



Nº DE EXPEDIENTE:

SP21-00281 - UK
SP21-00282 - ALEMANIA
SP21-00283 - FRANCIA
SP21-00284 - ITALIA

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES QUE HAN DE REGIR LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ACCIONES DE MARKETING A COMPAÑÍAS AEREAS QUE REPERCUTAN EN LA CONECTIVIDAD AEREA CON MERCADOS EUROPEOS DE CORTO RADIO (UK, ALEMANIA, FRANCIA E ITALIA) PARA MADRID DESTINO CULTURA TURISMO Y NEGOCIO, S.A., A ADJUDICAR POR PROCEDIMIENTO ABIERTO.

Contenido

1. OBJETO	2
2. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	4
1. Objeto del contrato	4
2. Descripción de los servicios solicitados	4
3. Descripción objetivos y directrices estratégicas del servicio	5
4. RESPONSABLE DEL SERVICIO / SUSTITUTO	8
5. RESPONSABLE DEL CONTRATO DE MADRID DESTINO	8
6. RESPONSABILIDAD.....	9
7. OBLIGACIONES LABORALES Y SOCIALES.....	9
8. CLÁUSULAS SOCIALES Y CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN	10
10. PROTECCIÓN DE DATOS Y CONFIDENCIALIDAD	13
10.1. Normativa	13
10.2. Tratamiento de Datos Personales	13
10.3. Estipulaciones como Encargado de Tratamiento	14
10.4. Sub-encargos de tratamiento asociados a Subcontrataciones	18
10.5. Información.....	19
11. Solicitud de información.	20
ANEXO I	21



1. OBJETO

Madrid Destino Cultura Turismo y Negocio, S.A. (en adelante, "Madrid Destino") tiene, entre otros objetivos, la gestión de programas y actividades culturales, formativas y artísticas, la organización, apoyo y difusión de las mismas, la prestación de todos los servicios e infraestructuras integrantes o complementarios de estos programas y actividades, la gestión de cualesquiera centros, espacios, recintos, dependencias y/o servicios culturales, cuya gestión le fuera encomendada temporal o indefinidamente, o cuyo uso le fuera cedido por el Ayuntamiento de Madrid, incluida la contratación y ejecución de las obras, instalaciones, servicios y suministros para los mismos, la gestión de las políticas municipales de promoción e información turística de la Ciudad de Madrid, la proyección de su imagen a nivel nacional e internacional y la gestión y explotación de los derechos de propiedad intelectual derivados de las obras susceptibles de generar tales derechos resultantes de las anteriores actividades, así como la prestación por cuenta propia o ajena de todo tipo de servicios relacionados con la organización, dirección, producción y administración de eventos, ya sean deportivos, exposiciones, congresos, convenciones, seminarios, ferias, y cualquier otro evento de naturaleza similar.

Para la consecución de estos objetivos, Madrid Destino, respondiendo a su tarea, entre otras, de gestión de políticas municipales de promoción e información turística de la Ciudad de Madrid, desarrolla estrategias, planes y acciones, a través de su área de Turismo, y muy especialmente a través del Departamento de Travel Trade&Conectividad.

Madrid Destino, a través de este departamento de Travel Trade&Conectividad, viene ya desarrollando desde, al menos, hace cinco años, una estrategia de conectividad de corto, medio y largo radio cuyo objetivo principal es potenciar el número de rutas directas a nuestra ciudad, sus frecuencias y por consiguiente la capacidad aérea, el tráfico de pasajeros y por consiguiente de turistas a Madrid. Este enfoque estratégico hacia un marketing con las aerolíneas que operan la ciudad de Madrid responde a una necesidad real en el Sector de Turismo acentuada por las circunstancias producidas por la pandemia mundial del COVID-19.

En efecto, la situación excepcional producida por la pandemia mundial del COVID-19 con la reducción drástica del número de vuelos ha provocado que tanto el Estado Español, como el resto de países del mundo, incluidos los países de los mercados estratégicos para el turismo de la ciudad, tomarn decisiones que han supuesto una reducción drástica del número de operaciones con destino y origen en la ciudad de Madrid con respecto a las cifras de 2019. Como consecuencia de todas estas restricciones, Madrid ha estado y está sufriendo una crisis sin precedentes del turismo sufrida por la pandemia del coronavirus que ha derrumbado las cifras de tráfico aéreo al aeropuerto de Madrid.

En efecto, el aeropuerto que fue 5º en 2019 en la Unión Europea (en número de pasajeros) ha sufrido desde marzo del 2020 un descenso drástico de su tráfico aéreo.

El Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas es creador directo del PIB de Madrid (alrededor del 10% de la CAM), generador de empleo (40.000 directos, 100.000 indirectos en la CAM y 300.000 indirectos en toda España).

Datos tráfico aeropuerto hasta Diciembre 2020:

- Enero 2020:4.663.407, +6,3% del tráfico en Enero del 2019.



- Febrero 2020: 4.396.631, +6,0% del tráfico en Febrero del 2019.
- Marzo 2020: 1.975.303, el 40,3% del tráfico en Marzo del 2019.
- Abril 2020: 46.743, el 0,9% del tráfico en Abril del 2019.
- Mayo 2020: 81.263, el 1,6% del tráfico en Mayo del 2019.
- Junio 2020: 194.734, el 3,5% del tráfico en Junio del 2019.
- Julio 2020: 990.899, el 16,7% del tráfico en Julio del 2019.
- Agosto 2020: 1,4 millones pasajeros, el 23,4% del tráfico en Agosto del 2019.
- Septiembre 2020: 985.077, el 17,7% del tráfico en Septiembre del 2019.
- Octubre 2020: 736.113, el 13,4% del tráfico en Octubre del 2019.
- Noviembre 2020: 697.692, 14,6% del tráfico en Noviembre 2019.
- Diciembre 2020: 988.144, 20,3% del tráfico en Diciembre 2019.

Datos tráfico aeropuerto desde Enero 2021:

- Enero 2021: 845.168, -81.9 % del tráfico en Enero del 2020.
- Febrero 2021: 752.969, -82.9% 6,0% del tráfico en Febrero del 2020.
- Marzo 2021: 971.453, -50.8% del tráfico en Marzo del 2020, pero un - 80.2% en Marzo 2019
- Abril 2021: 986.136, el 2000,9% del tráfico en Abril del 2020 pero un -80.5% en Abril 2019.

El nivel de actividad aérea previo a la pandemia de la COVID-19 no se recuperará al menos hasta 2024, de acuerdo con las previsiones de la Organización Europea para la Seguridad de la Navegación Aérea, Eurocontrol. Considera incluso, que lo más probable es que se tarde hasta 2026.

Por todo ello, es imprescindible empujar la conectividad aérea en la ciudad de Madrid, de todas las maneras posibles, una de ellas es fomentando al máximo acciones de comarketing junto a las principales aerolíneas que operan la ciudad de Madrid y desde las aéreas geográficas estratégicas de nuestro plan estratégico de Turismo que son las siguientes: UK, Alemania, Francia e Italia.

Por todo lo anterior y para el correcto ejercicio de sus competencias, Madrid Destino está llevando a cabo el correspondiente procedimiento de contratación de servicio de acciones de marketing a aerolíneas que repercutan en la conectividad aérea en dichos conforme al cual se solicita a las empresas del sector que presenten sus mejores ofertas.

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

La necesidad de que las proposiciones de las empresas licitadoras se adecúen a los requisitos exigidos con carácter de mínimos obligatorios en los pliegos, obedece a la propia finalidad de la contratación que se quiere llevar a cabo y a las necesidades que con ella se pretende satisfacer. En consecuencia, las ofertas de las empresas que no los cumplan, no pueden ser objeto de valoración y, por tanto, serán excluidas de la licitación.

La mera presentación de propuestas implica la aceptación sin reservas por parte del licitador y en todo caso por el adjudicatario, de las condiciones establecidas en los Pliegos que rigen la presente contratación.

2. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

1. *Objeto del contrato*

Este contrato tiene como objeto el servicio de acciones de marketing a compañías aéreas. Madrid Destino requiere la contratación de estos servicios para la promoción turística de la ciudad de Madrid y su repercusión en la conectividad aérea con mercados europeos de corto radio (UK, Alemania, Francia e Italia).

2. *Descripción de los servicios solicitados*

A continuación, se detalla la tipología de servicios que el adjudicatario podrá realizar durante el periodo de ejecución del contrato.

La enumeración de tipología de acciones ha incluir descrita a continuación en cada uno de sus lotes será meramente orientativa, pudiendo el licitador proponer argumentándolo las acciones que considere más oportunas para el mejor beneficio del proyecto.

1. Acciones de marketing B2C (y B2B si fuera necesario) para mejorar la promoción de Madrid a pasajeros de carácter Premium (definición más adelante). Puede incluir eventos y/o presentaciones en mercado emisor, la ruta de la aerolínea, junto a la marca y el destino Madrid en aquellos clientes potenciales. Puede incluir también acciones de street marketing en dichas ciudades, aeropuertos, salas VP, acciones a bordo; concursos ...
2. Comunicación del destino gracias a nuevos contenidos (fotos, videos, podcasts específicos aerolínea-destino...) y su difusión en soportes off y online de la aerolínea y/o externos: web, revistas, catálogos genéricos y específicos, escaparates, pantallas, mailings, posters, apps, newsletters, microsites, mostradores, tarjetas de embarque digitales y/o físicas, soportes a bordo... Todos estos contenidos deben permitir dar difusión de las novedades de Madrid.
3. Visitas comerciales (viajes de fidelización en destino) por parte del operador, con posibilidad de hacerlas junto con un técnico de Madrid Destino, así como viajes con sus AAVV en destino (fam trips) y a medios afines a su product (press/blogtrips) y comercialización en origen.
4. Campañas de publicidad conjuntas en soportes offline/online, en soportes internos o externos a la aerolínea. Puede incluir acciones con bloggers, influencers...



Nota: Posibilidad de acuerdos con partners premium de Madrid para aumentar visibilidad. Posibilidad también de acuerdos cruzados con Turoperadores, AAVV así como con marcas afines e instituciones culturales relevantes. Prioridad a la política de sostenibilidad de los partners.

El desarrollo de las acciones tácticas se realizarán conjuntas con Madrid Destino y estarán definidas mediante un plan de acción que incluirán las más modernas herramientas y canales para la obtención de la máxima rentabilidad de la inversión y consecución de los objetivos estratégicos.

Se ha decidido dividir este contrato en lotes dado que los servicios solicitados han de ofrecerse en diferentes mercados y entendemos que distintas empresas pueden ofrecer el servicio, según su conectividad desde ese mercado a Madrid.

El contrato queda dividido en cuatro lotes:

LOTE 1. Acciones de marketing de aerolíneas para la conectividad aérea de Mercados europeos de corto radio 1 (UK).

LOTE 2. Acciones de marketing de aerolíneas para la conectividad aérea de Mercados europeos de corto radio 2 (ALEMANIA)

LOTE 3. Acciones de marketing de aerolíneas para la conectividad aérea de Mercados europeos de corto radio 3 (FRANCIA).

LOTE 4. Acciones de marketing de aerolíneas para la conectividad aérea de Mercados europeos de corto radio 4 (ITALIA).

3. ***Descripción objetivos y directrices estratégicas del servicio***

Para cada uno de los 4 lotes, Madrid Destino se plantea los siguientes objetivos generales:

-La estrategia de las empresas licitantes debe estar orientada a la ampliación de la conectividad y de la capacidad aérea corto radio hacia la ciudad de Madrid afectando por consiguiente en el número de pasajeros y de turistas (leisure y MICE) a nuestra ciudad.

-Asimismo, se insta al licitador a la comunicación de Madrid como destino integral y oferta variada en todos sus segmentos y tipologías turísticas haciendo especial hincapié en el segmento de alto poder adquisitivo "Premium", el viajero Business y Bleisure.

-Promoción y difusión del destino Madrid teniendo como hilos conductores de promoción tanto las novedades que ofrece la ciudad, así como sus nuevas líneas de comunicación que se detallarán más adelante.

-Se dará especial importancia al City Break, a la promoción del destino cultural y urbano de Madrid pudiendo combinarlo con experiencias en su entorno natural.

-Se dará también especial importancia a viajes más sostenibles con estancia más larga para disminuir el impacto del viaje, con una oferta de actividades y experiencias menos masificadas, con posibles alianzas con partners con una política de sostenibilidad muy avanzada.



-Incremento de facturación y volumen de tráfico turístico a la ciudad (nº room nights y nº pax) e incrementar el gasto diario medio por turista.

-Apoyar en la estrategia de comunicación de la marca Madrid en su globalidad. Promover los valores positivos de la marca y la reputación online de la Ciudad de Madrid en su globalidad

-Tener en cuenta la sostenibilidad en las distintas fases del viaje, seguimiento de las pautas ODS 2020-2030.

-La estrategia será vigente durante el otoño 2021.

-Promoción y difusión del destino Madrid teniendo como hilos conductores de promoción tanto las novedades que ofrece la ciudad, así como sus nuevas líneas de comunicación que se detallarán más adelante.

-Implantación y uso de estas directrices en todos los elementos promocionales dedicados a la promoción del producto destino Madrid y/o oferta complementaria que realice la empresa adjudicataria durante el periodo de vigencia de contrato.

-Mejorar e incrementar la oferta, comercialización y venta del producto destino Madrid en el ámbito del corto radio aumentando volumen de ventas de vuelos a Madrid.

Estos objetivos y directrices estratégicas se han definido para toda la vigencia del contrato, hasta finales del 2021.

Para la consecución de estos objetivos, el adjudicatario deberá entregar 1 plan de acción de inicio. Seguido de 1 entregable para el cumplimiento de los objetivos marcados al finalizar el plazo de ejecución de las acciones planteadas en la propuesta.

Segmento PREMIUM

Las acciones de marketing irán enfocadas a la promoción de Madrid a sus pasajeros de más alto poder adquisitivo (pasajeros business, pasajeros miembros de su club de fidelización, pasajeros con tarjetas de la aerolínea, pasajeros consumidores de servicios extras de la compañía como pueden ser acceso a salas VIP, servicios a bordo, embarque prioritario...).

Estos pasajeros podrán tener interés en la nueva oferta premium de Madrid.

Datos del sector turístico- Segmento Premium

El **turismo premium** es un modelo de turismo que fundamenta su línea de trabajo en la creación de **experiencias únicas y exclusivas**, diseñadas a la medida, con productos turísticos en los que prevalece el contenido **vivencial, la creatividad y la emoción** frente a las fórmulas clásicas y los circuitos con mayor carga turística. Es un sector en el que, por otra parte, la asesoría de los profesionales es un valor añadido ampliamente reconocido y al alza.

Según el informe "**Shaping the Future of Luxury Travel**" elaborado por **Tourism Economics en 2016** patrocinado por **Amadeus**, señalaba (previo a crisis COVID-19), que los viajes de lujo se incrementarían un 6,2 por ciento en los próximos 10 años, un porcentaje que, en términos económicos, supondría un movimiento de capital por encima de los 1,15 billones de dólares en el año 2022. Lógicamente a partir de marzo 2020, con la crisis COVID -19 el sector turismo sufrió



un parón y los pronósticos para el crecimiento cambiaron como para el resto de segmentos. Aun así, expertos del sector turismo pronosticaron en mayo 2020 que el turismo de lujo tendría mejores perspectivas de recuperación porque sus clientes se han visto menos afectados y sus espacios “premium” son más fácilmente adaptables (*fuentes: Hosteltur*)

Sector turístico Madrid. - Segmento Premium

En concordancia con los principales actores del segmento Premium del sector turístico madrileño (hoteles, centros comerciales de lujo, museos, etc...), así como receptivos, clubs de fútbol y otros actores del sector, desde la Oficina de turismo de Madrid se detectó que las principales áreas geográficas emisoras para el segmento Premium para Madrid son: Norteamérica, LATAM, China y **Europa**.

Además, Madrid dispone de una **amplia y completa oferta turística Premium** (<https://www.esmadrid.com/premium-madrid>):

Oferta de alojamiento:

Incluye la oferta hotelera más exclusiva de la ciudad de Madrid, hoteles de cinco estrellas pertenecientes a las grandes cadenas hoteleras, así como hoteles boutique. Destacar que, en los últimos años en Madrid, se están lanzando proyectos de máxima envergadura orientados al segmento premium, como galerías comerciales, de ocio y lifestyle orientados a la excelencia, así como apertura y reapertura de establecimientos hoteleros de lujo que cambiarán la percepción de Madrid posicionándola como una excelente opción.

Oferta (eno)gastronómica:

En este apartado tienen cabida los restaurantes con estrella Michelin (<https://www.esmadrid.com/restaurantes-con-estrella>). Así como restaurantes y/o espacios gastronómicos de alta calidad.

Oferta de shopping:

En este apartado se incluye la oferta de shopping más exclusiva además de tiendas que ponen en valor la autenticidad del diseño y la artesanía local de calidad (dentro de esta categoría podrían incluirse alguno de los comercios centenarios más representativos, así como los más innovadores diseñadores y artesanos, además de tiendas de antigüedades o galerías de arte)

Oferta cultural:

Incluye las empresas y/o instituciones que ofrezcan experiencias únicas en el mundo de la cultura, arte, música, flamenco Aquí entre otras están englobadas instituciones tan importantes como los grandes museos del Paseo del Arte que ofrecen visitas privadas, el Teatro Real o el Palacio de Liria.

Oferta de entretenimiento:

Incluye las empresas y/o instituciones que ofrezcan experiencias únicas en el mundo del deporte, además de la amplia oferta de musicales y festivales que ofrece la ciudad de Madrid entre otras experiencias. Aquí estarían englobadas las instituciones deportivas que ofrecen experiencias premium.

Oferta de transporte:



En este apartado también se incluyen las empresas de transporte que ofrezcan servicios Premium (vehículos de gama alta, con y sin conductor, transporte en clase preferente etc...)

Perfil viajero europeo (previo a crisis COVID-19)

Se trata de un turista cosmopolita, un segmento de poder adquisitivo medio-alto. Es un viajero que se decanta mayormente por un destino urbano y cultural, que incluye los llamados clientes "experienciales", con interés especial en la cultura, la gastronomía y compras.

Es un viajero que marca tendencia por lo que es prescriptor de viaje además de multiproducto.

Además, se trata de un viajero sostenible económicamente, ya que tiene un gasto en destino superior a la media y viaja con una frecuencia superior a la media, por lo que contribuye a la desestacionalización del destino.

Es un viajero respetuoso con el medio ambiente, consume preferentemente productos locales y es respetuoso con el medio local. Apuesta por un turismo de calidad y sostenible por lo que hay que llevar a cabo para atraer a este viajero un marketing segmentado: creación y promoción de nuevos productos turísticos.

La captación del viajero cosmopolita conlleva trasladar la imagen de modernidad, renovación y calidad, que haga de nuestro país, ciudad un destino aspiracional.

Veinticinco millones de personas es la dimensión total que el segmento cosmopolita alcanza en Europa, en los seis principales mercados emisores en Europa (5 mill. Alemania + 6,2 mill. Reino Unido + 4,7 mill. Francia + 6,7 mill. Italia + 1,6 mill. Holanda + 0,8 mill. Suecia). Estos cosmopolitas realizan anualmente 75 millones de viajes en Europa y gastan en destino 53.536 millones EUR anuales, según datos del estudio demoscópico llevado a cabo por Turespaña.

Consultar en **Anexo 1:**

-Storytelling Madrid 2021

-Líneas de comunicación producto turismo de alto impacto (Premium)

4. RESPONSABLE DEL SERVICIO / SUSTITUTO

El adjudicatario estará obligado a nombrar un responsable del servicio que será el interlocutor entre el responsable de los servicios de Madrid Destino y entre el personal de la empresa adjudicataria. Asimismo, la empresa adjudicataria deberá designar un sustituto del responsable del servicio. La función del responsable del servicio será actuar como interlocutor con Madrid Destino que garantice que la empresa adjudicataria cumple con sus obligaciones contractuales.

5. RESPONSABLE DEL CONTRATO DE MADRID DESTINO

Corresponderá de forma exclusiva al responsable del contrato de Madrid Destino la realización de cualesquiera indicaciones relacionadas con la ejecución del contrato y que se encuadren dentro del concepto de coordinación técnica.

Dichas indicaciones se realizarán a las personas que hayan sido designadas por el adjudicatario como responsable del servicio o su sustituto. Las indicaciones se trasladarán preferiblemente por escrito y en su defecto, en case de ser necesario, de forma verbal.



El responsable del contrato de Madrid Destino, en general cualquier empleado de Madrid Destino que intervenga durante la fase de ejecución del contrato, se abstendrá de realizar indicaciones de cualquier tipo referidas a las condiciones de trabajo (horarios, turnos, jornada laboral, vacaciones, permisos y demás) al personal de la empresa adjudicataria.

Asimismo, se abstendrán de trasladar de forma directa al personal de la empresa adjudicataria, distintos al responsable del servicio o su sustituto designado por ésta, cualquier tipo de orden, instrucción o indicación referida a la organización y dirección del trabajo, control, distribución de los tiempos y cuestiones de análoga naturaleza. Estas cuestiones deberán trasladarse al responsable del contrato designado por Madrid Destino para que proceda de acuerdo con lo establecido en la presente cláusula.

6. RESPONSABILIDAD

El adjudicatario será responsable de todos los daños y perjuicios directos e indirectos que se causen a terceros y/o al personal de Madrid Destino, incluido el lucro cesante y el daño emergente, como consecuencia de su culpa o negligencia y/o de las personas que, por cuenta de la misma, intervengan en la ejecución material de la presente contratación.

Asimismo, la Sociedad se compromete a satisfacer el importe de todos los desperfectos ocasionados por culpa o negligencia imputable a la misma y/o al personal por cuenta de la misma y/o bajo su responsabilidad, a los espacios o lugares donde el servicio sea prestado.

La empresa adjudicataria deberá adoptar las medidas oportunas para evitar que de la ejecución del contrato puedan derivarse daños al personal de Madrid Destino, a los empleados municipales y a los ciudadanos en general.

7. OBLIGACIONES LABORALES Y SOCIALES

El adjudicatario está obligado al cumplimiento de la normativa vigente en materia laboral, de seguridad social, de integración social de discapacitados y de prevención de riesgos laborales, conforme a lo dispuesto en la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, sobre Prevención de Riesgos Laborales y en el Reglamento de los Servicios de Prevención, aprobado por Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, así como las que se promulguen durante la ejecución del contrato.

La relación del organismo u organismos donde los licitadores podrán obtener información sobre la fiscalidad, y sobre las disposiciones vigentes en materia de protección de empleo, condiciones de trabajo y prevención de riesgos laborales, aplicables a los servicios prestados durante la ejecución del contrato, serán los señalados en el Anexo III del PCAP.

No existirá vinculación laboral alguna entre el personal que se destine a la ejecución del contrato y Madrid Destino, por cuanto aquél queda expresamente sometido al poder direccional y de organización de la empresa adjudicataria en todo ámbito y orden legalmente establecido y siendo, por tanto, ésta la única responsable y obligada al cumplimiento de cuantas disposiciones legales resulten aplicables al caso, en especial en materia de contratación, Seguridad Social, prevención de riesgos laborales y tributaria, por cuanto dicho personal en ningún caso tendrá vinculación jurídico-laboral con Madrid Destino, y ello con independencia de las facultades de Control e Inspección que legal o contractualmente correspondan al mismo.

A la extinción de los contratos de servicios, no podrá producirse en ningún caso la consolidación de las personas que hayan realizado los trabajos objeto del contrato como personal de Madrid Destino.

8. CLÁUSULAS SOCIALES Y CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN

De conformidad con lo establecido en el Decreto de 19 de enero de 2016 del Delegado del Gobierno de Economía y Hacienda por el que se aprueba la Instrucción 1/2016, relativa a la incorporación de cláusulas sociales en los contratos celebrados por el Ayuntamiento de Madrid, sus organismos autónomos y entidades del sector público municipal, serán de obligado cumplimiento por el adjudicatario, las cláusulas sociales establecidas en el presente pliego que se relacionan a continuación, son perjuicio de lo establecido en el pliego de cláusulas administrativas particulares.

El adjudicatario estará obligado a que los bienes o servicios objeto del contrato hayan sido producidos o se desarrollen respetando las normas socio laborales vigentes en España y en la Unión Europea o de la Organización Internacional del Trabajo.

En el cumplimiento del presente contrato se tendrá en cuenta lo establecido en la Convención de Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con diversidad funcional, así como los criterios de accesibilidad universal y de diseño universal o de diseño para todas las personas, tal como son definidos estos términos en el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con diversidad funcional y de su inclusión social, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre (TRLGDPD).

En toda documentación, publicidad, imagen o materiales especiales que, en su caso, deban aportar los licitadores o que sean necesarios para la ejecución del contrato, deberá hacerse un uso no sexista del lenguaje, evitar cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas y fomentar con valores de igualdad la presencia equilibrada, la diversidad y la corresponsabilidad.

La empresa adjudicataria deberá aportar las medidas oportunas para evitar que de la ejecución del contrato puedan derivarse daños al personal de Madrid Destino, a los empleados municipales y a los ciudadanos en general.

En el desarrollo de las páginas web que se deban llevar a cabo en la ejecución del presente contrato o dirigidas a las personas usuarias o beneficiarias del mismo, serán de preceptivo cumplimiento el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso a las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social, aprobado por Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre, así como los protocolos internacionales de accesibilidad (W3C y las Web Content Accessibility Guidelines 1.0. y Norma UNE 139803:2004), que establecen como grado de accesibilidad mínimo obligatorio el nivel AA, aplicable a las páginas de Internet de las Administraciones Públicas (artículos 18, 19 y 20 de la Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de medidas de impulso de la sociedad de la información, artículo 14 de la ley 27/2007, de 23 de octubre, de Reconocimiento de la Lengua de Signos, la Ley 11/2007, de 22 de junio, de Acceso Electrónico de los Ciudadanos a los Servicios Públicos, y artículos 3, 6 y 12 del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre).

Para la acreditación del cumplimiento de esta obligación los licitadores están obligados a presentar una declaración responsable relativa al cumplimiento de estas obligaciones en materia de accesibilidad. Esta declaración responsable deberá incluirse en el sobre relativo a la documentación técnica, especificándose esta obligación de los licitadores tanto en el presente



pliego como en el apartado correspondiente a la prestación de la documentación técnica del Anexo I del PCAP.

En materia de seguridad y salud laboral

El adjudicatario tiene la obligación de adoptar las medidas de seguridad y salud en el trabajo que sean obligatorias para prevenir de manera rigurosa los riesgos que puedan afectar a la vida, la integridad y la salud de las personas trabajadoras.

Asimismo, deberá acreditar el cumplimiento de las siguientes obligaciones:

- La evaluación de los riesgos y planificación de la actividad preventiva correspondiente a la actividad contratada.

- La formación e información en materia preventiva a las personas adscritas a la ejecución del contrato.

- El justificante de la entrega de equipos de protección individual que, en su caso, sean necesarios.

De conformidad con lo anterior, el adjudicatario está obligado a respetar y cumplir la normativa vigente en materia laboral, de seguridad social, de integración social de minusválidos y de prevención de riesgos laborales, conforme a lo dispuesto en la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, sobre Prevención de Riesgos Laborales y en el Reglamento de los Servicios de Prevención, aprobado por Real Decreto 39/1997, de 17 de enero. Igualmente es de aplicación el Real Decreto 773/1997, de 30 de mayo sobre disposiciones mínimas de seguridad y salud relativas a la utilización por los trabajadores de equipos de protección individual, así como el Real Decreto 171/2004, de 30 de enero, de coordinación de actividades empresariales y toda aquella normativa que sea de aplicación y/o se promulguen durante la vigencia del presente procedimiento de contratación.

En materia de empleo

Afiliación y alta en la Seguridad Social de las personas trabajadoras destinadas a la ejecución del contrato, así como de todas las sucesivas incorporaciones que puedan producirse.

El adjudicatario se compromete a tener asegurados a todos sus trabajadores que realicen el servicio, cubriendo incluso la responsabilidad civil que cualquier accidente pudiera ocasionar, así como dotar a las personas que ejecuten el servicio de todos los medios materiales referidos a Seguridad y Salud Laboral que ordena la legislación vigente.

El adjudicatario deberá acreditar, mediante declaración responsable, la afiliación y el alta en la Seguridad Social de las personas trabajadoras destinadas a la ejecución del contrato. Esta obligación se extenderá a todo el personal subcontratado por la entidad adjudicataria principal destinado a la ejecución del contrato.

Para el cumplimiento de esta obligación, la entidad adjudicataria aportará una declaración responsable al efecto, al inicio del contrato, en la que se señale que las personas trabajadoras destinadas a la ejecución del mismo se encuentran afiliadas y dadas de alta en la Seguridad Social.



En todo caso, el responsable del contrato y/o en su caso el órgano de contratación podrá solicitar, cuando lo considere oportuno, la aportación de la documentación que acredite el contenido de la declaración responsable.

Junto con lo anterior y como **CONDICIÓN ESPECIAL DE EJECUCIÓN**, se establecen las indicadas a continuación:

- La entidad adjudicataria deberá designar una persona de contacto, vinculada a la entidad y con formación específica en la materia, para la supervisión y el control de la aplicación de las condiciones de seguridad y salud laboral exigibles, así como para la detección de posibles incidencias que surjan en este ámbito, sin perjuicio de las funciones encomendadas al coordinador de seguridad y salud, en su caso.
- La entidad adjudicataria deberá tener a disposición la documentación completa y verificable sobre los trabajadores y trabajadoras empleados, a presentarla al órgano de contratación cuando éste lo requiera y a advertir a las personas trabajadoras sobre la posibilidad de una inspección por parte de dicho órgano.

Con carácter previo a la finalización del contrato, la entidad adjudicataria deberá presentar un informe relativo al cumplimiento de las obligaciones sociales que le fueran exigibles legal o contractualmente, sin perjuicio de que el responsable del contrato de MADRID DESTINO verifique su cumplimiento a lo largo del periodo de vigencia de la contratación.

9. Control en la ejecución de las especificaciones técnicas, condiciones especiales de ejecución y criterios de adjudicación.

La persona responsable del contrato designada por el órgano de contratación supervisará de forma periódica el cumplimiento de las obligaciones que en relación con las cláusulas sociales generales y las condiciones especiales de ejecución se han impuesto directamente a la empresa adjudicataria en el presente pliego o hayan sido ofertadas por la empresa adjudicataria, así como de las que se deriven de la legislación social y laboral vigente.

A estos efectos, al inicio del segundo mes de ejecución del contrato, se emitirá un informe por la persona responsable del contrato sobre el cumplimiento de las obligaciones sociales que deben cumplirse al inicio del contrato.

Concluido cada trimestre de ejecución del contrato, se emitirá por la misma persona un informe sobre el cumplimiento de las obligaciones establecidas.

Con carácter previo a la finalización del contrato, la empresa adjudicataria deberá presentar un informe relativo al cumplimiento de las obligaciones sociales que le fueran exigibles legal o contractualmente.

En el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares se detallan las penalidades que están asociadas al incumplimiento de estas obligaciones.



10. PROTECCIÓN DE DATOS Y CONFIDENCIALIDAD

10.1. Normativa

De conformidad con la Disposición adicional 25ª de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, los contratos que impliquen el tratamiento de datos de carácter personal deberán respetar en su integridad el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales (RGPD), y la normativa complementaria.

Para el caso de que la contratación implique el acceso del contratista a datos de carácter personal de cuyo tratamiento sea responsable la entidad contratante, aquél tendrá la consideración de encargado del tratamiento. En este supuesto, el acceso a esos datos no se considerará comunicación de datos, cuando se cumpla lo previsto en el artículo 28 del RGPD. En todo caso, las previsiones de este deberán de constar por escrito.

10.2. Tratamiento de Datos Personales

Para el cumplimiento del objeto de este pliego, el adjudicatario deberá tratar los datos personales de los cuales MADRID DESTINO es Responsable del Tratamiento (Responsable del Tratamiento) de la manera que se especifica en el Anexo a este pliego, denominado "Tratamiento de Datos Personales".

Ello conlleva que el adjudicatario actúe en calidad de Encargado del Tratamiento (Encargado del Tratamiento) y, por tanto, tiene el deber de cumplir con la normativa vigente en cada momento, tratando y protegiendo debidamente los Datos Personales.

Por tanto, sobre MADRID DESTINO recaen las responsabilidades del Responsable del Tratamiento y sobre el adjudicatario las de Encargado de Tratamiento.

Si el adjudicatario destinase los datos a otra finalidad, los comunicara o los utilizara incumpliendo las estipulaciones del contrato y/o la normativa vigente, será considerado también como Responsable del Tratamiento, respondiendo de las infracciones en que hubiera incurrido personalmente, así como, del incumplimiento contrato.

El Anexo "Tratamiento de Datos Personales" describe:

- a) los Datos Personales a proteger,
- b) el tratamiento a realizar,
- c) los sistemas/dispositivos de tratamiento, manuales y automatizados, cuya ubicación y equipamiento podrá estar bajo el control de MADRID DESTINO o bajo el control directo o indirecto del adjudicatario, u otros que hayan sido expresamente autorizados por escrito por MADRID DESTINO, según se especifique en el Anexo
- d) los usuarios o perfiles de usuarios asignados a la ejecución del objeto de este Pliego,
- e) el destino de los datos objeto de tratamiento y
- f) las medidas a implementar por el adjudicatario.

En caso de que como consecuencia de la ejecución del contrato resultara necesario en algún momento la modificación de lo estipulado en el Anexo "Tratamiento de Datos Personales", el adjudicatario lo requerirá razonadamente y señalará los cambios que solicita. En caso de que



MADRID DESTINO estuviese de acuerdo con lo solicitado emitiría un Anexo “Tratamiento de Datos Personales” actualizado, de modo que el mismo siempre recoja fielmente el detalle del tratamiento.

10.3. Estipulaciones como Encargado de Tratamiento

De conformidad con lo previsto en el artículo 28 del RGPD, el adjudicatario se obliga a y garantiza el cumplimiento de las siguientes obligaciones, complementadas con lo detallado en el Anexo “Tratamiento de Datos Personales”:

a) Tratamiento conforme a instrucciones de MADRID DESTINO

Tratar los Datos Personales conforme a las instrucciones documentadas en el presente Pliego o demás documentos contractuales aplicables a la ejecución del contrato y aquellas que, en su caso, reciba de MADRID DESTINO por escrito en cada momento.

El adjudicatario informará inmediatamente a MADRID DESTINO cuando, en su opinión, una instrucción sea contraria a la normativa de protección de Datos Personales aplicable en cada momento.

b) Finalidad de tratamiento

No utilizar ni aplicar los Datos Personales con una finalidad distinta a la ejecución del objeto del Contrato. En ningún caso podrá utilizar los datos para fines propios.

c) Medidas de seguridad

Tratar los Datos Personales de conformidad con los criterios de seguridad y el contenido previsto en el artículo 32 del RGPD, así como observar y adoptar las medidas técnicas y organizativas de seguridad necesarias o convenientes para asegurar la confidencialidad, secreto e integridad de los Datos Personales a los que tenga acceso.

En todo caso, deberá implantar mecanismos para:

- a) Garantizar la confidencialidad, integridad, disponibilidad y resiliencia permanentes de los sistemas y servicios de tratamiento.
- b) Restaurar la disponibilidad y el acceso a los datos personales de forma rápida, en caso de incidente físico o técnico.
- c) Verificar, evaluar y valorar, de forma regular, la eficacia de las medidas técnicas y organizativas implantadas para garantizar la seguridad del tratamiento.
- d) Seudonimizar y cifrar los datos personales, en su caso.

En particular, y sin carácter limitativo, se obliga a aplicar las medidas de protección del nivel de riesgo y seguridad detalladas en el Anexo “Tratamiento de Datos Personales”.

d) Deber de confidencialidad y secreto

Mantener la más absoluta confidencialidad y secreto sobre los Datos Personales a los que tenga acceso para la ejecución del contrato, así como sobre los que resulten de su tratamiento, cualquiera que sea el soporte en el que se hubieren



obtenido. La presente obligación debe observarse incluso después de que finalice la prestación del servicio.

Esta obligación se extiende a toda persona que pudiera intervenir en cualquier fase del tratamiento por cuenta del adjudicatario, siendo deber del adjudicatario instruir a las personas que de él dependan, de este deber de secreto, y del mantenimiento de dicho deber aún después de la terminación de la prestación del Servicio o de su desvinculación.

e) Relación de personas autorizadas

Llevar un listado de personas autorizadas para tratar los Datos Personales objeto de este pliego y garantizar que las mismas se comprometen, de forma expresa y por escrito, a respetar la confidencialidad, y a cumplir con las medidas de seguridad correspondientes, de las que les debe informar convenientemente. Y mantener a disposición de MADRID DESTINO dicha documentación acreditativa.

f) Formación

Garantizar la formación necesaria en materia de protección de Datos Personales de las personas autorizadas a su tratamiento.

g) Comunicación de datos a terceros

Salvo que cuente en cada caso con la autorización expresa del Responsable del Tratamiento, no comunicar (ceder) ni difundir los Datos Personales a terceros, ni siquiera para su conservación.

El encargado puede comunicar los datos a otros encargados del tratamiento del mismo responsable, de acuerdo con las instrucciones del responsable. En este caso, el responsable identificará, de forma previa y por escrito, la entidad a la que se deben comunicar los datos, los datos a comunicar y las medidas de seguridad a aplicar para proceder a la comunicación.

h) Delegado de Protección de Datos

Nombrar Delegado de Protección de Datos, en caso de que sea necesario según el RGPD, y comunicarlo a MADRID DESTINO, también cuando la designación sea voluntaria, así como la identidad y datos de contacto de la(s) persona(s) física(s) designada(s) por el adjudicatario como sus representante(s) a efectos de protección de los Datos Personales (representantes del Encargado de Tratamiento), responsable(s) del cumplimiento de la regulación del tratamiento de Datos Personales, en las vertientes legales/formales y en las de seguridad.

i) Destino de los datos

Una vez finalizada la prestación contractual objeto del presente Pliego, se compromete, según corresponda y se instruya en el Anexo "Tratamiento de Datos Personales", a devolver o destruir (i) los Datos Personales a los que haya tenido acceso; (ii) los Datos Personales generados por el adjudicatario por causa del tratamiento; y (iii) los soportes y documentos en que cualquiera de estos datos consten, sin conservar copia alguna; salvo que se permita o requiera por ley o por norma de derecho comunitario su conservación, en cuyo caso no procederá la destrucción. El Encargado del Tratamiento podrá, no obstante, conservar los datos durante el tiempo que puedan derivarse responsabilidades de su relación con el Responsable del Tratamiento. En este último caso, los Datos Personales se

conservarán bloqueados y por el tiempo mínimo, destruyéndose de forma segura y definitiva al final de dicho plazo.

j) Transferencias internacionales

Salvo que se indique otra cosa en el Anexo “Tratamiento de Datos Personales” o se indique así expresamente por MADRID DESTINO, a tratar los Datos Personales dentro del Espacio Económico Europeo u otro espacio considerado por la normativa aplicable como de seguridad equivalente, no tratándolos fuera de este espacio ni directamente ni a través de cualesquiera subcontratistas autorizados conforme a lo establecido en este Pliego o demás documentos contractuales, salvo que esté obligado a ello en virtud del Derecho de la Unión o del Estado miembro que le resulte de aplicación.

En el caso de que por causa de Derecho nacional o de la Unión Europea el adjudicatario se vea obligado a llevar a cabo alguna transferencia internacional de datos, el adjudicatario informará por escrito a MADRID DESTINO de esa exigencia legal, con antelación suficiente a efectuar el tratamiento, y garantizará el cumplimiento de cualesquiera requisitos legales que sean aplicables a MADRID DESTINO, salvo que el Derecho aplicable lo prohíba por razones importantes de interés público.

k) Notificación de violaciones de la seguridad de los datos

El encargado del tratamiento notificará al responsable del tratamiento, sin dilación indebida, y en cualquier caso antes del plazo máximo de 48 horas, y a través de dpd@madrid-destino.com, las violaciones de la seguridad de los datos personales a su cargo de las que tenga conocimiento, juntamente con toda la información relevante para la documentación y comunicación de la incidencia.

No será necesaria la notificación cuando sea improbable que dicha violación de la seguridad constituya un riesgo para los derechos y las libertades de las personas físicas.

Si se dispone de ella se facilitará, como mínimo, la información siguiente:

- a) Descripción de la naturaleza de la violación de la seguridad de los datos personales, inclusive, cuando sea posible, las categorías y el número aproximado de interesados afectados, y las categorías y el número aproximado de registros de datos personales afectados.
- b) El nombre y los datos de contacto del delegado de protección de datos o de otro punto de contacto en el que pueda obtenerse más información.
- c) Descripción de las posibles consecuencias de la violación de la seguridad de los datos personales.
- d) Descripción de las medidas adoptadas o propuestas para poner remedio a la violación de la seguridad de los datos personales, incluyendo, si procede, las medidas adoptadas para mitigar los posibles efectos negativos.



- e) Si no es posible facilitar la información simultáneamente, y en la medida en que no lo sea, la información se facilitará de manera gradual sin dilación indebida.

l) Asistir al responsable de tratamiento en la respuesta al ejercicio de derechos

Cuando una persona ejerza un derecho (de acceso, rectificación, supresión y oposición, limitación del tratamiento, portabilidad de datos y a no ser objeto de decisiones individualizadas automatizadas, u otros reconocidos por la normativa aplicable (conjuntamente, los “Derechos”), ante el Encargado del Tratamiento, éste debe comunicarlo a MADRID DESTINO con la mayor prontitud a la dirección de correo electrónico dpd@madrid-destino.com

La comunicación debe hacerse de forma inmediata y en ningún caso más allá del día laborable siguiente al de la recepción del ejercicio de derecho, juntamente, en su caso, con la documentación y otras informaciones que puedan ser relevantes para resolver la solicitud que obre en su poder, e incluyendo la identificación fehaciente de quien ejerce el derecho.

El adjudicatario asistirá a MADRID DESTINO, siempre que sea posible, para que ésta pueda cumplir y dar respuesta a los ejercicios de Derechos.

m) Colaborar con MADRID DESTINO en el cumplimiento de sus obligaciones como Responsable del Tratamiento

Colaborar con MADRID DESTINO en el cumplimiento de sus obligaciones en materia de(i) medidas de seguridad, (ii) comunicación y/o notificación de brechas (logradas e intentadas) de medidas de seguridad a las autoridades competentes o los interesados, y (iii) colaborar en la realización de evaluaciones de impacto relativas a la protección de datos personales y consultas previas al respecto a las autoridades competentes; teniendo en cuenta la naturaleza del tratamiento y la información de la que disponga.

Asimismo, pondrá a disposición de MADRID DESTINO, a requerimiento de esta, toda la información necesaria para demostrar el cumplimiento de las obligaciones previstas en este Pliego y demás documentos contractuales y colaborará en auditoras o en inspecciones llevadas a cabo, en su caso, por la AEPD.

En los casos en que la normativa así lo exija (ver art. 30.5 RGPD), llevar, por escrito, incluso en formato electrónico, y de conformidad con lo previsto en el artículo 30.2 del RGPD un registro de todas las categorías de actividades de tratamiento efectuadas por cuenta de la AEPD (Responsable del tratamiento), que contenga, al menos, las circunstancias a que se refiere dicho artículo.

n) Evidencias de cumplimiento normativa de protección de datos

Disponer de evidencias que demuestren su cumplimiento de la normativa de protección de Datos Personales y del deber de responsabilidad activa, como, a título de ejemplo, certificados previos sobre el grado de cumplimiento o resultados de auditorías, que habrá de poner a disposición de MADRID DESTINO a requerimiento de esta. Asimismo, durante la vigencia del contrato, pondrá a disposición de MADRID DESTINO toda información, certificaciones y auditorías realizadas en cada momento.

o) Derecho de información



Corresponde al Responsable facilitar el derecho de información en el momento de la recogida de datos. En el caso en el que el encargado del tratamiento, en la prestación del servicio efectúe la recogida de datos de carácter personal, debe facilitar la información relativa a los tratamientos de datos que se van a realizar. La redacción y el formato en que se facilitará la información se debe consensuar con el responsable antes del inicio de la recogida de los datos.

La presente cláusula y las obligaciones en ella establecidas, así como el Anexo correspondiente de este pliego relativo al Tratamiento de Datos Personales constituyen el contrato de encargo de tratamiento entre MADRID DESTINO y el adjudicatario a que hace referencia el artículo 28.3 RGPD.

Las obligaciones y prestaciones que aquí se contienen no son retribuíbles de forma distinta de lo previsto en el presente pliego y demás documentos contractuales y tendrán la misma duración que la prestación de Servicio objeto de este pliego y su contrato, prorrogándose en su caso por períodos iguales a éste.

No obstante, a la finalización del contrato, el deber de secreto continuará vigente, sin límite de tiempo, para todas las personas involucradas en la ejecución del contrato.

Para el cumplimiento del objeto de este pliego no se requiere que el adjudicatario acceda a ningún otro Dato Personal responsabilidad de MADRID DESTINO, y por tanto no está autorizado en caso alguno al acceso o tratamiento de otro dato, que no sean los especificados en el Anexo "Tratamiento de Datos Personales".

Si se produjera una incidencia durante la ejecución del contrato que conllevara un acceso accidental o incidental a Datos Personales responsabilidad de MADRID DESTINO no contemplados en el Anexo "Tratamiento de Datos Personales" el adjudicatario deberá ponerlo en conocimiento de MADRID DESTINO, en concreto de su Delegado de Protección de Datos a través del buzón dpd@madrid-destino.com, con la mayor diligencia y a más tardar en el plazo de 48 horas.

10.4. Sub-encargos de tratamiento asociados a Subcontrataciones

Cuando el pliego permita la subcontratación de actividades objeto del pliego, y en caso de que el adjudicatario pretenda subcontratar con terceros la ejecución del contrato y el subcontratista, si fuera contratado, deba acceder a Datos Personales, el adjudicatario lo pondrá en conocimiento previo de MADRID DESTINO, identificando qué tratamiento de datos personales conlleva, para que MADRID DESTINO decida, en su caso, si otorgar o no su autorización a dicha subcontratación.

En todo caso, para autorizar la contratación, es requisito imprescindible que se cumplan las siguientes condiciones (si bien, aun cumpliéndose las mismas, corresponde a MADRID DESTINO la decisión de si otorgar, o no, dicho consentimiento):

- Que el tratamiento de datos personales por parte del subcontratista se ajuste a la legalidad vigente, lo contemplado en este pliego y a las instrucciones de MADRID DESTINO.
- Que el adjudicatario y la empresa subcontratista formalicen un contrato de encargo de tratamiento de datos en términos no menos restrictivos a los previstos en el presente pliego, el cual será puesto a disposición de MADRID DESTINO a su mera solicitud para verificar su existencia y contenido.



- El adjudicatario informará a MADRID DESTINO de cualquier cambio previsto en la incorporación o sustitución de otros subcontratistas, dando así a la AEPD la oportunidad de otorgar el consentimiento previsto en esta cláusula. La no respuesta de MADRID DESTINO a dicha solicitud por el contratista equivale a oponerse a dichos cambios.

10.5. Información

Las Partes únicamente se comunicarán aquellos datos de carácter personal que sean adecuados, pertinentes y no excesivos en relación con las necesidades derivadas del presente Contrato, garantizando que dichos datos sean exactos y puestos al día, obligándose a comunicar a la otra, sin dilación indebida, aquellos que hayan sido rectificadas y/o deban ser cancelados según proceda.

MADRID DESTINO garantiza a los representantes e interlocutores del adjudicatario el tratamiento de sus datos de carácter personal conforme a la legislación vigente y a tal efecto informa que serán incorporados en un fichero titularidad de MADRID DESTINO en los siguientes términos:

Responsable: MADRID DESTINO CULTURA TURISMO Y NEGOCIO, S.A., con domicilio en Madrid, calle Conde Duque, 9-11, 28015 Madrid.

Delegado de Protección de datos: dpd@madrid-destino.com

Finalidades: Gestionar y cumplir la relación establecida (incluyendo, la gestión del expediente jurídico de contratación, la formalización y archivo de los contratos y escrituras, la gestión de la contabilidad, el cumplimiento de obligaciones impositivas, de facturación, de transparencia y de control)

Plazo de conservación: Se limitará al periodo que sea necesario para dar cumplimiento a la relación contractual y durante los plazos de prescripción de las acciones civiles, penales, administrativas o de cualquier otro tipo que pudieran derivarse de la actividad o servicio prestado y del tratamiento de los datos, además de los periodos establecidos en la normativa de archivos y patrimonio documental español.

Destinatarios: Agencia Tributaria, Tribunal de Cuentas, Plataforma de Contratación del Estado y demás administraciones públicas, para el cumplimiento de obligaciones de transparencia y control, fiscales, así como, a entidades financieras para la gestión de cobros y pagos y autoridades judiciales. Las obligaciones de transparencia conllevan la publicación en la correspondiente sede electrónica la relación de los contratos suscritos por MADRID DESTINO, con mención de las partes firmantes, su objeto, plazo de duración, modificaciones realizadas, obligados a la realización de las prestaciones y, en su caso, las obligaciones económicas convenidas.

Legitimación: Ejecución de un contrato

Derechos: El ejercicio de derechos de acceso, rectificación, supresión, portabilidad y limitación u oposición, así como, a no ser objeto de decisiones basadas únicamente en el tratamiento automatizado de sus datos, cuando procedan, puede solicitarse mediante e-mail dirigido a dpd@madrid-destino.com, con referencia a "Área Legal" e identificación de la persona solicitante mediante documento oficial.



11. Solicitud de información.

Para solicitar información más detallada sobre este servicio o ampliar información sobre plazos del procedimiento de contratación, las empresas participantes podrán hacerlo a partir de la recogida de este documento a la dirección ctensi@esmadrid.com.

Madrid Destino se reserva el derecho de solicitar la ampliación de la información presentada por cada una de las empresas en sus ofertas.

La mera presentación de propuestas implica la aceptación sin reservas de las condiciones establecidas en el presente documento para la ejecución de los trabajos objeto del Contrato. Por

MADRID DESTINO, S.A.

Por el ADJUDICATARIO D.

D.

D.

ANEXO I

Se detalla a continuación ciertas directrices de la nueva estrategia en materia de Turismo del Ayuntamiento de Madrid, para facilitar al licitador la elaboración de los servicios requeridos detallados en el punto 2 del PPT.

-Storytelling

-Líneas de comunicación producto turismo de alto impacto

Storytelling 2021

ESTRATEGIA

Aunar esfuerzos y difundir un mensaje común

La estrategia de marketing para este 2021 se basa en la necesidad de colaborar y aunar esfuerzos con todos los keyplayers del turismo y difundir una imagen y mensaje común, sólido y prolongado que ayude a posicionar los atributos y valores únicos del destino Madrid dentro del marco de un modelo de turismo sostenible y seguro.

Se apuesta por un público objetivo que genere un alto impacto económico en la ciudad de Madrid para el cual se creará un mensaje que visibilice y consolide al destino como ya un destino de máxima calidad.

Los mercados internacionales serán prioritarios y todos los esfuerzos deberán concentrarse en ellos, especialmente en aquellos señalados estratégicamente como EE.UU, China y LATAM, para quienes los mensajes tendrán que ser adaptados a las necesidades específicas de dichos mercados.

La gastronomía, ocio y entretenimiento, así como moda diseño y artesanía tendrán un peso mayor a nivel de comunicación y promoción de productos. A estos se les suman educación y deporte y salud como nuevos enfoques a impulsar y, por supuesto, cultura y patrimonio se mantiene como un producto de valor sobre todo para mercados menos maduros.

No se pretende recuperar las cifras de visitantes sino también extender la estancia media prevista, logrando un mayor gasto en la ciudad y manteniendo un equilibrio acorde a nuevas estrategias de turismo sostenible.

Por ello, se crea un relato común para todas las áreas de turismo que servirá de nexo común y punto de partida para planificar las acciones de este año.

RELATO PRINCIPAL

Madrid quiere inspirar para acabar sorprendiendo y superando las expectativas.

Tras un periodo de pandemia, la gente quiere volver a vivir, a disfrutar, a viajar. Queremos que Madrid sea la verdadera protagonista de nuestra historia. Será nuestro personaje y quien nos muestre toda su autenticidad. No será un destino del que se hable o promocióne, ella, nuestra ciudad, tiene el poder de hablar sobre sí misma y se presenta como única, vital y alegre. Nos conquista través de su intenso estilo de vida y nos enseña a disfrutar con los cinco sentidos de sus calles y su amplia oferta turística.

Madrid destaca frente a otros destinos europeos por su estilo de vida genuino. Es una ciudad disfrutona, castiza y abierta. La gente es generosa y sociable. En Madrid la gente vive en sus calles, se queda para compartir un plan con alguien: amigos, familia, compañeros o desconocidos. Madrid es “chula” y “muy de aquí”, donde todo el mundo es aceptado como un madrileño más. Ella es una y parte de todos: multicultural, acogedora e inigualable.

OBJETIVOS



Madrid tendrá su identidad y su personalidad. Deberá ser protagonista de la historia que se cuenta

La historia debe estar dimensionada y tener ejes de tiempo y lugar. Puede ser una historia única o varias historias que vive la ciudad que se entrelazan a través del tiempo, o diferentes historias al mismo tiempo.

Queremos una historia que camine al ritmo de la ciudad con personajes auténticos reconocibles de la misma. Debe provocar diferentes emociones (no ser emotiva) como sorpresa, curiosidad y ganas de vivir (impulso).

Objetivo principal:

Madrid quiere sorprender, llamar la atención, inspirar: personificar a la ciudad para darle la fuerza de la autenticidad y poder destacarla de sus competidores más directos. Queremos que la ciudad hable de sí misma y se presente como un destino único, vital, alegre y sorprendente que puede vivirse a través de los cinco sentidos.

Objetivos secundarios:

Conexión vital: se busca entablar una relación personificada entre la ciudad y el viajero y, de una manera traviesa y atrevida, se le invita a vivir una experiencia única y vital, algo inolvidable. Mostrar su auténtico estilo de vida que solo podrás disfrutar aquí.

Madrid quiere ser protagonista a tiempo real del momento. Madrid quiere mostrarse cerca de todos y de todo. Quiere mostrar “como se hace aquí”, con esa chulería y esa alegría que le caracteriza.

Conexión profunda con la experiencia de vivir la ciudad. A Madrid se le da identidad y personalidad y por tanto se potencia su mensaje y su relato.

De forma transversal Madrid es una ciudad segura que busca el equilibrio y la sostenibilidad. La forma de mostrar la personalidad de Madrid muestra su cultura y gente.

FASES DE ESTE STORYTELLING

Se quiere conectar a través de una relación personal entre la ciudad de Madrid y la persona que la va a visitar

De forma natural hay fases en una relación y estas las iremos mostrando a lo largo de estos próximos años:

- Fase 1: Madrid se muestra a sí misma y te intenta sorprender.

Madrid quiere salir, gritar, reír, sentir, llorar, tocar el cielo... Simplemente, llama tu atención. Te quiere enseñar, mostrar, destacar, aportar algo clave, esencial, importante de sí misma para que puedas vivir la vida con mayor intensidad.

- Fase 2: Madrid te muestra a su gente y amigos.

El/la visitante conoce a otros personajes que forman parte de ella y la hacen tan auténtica y vital.

- Fase 3: Quieres volver a quedar con Madrid (fidelización)

Esta relación de amistad que ha surgido hace que tanto Madrid como su nuevo amigo/a quieran volver a quedar una y otra vez para compartir experiencias nuevas e inolvidables.

DESCUBRIENDO EL RELATO

En la actualidad y, de forma habitual, **a todos los habitantes de Madrid nos gusta mucho estar en la calle para vivir y disfrutar de la ciudad**, sintiéndonos parte de ella. Pasar un rato fuera de las casas, incluso a diario, es casi una necesidad. Allí es donde nos encontramos con amigos, familiares y ¡hasta desconocidos! Con quien compartir esa tarde, esa noche, ese día. En esta ciudad siempre hemos sido y somos muy *inquietos*, alegres, sociales, dinámicos y admirablemente vitales. Esa es nuestra esencia. Al igual que la propia Madrid, en constante desarrollo y crecimiento social, cultural, artístico, siempre para sorprendernos, queremos explorar y conocer: lo nuevo y vanguardista, lo local y tradicional, lo diverso y racial, lo auténtico e indiscutiblemente nuestro y hacerlo todo con los cinco sentidos al completo.



Hemos vivido mucho tipo de experiencias y emociones, algunas históricas e inimaginables. Pero **seguimos con el mismo espíritu, nada ha cambiado nuestro estilo de vida**. Volvemos a abrir la puerta a la calle, la nuestra, salimos por nuestro barrio, para sentir y compartir como lo sabemos hacer desde siempre.

En realidad, nunca hemos estado solos. Madrid siempre ha estado allí. Quizás algo más callada o sosegada, pero igual de hermosa y con cielo sonriente. Madrid sale ahora más chula (“chulapa”) que nunca, engalanada con geranios y con paso firme a recorrer todas sus calles. **Madrid nos habla y sonríe, la vemos feliz, divertida, alegre e incluso nerviosa**. Madrid ya vive con su gente en sus calles, ya respira ese bullicio vital. Ha vuelto a disfrutar de los encuentros de siempre entre amigos, de los intercambios de risas y confidencias, del corretear de los niños, de la gente mayor charlando en sus esquinas.

Madrid es auténtica y multicultural, que camina junto a multitudes de personas con identidades potentes y muy diversas. Gente desconocida con elevada personalidad. Ciudad atrevida, rompedora y cautivadora. Madrid es muy propia, muy madrileña, muy chula como la que más. El orgullo del madrileño que dice sin complejos “¡yo soy de aquí!”. Así es Madrid, como su gente; vividora, luchadora y pasional. Desea vivir, sentir y no parar, quiere gritar al mundo que venga a verla.

Si por casualidad la descubres un día paseando por sus barrios, no podrás apartar tus ojos de ella. **Querrás conocerla más, hablar con ella y dejarte llevar a ciegas de su mano a lugares que sólo ella bien conoce**. Te mostrará quién es realmente, te enseñará esos rincones atrevidos y diferentes, esas partes de ella misma tan sorprendente.

Madrid se erige como una mujer divertida, cariñosa, apasionada, acogedora, traviesa, vital, sociable y muy alegre. Madrid quiere hacerte vibrar a través de sus olores, sus sabores, sus secretos. **Madrid quiere estar presente a tu lado, llamar tu atención para mezclarse contigo e integrarte en lo más profundo de su ser**. Quiere que participes de las conversaciones y risas de los amigos que vais encontrando, desea que formes parte de sus tradiciones diarias: el vermú del mediodía, curiosear por el Rastro los domingos, buscar algo chulo en la extensa cartelera cultural.

Madrid es una ciudad joven sociable y quiere que todo el mundo venga a pasar tiempo con ella. Le gustan tanto los madrileños como cualquiera que venga de fuera. **Madrid se encargará de hacer que se enamoren de ella, convirtiéndoles así, en un madrileño único más**. A Madrid hay que quererla tal y como es. Ella es auténtica y con un estilo de vida que no se puede encontrar en ningún otro lugar. **Si dejas que entre en tu vida, nunca podrás sacarla de ella**.

VALORES Y ATRIBUTOS

Valores que siempre tienen que estar

- Estilo de vida muy propio
- Alegría, risas
- “chula” (guay/orgullosa de ser como es/personalidad)
- Vital
- Compartir/ amigos
- Intensa
- Dinámica/ inquieta
- Auténtica/ racial

De forma transversal, los valores dentro la comunicación del Ayuntamiento.

- Ciudad acogedora, abierta y diversa
- Ciudad con un estilo de vida diferencial y único.
- Capital global y conectada, atractiva para los negocios, que atrae talento e inversión
- Madrid, energía inspiradora. Ciudad creativa, efervescente y vibrante



- Ciudad alegre, vital y optimista. Pasión por todo

PALABRAS CLAVE

Sustantivos que fluyen con el relato

- Corazón
- Vida
- Movimiento
- Risas
- Alegría
- Respirar con profundidad
- Disfrutar
- Agarrar y no soltar el momento
- Ritmo
- Compartir
- Amigos
- Lo importante
- Lo trascendente

Verbos a potenciar

- Respirar con profundidad
- Disfrutar
- Agarrar y no soltar el momento
- Compartir
- Deleitar
- Admirar
- Reconocerse
- Desear
- Alcanzar
- Sentir/palpar
- Impresionar
- Valorar
- Danzar
- Recorrer/callejea

Adjetivos que la identifican

- Joven
- Sociable
- Vital
- Intensa
- Abierta
- Traviesa
- Luchadora
- Profunda
- Dinámica
- Inquieta
- Exploradora
- Pasional
- Soñadora
- Auténtica
- Profunda
- Racial
- Innovadora
- Pacífica (por la seguridad de sus calles y por el hecho que todo el mundo vive en armonía cual sea tu cultura, tu religión, tu sexo..)

PRODUCTO TURISMO DE ALTO IMPACTO

Pautas generales para comunicar con el producto turismo de alto impacto a corto/medio plazo:

1. Es la ciudad donde muchas marcas exclusivas han abierto sus puertas en los últimos dos años y donde existe una tendencia clara que hará de Madrid la nueva capital europea del lujo. Sectores de la moda, la salud y la belleza tienen espacios exclusivos para tratamientos personales únicos en el mundo. También los hoteles de gran lujo se han dado cita en Madrid. Cadenas hoteleras como el Four Seasons o Mandarin Oriental han abierto recientemente aumentando la oferta para el turismo de alto impacto.
2. Madrid es una ciudad con un estilo de vida propio y especial. Pasear de forma libre y anónima, integrándose en una ciudad con tanto dinamismo hace del momento una experiencia única para muchas nacionalidades donde esto es considerado “un lujo”. Es una de las pocas ciudades europeas donde hay vida a cualquier hora. En este sentido se puede reseñar todo el trabajo de transformación del centro histórico de Madrid en los últimos años, donde se ha ampliado en gran medida las zonas peatonales, limitando el tráfico y anteponiendo la calidad de vida y el disfrute del peatón. Así como poner en valor las obras que en este momento se están finalizando en la plaza de España y que darán lugar a una zona única, real y novedosa para visitar.
3. Madrid se presenta cada día como una gran combinación de planes y experiencias exclusivas: desde una visita privada en alguna de sus pinacotecas más prestigiosas mundialmente hasta un espectáculo de flamenco con gastronomía de primer orden; como asistir a una de las mejores producciones musicales en castellano y continuar la noche en un rooftop con vistas increíbles; o pasear por la Milla de Oro donde se enmarcan las tiendas de moda más demandadas y elegantes restaurantes para terminar el día, si se quiere, relajándose entre los árboles o en las propias barcas del emblemático parque de El Retiro. O disfrutar del día en el parque Warner de Madrid y terminar relajándose en un spa con la última en salud y belleza. Planes y recorridos para todos los gustos.
4. Hay que destacar que la gran novedad se encuentra en el espectacular espacio Galería Canalejas, nuevo representante de las grandes marcas de lujo que estará totalmente terminado a partir de 2022. Desde ya se puede disfrutar de su buque insignia Hermés, así como una cuidada y exquisita oferta culinaria.
5. “Hecho en Madrid”: es importante poder comunicar cómo la artesanía madrileña se ha ido capacitando a sí misma para alcanzar productos de interés cultural y artístico por su autenticidad y diseño. Poseer una capa Seseña es un elemento único y diferencial en el armario de cualquiera. La artesanía local impulsa el modelo de sostenibilidad del destino. Es una manera de conservación de un oficio centenario que hace aumentar su propio valor a la vez que se potencia la economía local de jóvenes creadores madrileños. La artesanía madrileña ha sido bien acogida por algunas marcas de moda y hoteles de Gran Lujo, quienes ayudan a difundirla y presentarla como un producto diferenciador y propio sólo de Madrid.
6. Es importante promocionar el Madrid Real o Madrid Palaciego. Existe una herencia histórica de Madrid como sede de las cortes Reales y sede del Estado Español en los últimos siglos de la historia de nuestro país. El Madrid palaciego de casas y jardines reales ha sido habitado por personajes ilustres de la cultura española, que para determinados mercados son de elevado interés. Madrid es un museo abierto en sus calles. Habría que señalar las próximas aperturas del Museo de las Colecciones Reales y del Palacio de Liria, así como dar a conocer la importante candidatura para ser nombrado Patrimonio Mundial de la UNESCO.

7. Madrid se caracteriza por albergar una alta cocina de calidad y divertidas fusiones donde la creatividad de grandes cocineros está al servicio del público. La capital posee 20 estrellas Michelin donde se puede degustar magia y arte en sus platos. Aquí conviven gastronomías locales e internacionales, un amplio abanico de sabores para los paladares más finos. La gran tendencia en los últimos años se centra en la cocina de proximidad y propia del destino. Así, la gastronomía madrileña más castiza y auténtica ha ido evolucionando y siendo altamente valorada por el turismo de alto impacto. A este respecto, escondidos entre sus calles, existen restaurantes madrileños con solera, con más de cien años de historia son nuestros restaurantes centenarios. En esas cocinas se llevan guisando los platos más típicos y sirviendo el mejor vino de la región desde hace más de un siglo. Todos ellos han sido declarados espacios culturales y turísticos de especial significación ciudadana e interés general para la ciudad.

8. Por último y no menos importante, Madrid es un sitio único y diferencial por su localización territorial en el centro de la península Ibérica, conectando, en el mismo día, tanto por tren de alta velocidad, como por avión y Carretera, a todos los rincones más emblemáticos de España. Madrid se constituye también como una muy conveniente puerta de entrada a Europa y otros puntos desde América.

