



Nº DE EXPEDIENTE:

SP21-00399

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES QUE HAN DE REGIR LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES CON LOS MEDIOS Y REPRESENTACIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE MADRID EN EL MERCADO NORTEAMERICANO PARA MADRID DESTINO, CULTURA TURISMO Y NEGOCIO, S.A. A ADJUDICAR POR PROCEDIMIENTO ABIERTO SUJETO A REGULACIÓN ARMONIZADA.

Contenido

1. OBJETO	2
2. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	3
1. Objeto del contrato	3
2. Descripción de los servicios solicitados	3
3. Descripción objetivos estratégicos del servicio	7
3. RESPONSABLE DEL SERVICIO / SUSTITUTO	10
4. RESPONSABLE DEL CONTRATO DE MADRID DESTINO	10
5. RESPONSABILIDAD.....	10
6. OBLIGACIONES LABORALES Y SOCIALES.....	10
7. CLÁUSULAS SOCIALES Y CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN	11
9. PROTECCIÓN DE DATOS Y CONFIDENCIALIDAD	14
9.1. Normativa	14
9.2. Tratamiento de Datos Personales	14
9.3. Estipulaciones como Encargado de Tratamiento	15
9.4. Sub-encargos de tratamiento asociados a Subcontrataciones	20
9.5. Información.....	20
10. Solicitud de información.....	21
ANEXO I	22



1. OBJETO

Madrid Destino Turismo Cultura y Negocio, tiene encomendado en su objeto social, y en concreto en relación con la promoción turística de la Ciudad de Madrid, en los mercados turísticos, tanto en el nacional como a nivel internacional, entre otros, los siguientes objetivos:

- “El diseño y planificación de las líneas estratégicas en materia de turismo de la Ciudad de Madrid, así como de las medidas para el fomento y mejora del sector turístico madrileño en su promoción, tanto a nivel nacional como internacional, y en su atención en destino, por sí misma o en colaboración con otros organismos y entidades dependientes del Ayuntamiento de Madrid.
- La promoción de la presencia activa de la Ciudad de Madrid en los mercados turísticos nacional e internacional facilitando la coordinación de los sectores interesados en el desarrollo turístico de la Ciudad de Madrid.
- La participación en ferias nacionales e internacionales para la promoción de la Ciudad de Madrid como destino turístico.
- El fomento y desarrollo de acciones que propicien la fidelización de visitantes a la ciudad de Madrid, tanto mediante actuaciones propias como a través de la cooperación con Administraciones Públicas u otras entidades públicas o privadas.
- La promoción de la comercialización de productos u ofertas turísticas capaces de incidir favorablemente en el mercado turístico de la ciudad de Madrid.
- El diseño y producción de material promocional e informativo con destino a divulgar la recursos, bienes y servicios turísticos de la Ciudad de Madrid.

Y en relación con la proyección de la imagen de Madrid, espacialmente a través de las nuevas tecnologías, tanto a nivel nacional como internacional:

- La prestación de todo tipo de servicios relacionados con la promoción y difusión de la Ciudad de Madrid, su imagen y su proyección nacional e internacional.”

Estos objetivos implican que su funcionamiento y sus acciones son las propias de una empresa de city marketing de un gran destino turístico.

El Área de Turismo de la Empresa Municipal Madrid Destino, dentro de la fase de recuperación de la demanda internacional de viajes a Madrid, quiere redoblar los esfuerzos de promoción turística, a través de la contratación de una agencia de representación en el mercado norteamericano, mercado estratégico para la ciudad de Madrid. Dicha contratación contribuirá a mejorar y reforzar el posicionamiento del destino Madrid, la reactivación de la demanda de viajes y la conectividad como la comunicación de Madrid como destino seguro, de manera que podamos recuperar la confianza del viajero y los niveles de viajeros anteriores a la pandemia. Para ello se llevarán a cabo acciones de promoción turística, comunicación y relaciones públicas en el mercado norteamericano (Estados Unidos y Canadá).

El Turismo en Madrid genera el 7% del Producto Interior Bruto (PIB) y da trabajo a 400.000 personas en la Región de Madrid. Además, su interacción con la cultura, que representa un 4% adicional del PIB, ha generado en los últimos años (a excepción obvia de 2020) un crecimiento exponencial del prestigio del turismo madrileño.

En 2019, Madrid recibió un total de 10.419.709 viajeros, un 2,06 % más que en 2018. De ellos, más de 5,5 millones (el 54,85 %) fueron internacionales y generaron un gasto que superó los 10.451 millones de euros.



Un factor que confirma la evolución de Madrid como destino urbano es el crecimiento de la estancia media de los visitantes en la ciudad. Las 2,17 noches de estancia media global suponen un incremento del 3,56 % respecto a 2018. El total de pernoctaciones en establecimientos reglados ha superado los 22 millones. Más del 60 % de estas pernoctaciones han sido generadas por viajeros internacionales

Por otro lado, el turismo de reuniones sigue aumentando en Madrid. Los datos de 2019 –los últimos oficiales– no dejan dudas: más de 25.400 reuniones se celebraron en la ciudad, lo que representa un crecimiento interanual del 9%. En este sentido, Madrid ocupa la quinta posición mundial como ciudad sede de congresos internacionales, según el último ranking de la International Congress and Convention Association (ICCA).

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS

La necesidad de que las propuestas 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 reforzar y mejorar el posicionamiento del destino Madrid, la reactivación de la demanda de viajes, la conectividad, comunicación de destino seguro para recuperar la confianza del viajero, mediante la contratación de una agencia de representación para el mercado emisor norteamericano.

Así como la prestación de servicios para la realización de acciones promocionales, relaciones públicas y acciones de comunicación en el segmento de viajes Premium y de reuniones corporativas, asociativas y de viajes de incentivo en el mercado norteamericano (Estados Unidos y Canadá). Aproximadamente el 30% deberá ir relacionado con acciones de conectividad (plan de marketing y con posible campaña de publicidad con aerolíneas) a realizar en 2022.

2. Descripción de los servicios solicitados

Para la prestación de servicios en el mercado norteamericano (Estados Unidos y Canadá), se detalla a continuación la tipología de servicios que el adjudicatario deberá realizar durante el periodo de ejecución del contrato:

Análisis previo de la situación de partida de la ciudad de Madrid en materia de promoción turística en el mercado norteamericano y comparación con otras capitales europeas



competidoras, dicho análisis debe incluir la conectividad. Inclusión de un análisis DAFO como parte del análisis global.

Análisis y diagnóstico del posicionamiento y percepción del destino Madrid tanto en el segmento de viajes de lujo como en el segmento MICE del mercado norteamericano, teniendo en cuenta la conectividad con el destino. Este análisis deberá también incluir ciudades europeas competidoras de Madrid en ambos segmentos valorando las mismas y un estudio de pros y contras que ofrecen para el cliente norteamericano.

Se debe incluir un análisis DAFO por cada segmento: Luxury y MICE, y llevarse a cabo por personal cualificado y relevante tanto en la industria de los viajes de lujo como en el MICE, teniendo siempre en cuenta la conectividad aérea. La persona que realice este análisis debe acreditar que trabajado con otros destinos europeos ayudando tanto al posicionamiento como a la percepción del destino por parte del cliente norteamericano.

Creación de un plan de ventas y marketing.

Co-creación de un plan de ventas y marketing para el mercado MICE y Leisure norteamericano segmento lujo en el que se detalle y motive las ferias y salones profesionales en las que se considere importante la presencia del destino Madrid. También las áreas geográficas de mayor importancia en Norteamérica para hacer sales calls/visitas comerciales, así como Presentaciones de destino y/o Roadshows. Todo ello ha de ir motivado y detallando el tipo de agencia y empresa que hay en cada región y que motive la celebración de estas acciones en estas ciudades.

Desarrollo y ejecución de acciones promocionales comerciales inversas como directas. Estas acciones pueden o no tener un formato de workshop. Se requiere gran conocimiento del sector MICE y Premium en Norteamérica.

Convocatoria, gestión y ejecución de acciones promocionales tipo: Jornadas Directas, Jornadas Inversas, Presentaciones de Destino, Roadshows etc en el mercado norteamericano, tanto en el segmento del lujo como en MICE.

En todas las actividades mencionadas se requerirá en primer lugar una propuesta motivada de las ciudades que se consideran de mayor interés para llevarlo a cabo en cada segmento. Se precisará de la búsqueda y selección de los venues que más se ajusten a nuestras necesidades teniendo en cuenta la particularidad de cada evento para la adecuación de la sede. En el caso de las acciones MICE no se utiliza el formato tradicional de workshop y se valoran espacios flexibles que adapten a los requisitos del tipo de acción a llevar a cabo. Se deberán presentar al menos 3 propuestas de sedes por cada ciudad en el caso de las Presentaciones de Destino y de los Roadshows y será Madrid Destino quien valore cuál se ajusta más a las necesidades en concreto. Se requerirá asimismo la presentación de distintos presupuestos dentro cada una de las sedes propuestas, la comunicación con todos los proveedores involucrados en la acción, envío de Save the Date, Invitaciones, seguimiento de las mismas no sólo por mail sino también telefónico los últimos días que ayude a reforzar la convocatoria y evitar en lo posible los no shows, seguimiento detallado de las respuestas, confección de listados definitivos, asistencia personalizada durante el evento para colaborar tanto en las gestiones con los distintos proveedores como a la llegada y salida de invitados durante el desarrollo del evento. Seguimiento post evento.



Presentaciones mensuales en formato digital del destino Madrid a agentes de viajes pertenecientes a los consorcios de turismo de lujo norteamericanos. Se presentará un cronograma detallado de las presentaciones en los principales estados emisores para la ciudad de Madrid, así como una cuidada selección de los agentes de viaje invitados, que deben pertenecer a los grandes consorcios de turismo de lujo de Norteamérica.

Realización de Fam trips MICE y Premium.

Organización, convocatoria y acompañamiento de al menos un Fam trip de agentes Premium al año que irán acompañados por varios medios de comunicación profesional que darán difusión de la actividad.

Organización, convocatoria de al menos un Fam trip de agentes MICE al año que irán acompañados por varios medios de comunicación profesional que darán difusión de la actividad. Identificación y reclutamiento de las personas idóneas para que formen parte del mismo. Envío y seguimiento de las invitaciones, así como del proceso de RSVP, seguimiento de los asistentes y asistencia personal al mismo. En cada Fam Trip el objetivo es traer a 10-14 decision makers de distintas agencias/empresas norteamericanas.

Realización de 3-4 webinars al año con agencias y turoperadores norteamericanos de máximo nivel. Probada solvencia en convocatoria y organización.

Como complemento a todas las acciones presentadas en este contrato, incluyendo las presenciales con motivo de viajes a Norteamérica para asistir a distintas ferias y/o salones profesionales B2B, o jornadas de trabajo con agencias y turoperadores, solicitamos a la empresa adjudicataria la realización de webinars basados en las líneas estratégicas de comunicación en plataforma propia de la agencia de representación y difusión de nuestro curso de e-learning cuando esté disponible. Se llevarán a cabo al menos cuatro webinars anuales.

Cobertura y apoyo para ferias y salones profesionales en Norteamérica.

Asistencia en nombre de Madrid Destino a aquellas ferias o salones profesionales, al menos uno al año por segmento, Leisure y MICE, al que no pueda desplazarse personal de Madrid Destino. Posteriormente deberá pasar al departamento en cuestión tanto el listado detallado de clientes asistentes como las Rfps recibidas.

Creación de business leads para construir relaciones con potenciales clientes del MCB. Cualificación y búsqueda de clientes con poder de decisión dentro del negocio Mice y Asociativo, seguimiento a medida del mismo, creación y asentamiento de bases de un plan de ventas proactivo para los próximos años, pasando detalle al MCB de las Rfps y necesidades de los distintos clientes.

Apoyo presencial de la empresa adjudicataria durante las visitas comerciales.

Gestión y acompañamiento de al menos dos sales calls o visitas comerciales anuales por cada departamento (MICE y TT). En el caso de las visitas comerciales entre las principales



responsabilidades de la agencia estarán la selección de ciudades que mayor potencial de negocio tienen para Madrid, así como la búsqueda y cualificación de los clientes adecuados, establecimiento de la agenda de visitas (todo ello consensuado con el MCB y TT) y asistencia a la persona de MD que asista a las mismas asegurándose que todo se desarrolla de manera correcta. También estará dentro de las funciones de la empresa ocuparse de toda la logística de la misma mientras se llevan a cabo las visitas comerciales asegurándose que se cumplen tanto el número de visitas concertadas como los horarios de las mismas.

Acciones de comunicación B2B: ocupándose de la distribución de contenidos estratégicos en medios profesionales, envío de dossier de prensa, elaboración de notas de prensa y pitching mensuales. También dentro de las funciones de la agencia estaría la atención a los medios de comunicación (contenidos, material audiovisual), convocatoria de medios y ruedas de prensa cuando sea necesario. Dotar de contenidos estratégicos con ángulos atractivos que respondan a las nuevas necesidades y demandas del viajero. Reflejar la diversidad de la oferta y experiencias memorables y auténticas.

Identificación de distintas acciones promocionales, eventos oportunidades y nuevos partners en el mercado norteamericano donde la presencia del destino Madrid es aconsejable por potencial de negocio, interés estratégico, creación de sinergias...etc. Colaboración y asesoramiento continuado para lo antedicho.

Acciones en apoyo a la conectividad.

Desde el punto de vista de la conectividad, la estrategia de las empresas licitantes debe estar orientada a empujar la demanda de pasajeros, a ampliar la conectividad (rutas, frecuencias, capacidad aérea) y el volumen de ventas de vuelos a Madrid: capacidad aérea de largo radio hacia la ciudad de Madrid así como número de pasajeros y de turistas (leisure y MICE) a nuestra ciudad.

Estas acciones solo permitirán afianzar un máximo retorno a las acciones planteadas en los puntos anteriores (enforque 360º). La agencia licitadora deberá encargarse de la creación, negociación y ejecución en 2022 de un plan de marketing con posible campaña de publicidad junto la/s aerolínea/s del mercado. Todo ello deberá estar incluido en la propuesta inicial.

Puntos a tener en cuenta:

-Se dará también especial importancia a que los viajes sean más sostenibles y con estancias más largas para disminuir el impacto del viaje, con una oferta de actividades y experiencias menos masificadas, con posibles alianzas con partners que ya cuenten con una política de sostenibilidad muy avanzada.

-El desarrollo de la campaña de publicidad y sus acciones tácticas se realizarán conjuntamente con Madrid Destino y estarán definidas mediante un plan de acción preestablecido.

-La propuesta de campaña de marketing podrá incluir una campaña de publicidad (branding y/o call to attention) y deberá tener en cuenta la/s aerolínea/s operadoras principales del mercado (todo ello justificado con cifras de tráfico) en ciudades emisoras con ruta directa a Madrid.

-La campaña podrá hacerse gracias a la difusión de contenidos de la ciudad de Madrid en los canales propios de las aerolíneas: web, redes sociales, newsletters, catálogos genéricos y específicos, escaparates, mostradores, tarjetas de embarque digitales y/o físicas, revistas, posters, pantallas, apps, salas VIP aeropuertos, landing pages específicas, blogs, videos a bordo, podcasts ...



-Se podrán incluir igualmente acciones propias a bordo de los aviones, acciones de Street marketing, concursos en RRSS..

-Además podrá incluirse una campaña conjunta (Madrid + aerolínea) en medios de terceros del mercado (digital/ IP Ciudad; outdoor aeropuerto, radio, magazines...).

-Podrá incluir también presentaciones de Destino Madrid al sector MICE y/o Leisure junto a la aerolínea así como la realización de fam trips/press influencers/blogtrips MICE y/o Leisure junto a la aerolínea.

Descripción detallada de la persona y experiencia contrastable de la misma en funciones similares.

La agencia deberá ofrecer una descripción detallada de la persona y/o equipo que tratará directamente con el MCB y TT. Descripción de sus funciones, acreditación de experiencia previa con tareas similares, así como establecer un mínimo de dos reuniones mensuales para seguimiento de su trabajo.

Presentación de informes ejecutivos sobre las acciones en curso y evolución del plan de acción.

La empresa adjudicataria deberá presentar, al menos, un informe mensual en el que se detalle la evolución de las acciones en curso en particular y del plan de acción establecido en general. Ello será determinante para Madrid Destino para poder evaluar si se están cumpliendo los objetivos establecidos y la continuidad del contrato para un segundo año.

3. Descripción objetivos estratégicos del servicio

Madrid Destino plantea los siguientes objetivos generales:

La estrategia de las empresas licitantes debe estar orientada a mejorar y reforzar el posicionamiento del destino Madrid en el mercado norteamericano, la reactivación de la demanda de viajes y la conectividad, así como la comunicación de Madrid como destino seguro.

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 Premium (novedades lujo de la ciudad de Madrid, gastronomía, patrimonio, cultura, artesanía, diseño, sostenibilidad, estilo de vida, experiencias únicas...), el viajero Business, entendiéndose que la ciudad cuenta con una amplia gama de productos para la creación de paquetes dinámicos donde el turista pueda realizar una mejor planificación de su viaje.

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.

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 Se facilitará los detalles del Storytelling de la ciudad de Madrid más adelante.



Promoción y difusión del destino Madrid teniendo como hilos conductores de promoción tanto por las novedades que ofrece la ciudad como por 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 largo radio aumentando volumen de ventas de vuelos a Madrid.

Se insta al licitador a la creación y/o gestión del producto destino Madrid como destino integral y oferta variada en todos sus segmentos y tipologías turísticas haciendo especial hincapié en su segmento de alto poder adquisitivo.

-Es primordial que las acciones promocionales transmitan una imagen relacionada con las experiencias positivas que supone un viaje a Madrid.

Para la consecución de estos objetivos, el adjudicatario deberá entregar mínimo un (1) Informe cada trimestre de las acciones realizadas el trimestre anterior (cuatro (4) entregables al año) 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.

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, Oriente Medio 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...)

Principales líneas de comunicación Storytelling Madrid 2021

Se podrá encontrar esta información en el Anexo I, al final del presente documento.



3. 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.

4. 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.

5. 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 ciudadanos.

6. 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.

7. 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.

8. 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.

9. PROTECCIÓN DE DATOS Y CONFIDENCIALIDAD

9.1. 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.

9.2. 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.

9.3. 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.



9.4. 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.

9.5. 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, de 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.

10. 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 las direcciones siguientes: jcbeneyto@esmadrid.com , caroline.tensi@esmadrid.com y mercedes.sanchez@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 ADJUDICATARIOD.

D.

D.

ANEXO I

Se detallan a continuación las 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 2.3 del presente Pliego de Prescripciones Técnicas:

A. Pautas generales para comunicar con el producto turismo de alto impacto a corto/medio plazo de la ciudad de Madrid:

1. Una manera de vivir única

Si algo encandila de Madrid es su carácter y esa energía que conquista a todos. El gusto por la vida al aire libre hace que sea una ciudad con mucho ambiente y alegre. Vibrante, cosmopolita y divertida, se dice de ella que nunca duerme. Madrid es reconocida, además, por ser una urbe muy segura y amable, donde nadie se siente extraño y es fácil sentirse como un madrileño más.

2. Cómoda y sostenible

En los últimos años, Madrid ha ampliado su espacio habitable para que sus ciudadanos y visitantes puedan seguir disfrutando de sus calles y eventos al aire libre. La ampliación de aceras en Gran Vía, la peatonalización de la plaza de Canalejas o la remodelación de la Plaza de España son algunas de las más recientes renovaciones. Además, Madrid es una de las ciudades del mundo con más árboles en sus calles. Más del 55% de sus calles están arboladas, con casi 300.000 ejemplares de 210 especies distintas.

Todos estos proyectos han convertido Madrid en una urbe que se recorre fácilmente a pie, donde priman las personas y se han ampliado las opciones de transporte ecológico.

3. Novedades

El reconocimiento del entorno natural y cultural del **Paisaje de la Luz como Patrimonio Mundial por la UNESCO** viene a sumarse a los muchos atractivos que hacen de Madrid hoy uno de los destinos más atractivos del segmento premium.

Cada vez más, cadenas de hoteles de máxima categoría como **Four Seasons, Mandarin Oriental o Rosewood** aterrizan en la ciudad. De igual manera, nuevas firmas de lujo internacional se siguen sumando a la oferta de la ciudad, algunas albergadas en el nuevo espacio comercial más exclusivo de Europa, **Galería Canalejas**.

Famosa por su patrimonio, su arte, su agenda cultural y su forma de vida única, Madrid llega a 2022 con grandes novedades, como la **reciente ampliación de la colección del Museo Nacional Reina Sofía** o la reapertura de un remodelado Museo del Traje. Siempre en continua actualización, también su paisaje ofrece sorpresas: tras años de **remodelación, la famosa Plaza de España, con su característico Monumento a Cervantes**, luce hoy espléndida tras una actuación urbanística que ha unido, en un paseo continuo y peatonalizado, enclaves como la Gran Vía y el gran parque de Madrid Río.

Bella, elegante, alegre y abierta, pocos lugares disfrutaban de un momento tan dulce como el que vive hoy **la capital española, el nuevo destino de moda del lujo internacional**.

4- Patrimonio

Con monumentos como el **Palacio Real**, el más grande de Europa Occidental, Madrid ha sido durante siglos residencia de reyes. Desde el **Parque de El Retiro**, antiguo espacio de recreo real, El Jardín Botánico o el Paseo del Prado, jalonado de impresionantes fuentes, hasta espacios como el **Teatro Real, galardonado con el International Opera Award 2021 al Mejor Teatro de Ópera**, su huella se aprecia por toda la ciudad. Recientemente, se suma a la oferta



patrimonial el espléndido **Palacio de Liria**, residencia en Madrid de la Casa de Alba, ha abierto sus puertas a visitas de público general o eventos especiales privados.

5-Arte y Cultura

Madrid concentra en su Paseo del Arte, algunos de los mejores museos del mundo, entre ellos el **Museo del Prado, el Thyssen-Bornemisza y el Reina Sofía**. Velázquez, Goya, Picasso, Dalí, Rubens o Rembrandt reunidos a lo largo de poco más de un kilómetro es algo único en el mundo, que se puede admirar en **visitas privadas y otras experiencias exclusivas** que ofrecen al visitante estas tres grandes instituciones.

Madrid también cuenta con varias casas-palacio que son muestra de la historia y el arte de la ciudad, como el **Museo Cerralbo, el Lázaro-Galdiano y el Museo Sorolla**, hogar del famoso pintor valenciano Joaquín Sorolla.

6-Historia y vanguardia en la cocina

Hasta **una veintena de restaurantes madrileños ostentan al menos una estrella Michelin**. Entre otros sus chefs se encuentran Dabiz Muñoz, al frente del tres estrellas **DiverXO** y nombrado número uno en la lista **'The Best Chef Awards'**, y Rodrigo de la Calle, que con su restaurante Ponzano ha obtenido no solo una estrella Michelin sino la Estrella Verde que la famosa guía otorga al compromiso con la sostenibilidad en su restaurante **El Invernadero**. Sin duda son todos ellos herederos de otros restaurantes y tabernas madrileños centenarios entre los que se encuentra **Casa Alberto o Casa Botín que, fundado en 1725, es el restaurante en activo más antiguo del mundo según el Libro Guinness**.

7-Artesanía y moda premium

Calles llamadas de Bordadores, Cuchilleros, Botoneras o Tintoreros dan una idea del peso de los oficios artesanos en una ciudad con tanta historia como Madrid. Felipe Conde, tercera generación de fabricantes de guitarras hechas de un modo 100% artesanal, o las famosas Capas Seseña, son algunos de **nuestros comercios centenarios, entre cuyos clientes se encuentran Casas Reales o grandes divos del cine y la música**.

Siguiendo con la moda más exquisita, en el exclusivo Barrio de Salamanca se encuentra la llamada **"Milla de Oro"**, que acoge las principales marcas de lujo internacional, al igual que el renovado Corte Inglés del Paseo de la Castellana, en la zona financiera de la ciudad. También en pleno centro, la espectacular Galería Canalejas Madrid concentra en un espacio de 15.000 metros cuadrados a las grandes firmas de lujo internacional.

B. Storytelling de la ciudad de Madrid en 2021

1. 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 promocione, 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.

2. 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.

3. 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 sonrío, 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.

4. VALORES Y ATRIBUTOS

Valores que siempre tienen que estar en el relato de Madrid:



- 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

5. PALABRAS CLAVE

Sustantivos que fluyen con el relato de Madrid:

- 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/callejear

Adjetivos que la identifican

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