución do concelleiro delegado que inicia o expediente (artigo 109.1 TRLCSP).
- Xustificación da correcta estimación do importe do contrato a que fai referencia o artigo 87.1 do TRLCSP, así como a forma de aboamento do prezo do contrato.
- Os criterios de adxudicación (artigo 109.4 e 150 TRLCSP).
- Xustificación do procedemento elixido (artigo 109.4 TRLCSP).
- Prego de prescricións técnicas particulares (artigo 109.3 TRLCSP).

Comprobado este extremo, se procede a redacción do prego de cláusulas administrativas particulares, conforme a esixencia do artigo artigo 109.3 TRLCSP.

Vigo, 1 de agosto de 2014  
A xefa do servizo de contratación

Beatriz Barbará Rodríguez

ASINADO POR Xefa Do Servizo De Contratación (Beatriz Barbará Rodríguez) 2014-08-01T14:38:27+02:00 -

Documento asinado



Copia auténtica do orixinal - Concello de Vigo  
Expediente 5238/104

Data impresión: 01/08/2014 14:39 Páxina 1 de 1  
Código de verificación: 2BEB3-24AE3-B5348-3E434

Pode validar e/ou obter copia electrónica do documento utilizando o código QR da esquerda ou o código de verificación na dirección da sede electrónica <http://www.vigo.org/csv>