

Servizo de Turismo

CONCELLERÍA
DE
FESTAS E TURISMO

CONCELLO
DE VIGO



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE VIGO Y RÍAS BAIXAS 2016-2019.

1.OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del presente pliego es definir las condiciones técnicas que regirán la prestación de los servicios de promoción turística de Vigo y de las Rías Baixas en mercados turísticos relacionados con el área mediterránea peninsular e insular, con el objetivo de atraer turistas procedentes de estos mercados, a través de:

- El establecimiento de conectividad aérea directa desde Valencia, Palma de Mallorca e Ibiza con la ciudad de Vigo.
- El desarrollo de acciones de promoción turística.

Las acciones a desarrollar procurarán la atracción de turistas de diferentes perfiles y segmentos centrándose principalmente en el turismo de escapada (citybreaker), negocios, familiar, juvenil, gastronómico y de eventos y reuniones (MICE).

2.CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS.

Las estrategias de promoción turística de Vigo y las Rías Baixas en los mercados turísticos vinculados con las operaciones de las rutas Vigo-Valencia, Vigo-Palma de Mallorca y Vigo-Ibiza, en el mercado turístico mediterráneo peninsular e insular español, deben implementarse en la búsqueda de la atracción de turistas de diferentes perfiles y segmentos centrándose principalmente en el turismo de escapada (citybreaker), negocios, cultural, familiar, juvenil, gastronómico, de eventos y reuniones.

Entre las diferentes acciones posibles, resultan de especial interés, aquellas que permitan proyectar el nombre de Vigo y las Rías Baixas y sus marcas turísticas en más de un destino a través de las aeronaves y medios de comunicación de las aerolíneas, así como entre todo el pasaje que viaje en las dichas aeronaves y cuantos lean la información contenida en revistas, flyers y página web de la compañía aérea adjudicataria.

3.CONDICIONES MÍNIMAS PARA A PRESTACIONES DE LOS SERVICIOS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA:

Las acciones de promoción turística de Vigo y Rías Baixas, que deberán desarrollar los licitadores consistirán como mínimo en:

3.1.- Vinilado del fuselaje: El licitador deberá ofertar para toda la vigencia del contrato un mínimo de tres aviones vinilados parciales. Dicho vinilado deberá corresponderse con una imagen de promoción turística de Vigo y las Rías Baixas.

La imagen de promoción turística de Vigo y Rías Baixas se facilitará desde el departamento de Turismo del Ayuntamiento, en una proporción visual que permita fácilmente su identificación.

Se deberá entregar una propuesta gráfica del área del vinilado, con indicación de las proporciones expresadas en centímetros e indicar el número de aviones. Estos aviones no tienen por que estar adscritos en exclusiva a las rutas conectadas con Vigo.

Los costes de esta acción correrán a cargo de la empresa adjudicataria.

3.2.- Actuaciones de comunicación: El licitador deberá ofertar para el desarrollo de las acciones de promoción turística una propuesta de actuaciones de comunicación para promover el destino Vigo y Rías Baixas, en los destinos vinculados al objeto del contrato que deberá atender como mínimo los siguientes ámbitos de promoción:

3.2.1.- Acciones a bordo:

Deberán ofertarse al menos 2 acciones de entre los 3 párrafos propuestos. El coste de estas acciones correrán a cargo de la empresa adjudicataria.

a.- Voces de promoción en vuelos.

Los licitadores deberán presentar propuesta del mensaje de promoción en vuelos que llevará a cabo en un mínimo de 5 aviones por un período no inferior al 50% del tiempo de las operaciones de las rutas establecidas en este pliego, en la segunda, tercera y cuarta anualidad, pudiendo ser ampliado en cuyo caso se tendrá en cuenta en su valoración.

b.- Inclusión de un mínimo de 2 portadas y 2 reportajes anuales:

Esta acción deberá desarrollarse en las revistas propias de a bordo. En caso de no tener revista, esta acción podrá sustituirse por la elaboración y entrega de folletos promocionales de la ciudad de Vigo y las Rías Baixas, para distribuir dentro de los aviones, por cuenta del adjudicatario, con una tirada mínima de 10.000 folletos promocionales para cada una de la segunda, tercera y cuarta anualidad. Los licitadores deberán presentar en su oferta propuesta detallada.

c.- Utilización de soportes dentro del avión.

El licitador deberá de ofertar como mínimo 2 soportes entre los 3 que definen en este apartado:

c.1.- Utilización de los compartimentos de equipaje en un mínimo de 5 aviones por un período no inferior al 50% del tiempo de las operaciones de las rutas establecidas en este pliego, en la segunda, tercera y cuarta anualidad, pudiendo este ser ampliado en cuyo caso se tendrá en cuenta en su valoración.

c.2.- Utilización de los cabezales de los asientos en un mínimo de 5 aviones por un período no inferior al 50% del tiempo de las operaciones de las rutas establecidas en este pliego, en la segunda, tercera y cuarta anualidad, pudiendo este ser ampliado en en cuyo caso se tendrá en cuenta en su valoración.

c.3.- Utilización de elementos de mayordomía (servilletas, toallitas, posavasos, manteles) en un mínimo de 5 aviones por un período no inferior al 50% del tiempo de las operaciones de las rutas establecidas en este pliego, en la segunda, tercera y cuarta anualidad, pudiendo este ser ampliado en cuyo caso se tendrá en cuenta en su valoración.

3.2.2.- Acciones online:

Deberán ofertarse al menos 3 acciones de entre las 4 siguientes:

a) Envío de a el menos 5 newsletters online sobre el destino Vigo y las Rías Baixas, en la segunda, tercera y cuarta anualidad del contrato, con una base de datos de un mínimo de 50.000 contactos.

b) Publicidad del destino Vigo y las Rías Baixas mediante la inclusión de a el menos 1 banner o anuncios específicos en las homepage de la compañía durante toda la duración del contrato.

c) Enlaces web con la página de turismodevigo.org y turismoriasbaixas.com. Durante toda la duración del contrato.

d) Utilización de las redes sociales para dar a conocer el destino Vigo y Rías Baixas, mediante un

mínimo de 12 publicaciones o impactos en la en la segunda, tercera y cuarta anualidad del contrato.

3.2.3.- Acciones offline:

El licitador deberá ofertar como mínimo 2 acciones de entre las 3 propuestas indicadas a continuación:

a) Realización de 3 ruedas de prensa de presentación de los destinos vinculados al objeto del contrato para la consecución de la promoción turística, así como las acciones organizativas derivadas de las mismas; nota de prensa, acciones promocionales, etc. Serán como mínimo una rueda de prensa por cada destino y podrán llevarse a cabo a lo largo de la duración del contrato.

b) Organización de un mínimo de 3 viajes para prensa especializada para la promoción y acciones de comunicación (con un mínimo de 3 o 5 personas) para famtrips, workshops o actividades análogas que determine el Ayuntamiento de Vigo. Estas podrán llevarse a cabo a lo largo del contrato.

En este caso el adjudicatario correrá con todos los gastos derivados del viaje, incluidos transporte, alojamiento y mantenimiento, traslados y actividades de los participantes en el viaje.

c) Establecimiento de una bolsa de billetes, mínimo 75 return tickets a la disposición del Ayuntamiento de Vigo, para el apoyo y gestión de la promoción turística de Vigo a lo largo del período de duración del contrato.

4.CONDICIONES MÍNIMAS PARA LA DETERMINACIÓN DE LOS DESTINOS DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA:

Las rutas aéreas deberán cumplir los siguientes requisitos mínimos:

VIGO-VALENCIA-VIGO: Con una frecuencia mínima de 2 vuelos semanales, de ida y vuelta, operará durante un mínimo de 24 semanas, abarcando los meses de abril a septiembre ambos incluidos, con la posibilidad de ampliación de las rutas en el período que comprenda la Semana Santa o de cualquier otro período que sea de interés para la promoción turística, previa comunicación al Ayuntamiento de Vigo.

VIGO-PALMA DE MALLORCA-VIGO: Con una frecuencia mínima de de 2 vuelos semanales, de ida y vuelta, operará durante un mínimo de 16 semanas, abarcando los meses de junio a septiembre, ambos incluidos, con la posibilidad de ampliación de las rutas en el período que comprenda la Semana Santa o de cualquier otro período que sea de interés para la promoción turística, previa comunicación al Ayuntamiento de Vigo.

VIGO-IBIZA-VIGO: Con una frecuencia mínima de de 2 vuelos semanales, de ida y vuelta, operará durante un mínimo de 16 semanas, abarcando los meses de junio a septiembre, ambos incluidos, con la posibilidad de ampliación de las rutas en el período que comprenda la Semana Santa o de cualquier otro período que sea de interés para la promoción turística, previa comunicación al Ayuntamiento de Vigo.

Todas las rutas ofertadas tendrán que mantenerse, una vez abiertas, durante todo el período de vigencia del contrato. En caso de que por causas ajenas al contrato, y justificadas adecuadamente por el contratista, fuera conveniente el relevo de una ruta por otra equivalente, el cambio deberá de autorizarse expresamente por el órgano de contratación del Ayuntamiento de Vigo.

5.EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES DE PROMOCIÓN

5.1 Cronograma de ejecución.

Los licitadores incluirán en el Plan de organización de las acciones de promoción, un cronograma de ejecución de las actuaciones de promoción propuestas.

En el plazo de un mes desde la formalización del contrato la Concejalía de Turismo deberá aprobar este cronograma, pudiendo realizar ajustes, de conformidad con el contratista.

5.2 Aprobación de las acciones de promoción por el Ayuntamiento de Vigo

Todas las acciones de promoción deberán ser aprobadas por la Concejalía de Turismo, tanto sus aspectos formales (diseño, formato, tamaños, textos e imagen) cómo las ideas gráficas y creativas, previamente a su edición, puesta en marcha o impresión.

El contratista presentará las propuestas en el Registro General del Ayuntamiento con una antelación mínima de 30 días sobre la fecha prevista de puesta en marcha, deberá aprobar el uso de las creatividades, y el contenido.

En todo caso el adjudicatario deberá respetar el manual de identidad corporativa de turismo de Vigo y de Rías Baixas en todas las aplicaciones y acciones de promoción que realice.

5.3 Costes de las acciones de promoción.

Todos los costes de las acciones de promoción correrán a cargo de la empresa adjudicataria.

6.PROPIEDAD INTELECTUAL

El contratista acepta expresamente que, en virtud del presente contrato, todos los derechos de explotación y la titularidad de los productos realizados corresponden sólo al Ayuntamiento de Vigo. Además, el Ayuntamiento de Vigo podrá reproducir, publicar y divulgar, parcial o totalmente, todos los informes, resultados y productos, sin que pueda oponerse la empresa adjudicataria y/o los autores materiales de los trabajos.

7. COORDINACIÓN DEL CONTRATO

El contratista designará un delegado que será el único interlocutor entre la empresa y el Ayuntamiento y velará por la correcta ejecución de las prestaciones objeto del contrato, y a través del cual se canalizarán los posibles incidentes que surjan en la ejecución. Salvo casos excepcionales debidamente justificados, el responsable municipal del contrato únicamente mantendrá relación por razón de la ejecución de este, con el delegado de la empresa, sin perjuicio de la debida relación de cordialidad y colaboración con el resto del personal del adjudicatario en el desarrollo de su trabajo.

8.DEBER DE FACILITAR INFORMACIÓN

El contratista deberá elaborar informes trimestrales sobre todos los aspectos relativos a la ejecución del contrato, que presentará con la correspondiente factura trimestral.

El Ayuntamiento de Vigo podrá requerir a la empresa adjudicataria, en cualquier momento que complete o amplíe estos informes o la realización de otros informes complementarios si fuera necesario para lo mejor seguimiento del contrato, así como la documentación que precise para disponer de un pleno conocimiento de las circunstancias en que se desarrolla el trabajo, así como para resolver los eventuales problemas que puedan suscitarse en la ejecución.

El contratista deberá presentar una memoria anual sobre el desarrollo del contrato.

Un mes antes de la finalización del contrato deberá presentar una memoria final sobre los resultados de ejecución del contrato durante todo el período contractual.

Vigo, la fecha de la firma digital.

La técnica de Turismo

Asdo. Fátima Dueñas

Conforme,
La jefa del servicio de Turismo

Asdo.: M^a Pilar Díaz de Bustamante