

PLIEGO DE CLÁUSULAS TÉCNICAS QUE HAN DE REGIR LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE LA SOCIEDAD DE DESARROLLO DE SANTA CRUZ DE TENERIFE, S.A.U.

1.- OBJETO DEL PLIEGO.

El objeto del contrato es la prestación del Servicio de Información Turística de la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife, S.A.U., con el fin de proporcionar al turista y al visitante que llega al municipio de Santa Cruz de Tenerife, información y orientación de los atractivos y servicios con los que cuenta el municipio. Cada punto de información turística deberá contar con personal e infraestructura adecuada para ofrecer a los visitantes servicios relacionados con el turismo de Santa Cruz de Tenerife, contribuyendo a optimizar la promoción turística del municipio y fortalecer la estrategia de promoción. Los puntos de información deberán suministrar al usuario información necesaria y de calidad que le permita orientarse y conocer de manera rápida y eficaz los diferentes productos de destino.

Se trata de un servicio de atención al turista y al visitante que llega al municipio de Santa Cruz de Tenerife, a través del cual éste obtiene información y orientación de los atractivos y servicios con los que cuenta la ciudad de Santa Cruz de Tenerife y su municipio.

2.- CONDICIONES DEL SERVICIO

La propuesta técnica y las mejoras propuestas por los interesados, conforme a lo establecido en el presente pliego, deberán estar detalladas en una memoria que aborde todas las condiciones del servicio obligatorias y voluntarias que se detallan en el presente Pliego.

En la misma se expondrá en detalle el modelo de organización, desarrollo y planificación de los distintos servicios de información y de las distintas unidades de negocio, describiendo sus características, funcionamiento, los recursos materiales y humanos de los que dispondrán, cómo se van a prestar, explicitando cómo se planteará empresarialmente cada uno de ellos. Asimismo se expondrán claramente las mejoras, si las hubiere, para ser tenidas en cuenta para su valoración.

2.1.- CONDICIONES OBLIGATORIAS

2.1.1.- Oficinas de Información Turística de la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife, S.A.U.

La empresa adjudicataria prestará los servicios solicitados en las Oficinas de Información que la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife, S.A.U., (dos oficinas de información turística) que en la actualidad posee en el Intercambiador de Guaguas de Santa Cruz de Tenerife y en la Calle Castillo, esquina Plaza Candelaria.

2.1.1.1.- Oficina de Información del Intercambiador de Guaguas de Santa Cruz de Tenerife

Horario de apertura:

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
De 9.00h a 17.00h	De 9.00h a 14.00h	De 9.00h a 14.00h				
Total horas 8	Total horas 5	Total horas 5				

2.1.1.2.- Oficina de Información de la Calle Castillo

Horario de apertura:

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
De 9.00h a 17.00h	De 9.00h a 14.00h	De 9.00h a 14.00h				
Total horas 8	Total horas 5	Total horas 5				

2.1.1.3.- Servicio de información turística itinerante en Santa Cruz de Tenerife

Se define este servicio de información turística itinerante como el servicio de atención turística que se presta en aquellas zonas de mayor concentración de visitantes o de interés turístico para el municipio, como por ejemplo, confluencias entre calles peatonales, lugares relevantes de interés turístico, etc. El servicio será prestado por al menos dos informadores turísticos y tendrá el mismo régimen horario que las oficinas de información turística reflejadas en el apartado 2.1.1.1 y 2.1.1.2

Para este servicio itinerante la empresa adjudicataria presentará una planificación mensual en la que se determine las zonas donde se prestará el servicio. Este plan recogerá las propuestas de cobertura itinerante planteadas por la Sociedad de Desarrollo y tendrá que ser aprobada por la misma.

La Sociedad de Desarrollo durante la ejecución de este contrato podrá transformar este servicio de itinerancia turística en una oficina de información turística en las mismas condiciones a las reflejadas en el apartado 2.1.1.1 y 2.1.1.2.

2.1.1.4.- Bolsa de horas

A fin de cubrir situaciones no previstas en las Oficinas de Información y/o Servicio Itinerante, se establece una Bolsa de 700 horas anuales, a favor de la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife, que la misma podrá distribuir libremente entre los diferentes elementos.

2.1.1.5.- Condiciones generales

Tanto los emplazamientos fijos, como el servicio itinerante pueden ser objeto de traslado por necesidades de la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife S.A.U. y/o la ciudad, así como la distribución horaria de los mismos, sin superar el número total de horas en cómputo semanal. Asimismo correrá de parte del adjudicatario dotar a los puntos de información del material informático, tecnológico y mobiliario necesario, así como al abono de los gastos de mantenimiento general, limpieza, agua, electricidad, teléfono, etc.

2.1.2.- Servicios complementarios a la atención turística en las oficinas y puntos de información turística

La empresa adjudicataria deberá prestar servicios de:

- Asistencia a Congresos, Eventos y Ferias
- Asistencia a Cruceros
- Asistencia a Rutas Press Trip, Fam Trip, etc.

Se establece un mínimo de 458 horas, siendo la Sociedad de Desarrollo la que las distribuya según sus necesidades.

2.1.3.- Unidades de negocios

Se definen las unidades de negocio entendiéndose que la empresa adjudicataria pueda desarrollar cuantas actividades definidas en el pliego como tales, y que impliquen ingresos para la empresa adjudicataria. Inicialmente se definen hasta seis unidades de negocio, estableciéndose la posibilidad de incorporar por parte de la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife unidades de negocio adicionales durante la ejecución del contrato.

Para cada unidad de negocio la empresa tendrá que presentar un plan anual que tendrá que ser aprobado por parte de la Sociedad de desarrollo. El plan anual contendrá, como mínimo, una descripción detallada de la unidad de negocio, recursos a utilizar por parte de la empresa adjudicataria, público objetivo o mercado meta, objetivos mínimos, aspectos de promoción o comercialización y política de precios.

2.1.3.1.- Unidad de negocio rutas guiadas por la ciudad

La empresa adjudicataria tendrá que prestar y comercializar directamente ante terceros rutas turísticas guiadas por la ciudad.

Para la comercialización de las rutas la empresa adjudicataria tendrá que definir para cada una de las rutas:

- Nombre
- Público objetivo o mercado meta
- Breve descripción indicando los contenidos a desarrollar

- Personal asignado, idiomas y frecuencia de la ruta
- Objetivos mínimos a alcanzar en cuanto a criterios de promoción turística y criterios de rentabilidad
- Promoción y comercialización
- Tarifas

Las rutas a comercializar serán presentadas a la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife en un plan anual de rutas a comercializar teniendo potestad la Sociedad de Desarrollo de aprobar dicho plan de rutas.

Las tarifas ante terceros, tanto mayoristas como cliente final, será aprobada por la Sociedad de Desarrollo según las indicaciones establecidas así como la tipología de ruta establecida para cada modalidad.

La empresa adjudicataria tendrá que pasar un informe trimestral sobre las diferentes rutas que se están comercializando así como un detalle pormenorizado sobre rutas realizadas, asistentes, ingresos, así como medir la satisfacción del usuario del servicio conforme las directrices establecidas por la Sociedad de Desarrollo.

2.1.3.2.- Unidad de negocio edición y venta de material turístico

La empresa adjudicataria deberá diseñar, editar y comercializar material turístico de Santa Cruz de Tenerife.

Para ello la empresa tendrá que definir y presentar anualmente a la Sociedad de Desarrollo el material turístico que pretende comercializar con objeto de ser aprobado. El plan de material deberá contemplar las siguientes características:

- Características de estructura de contenidos.
- Características técnicas del material (folleto, guías, soportes, mapas, etc.)
- Público objetivo
- Precio a comercializar
- Tabla de costes e ingresos
- La propuesta ha de presentar material gratuito según necesidades para fines promocionales de la Sociedad de Desarrollo y/o del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife.

La empresa adjudicataria podrá también gestionar patrocinios con el material turístico.

2.1.3.3.- Unidad de negocio venta de productos turísticos de terceros

La empresa adjudicataria deberá comercializar productos turísticos de terceros llevando a cabo una intermediación en el proceso.

Para ello deberá presentar un plan anual de productos a comercializar teniendo en cuenta varios factores:

- Predominio de productos turísticos del municipio de Santa Cruz de Tenerife.
- Productos que den respuesta a las demandas del mercado turístico.
- Calidad de los servicios a ofrecer.
- Solvencia de los promotores de los productos turísticos.
- Estrategia turística municipal.

Para cada producto turístico a comercializar ha de definir:

- Características y descripción del producto turístico a comercializar.
- Público objetivo
- Precio a comercializar
- Tabla de costes e ingresos por productos.
- Objetivo a comercializar

El plan anual de productos a comercializar y en su caso, la incorporación de nuevos productos, ha de ser aprobado previamente por la Sociedad de Desarrollo.

Trimestralmente se ha de presentar un informe sobre las ventas de los productos.

2.1.3.4.- Unidad de negocio explotación rutas turísticas en el Palmetum

La Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife cuenta con un convenio de colaboración con la empresa Parque Marítimo S.A. para la explotación de las rutas turísticas en el Palmetum.

Durante la ejecución del contrato la empresa adjudicataria tendrá el derecho, de manera no exclusiva, a explotar las rutas turísticas en el Palmetum.

Para ello la empresa adjudicataria tendrá que presentar anualmente un plan de explotación y de comercialización de las rutas turísticas a prestar que contenga al menos:

- Características técnicas de la ruta turística.
- Tarifas
- Sistema de comercialización
- Acciones vinculadas a la promoción del servicio.

La empresa adjudicataria tendrá que pagar trimestralmente a Parque Marítimo SA un canon por el derecho de usar el espacio del Palmetum. Este canon está establecido inicialmente en un 20% de los ingresos y estará sujeto a revisión anual por parte de Parque Marítimo SA y la Sociedad de Desarrollo.

Las condiciones a las que se somete esta unidad de negocio, de prestación obligatoria, son las siguientes:

I.- La entidad adjudicataria del servicio de información turística tendrá la obligación de la realización de rutas guiadas por el mismo.

II.- La empresa adjudicataria no tendrá, en ningún caso, uso exclusivo del Palmetum

III.- El formato, diseño y la prestación y la comercialización de las rutas que se vayan a realizar deberán ser previamente autorizadas por PARQUE MARÍTIMO, tanto en su recorrido, como en su contenido.

IV.- La empresa adjudicataria será la única responsable del personal que emplee para prestar los servicios, sin que dicho personal tenga relación alguna con PARQUE MARÍTIMO, debiendo, en todo caso, quedar esta entidad fuera de cualquier reclamación que pudiera realizarse.

V.- PARQUE MARÍTIMO deberá conocer la formación de los trabajadores que van a prestar sus servicios en la realización de rutas guiadas por el Palmetum, a fin de confirmar la idoneidad de los mismos para ello.

VI.- La empresa adjudicataria deberá aportar a PARQUE MARÍTIMO seguro de responsabilidad civil vigente, que garantice la prestación de estos servicios

VII.- La empresa adjudicataria podrá realizar toda la publicidad que considere necesaria para el desarrollo del servicio, pero siempre con aprobación previa de PARQUE MARÍTIMO

VIII.- No se establece un número mínimo de rutas a realizar ni de beneficiarios del servicio.

IX.- El precio de las rutas turísticas guiadas será el fijado para el público, debiendo entregar la empresa adjudicataria un 20% del mismo a PARQUE MARÍTIMO. Las cantidades se liquidarán trimestralmente, debiendo abonarse las mismas directamente a PARQUE MARÍTIMO. El porcentaje del 20% a entregar podrá ser modificado previa aprobación y autorización por parte de PARQUE MARÍTIMO.

X.- El precio de las rutas guiadas se establecerá mediante una comisión entre PARQUE MARÍTIMO, SOCIEDAD DE DESARROLLO y la entidad adjudicataria, sirviendo dicha comisión para determinar igualmente la política comercial a seguir. La empresa adjudicataria deberá aceptar las decisiones que se adopten en tal comisión.

XI.- La entidad adjudicataria deberá aceptar las decisiones que adopte PARQUE MARÍTIMO, en aquellos elementos referidos al funcionamiento del Palmetum, contenido de la publicidad, contenidos de las rutas, recorridos a realizar, etc.

2.1.3.5.- Unidad de negocio patrocinios

La empresa adjudicataria podrá proponer a la Sociedad de Desarrollo todo tipo de soporte susceptible de posicionar la marca de un patrocinador. Para ello, podrá contar, entre otros con las estructuras exteriores de los puntos de información, pantallas exteriores, uniformes, etc.

La empresa adjudicataria tendrá que presentar un plan de patrocinios del servicio que deberá atender a ciertos requisitos establecidos por la Sociedad de Desarrollo (equilibrio de la imagen global del servicio de información turística, política de patrocinios, estrategia municipal, etc.).

La Sociedad de Desarrollo podrá aprobar, rechazar o proponer todo tipo de modificaciones al plan de patrocinios.

Para la unidad de negocio de patrocinio se establece un canon variable que no será inferior, en ningún caso, al 30% de los ingresos anuales en concepto de patrocinios.

2.1.3.6.- Cualificación del personal

Se exigirá un nivel mínimo de titulación en Formación Profesional o equivalente de Ciclo formativo de grado superior en las especialidades de Técnico Superior en Información y Comercialización Turísticas, Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas o bien estar en posesión del Certificado de Profesionalidad en Promoción Turística Local e Información al Visitante, así como un excelente conocimiento de los recursos y oferta turística de Santa Cruz de Tenerife así como de la Isla. Conocimiento de ofimática a nivel usuario, actitud comercial y buena presencia. Los candidatos deberán acreditar documentalmente los requisitos requeridos (formación académica, idiomas, experiencia en el puesto). En el caso de vacaciones o sustituciones por diversas causas, el trabajador sustituto deberá reunir los mismos requisitos.

Para la contratación de personal, deberá solicitarse inicialmente personal que se encuentre en las bases de datos de la Sociedad de Desarrollo, no pudiendo contratarse a personal que no haya estado incluido en la formación de esta empresa, salvo que se acredite que no existe personal con la cualificación necesaria para el puesto.

2.2.- CONDICIONES VOLUNTARIAS

2.2.1.- Otros Puntos de Información Turística

Se valorará positivamente que la empresa adjudicataria preste servicios de información turística en cualquier otro punto de la ciudad, siempre que dicho punto cuente con el visto bueno de la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife.

A modo de ejemplo, la empresa adjudicataria podrá establecer puntos de información turística en aquellos emplazamientos tales como las recepciones de hoteles de Santa Cruz, previo acuerdo particular con el establecimiento hotelero, identificándose estos puntos como unidades de negocio adicionales.

2.2.2.- Otros Servicios Complementarios

Se valorará la oferta de más horas incluidas en el servicio, y/o el precio por hora e informador turístico que se vaya a percibir cuando se superen las horas obligatorias.

2.2.3.- Otras Unidades De Negocio

2.2.3.1.- Unidad de negocio edición y venta de merchandising marca turística

La empresa adjudicataria podrá diseñar, editar y comercializar merchandising de la marca turística para Santa Cruz de Tenerife.

La Sociedad de Desarrollo pone a disposición de la empresa adjudicataria el manual de estilo y uso de la marca con objeto de que pueda gestionar la línea de negocio de merchandising.

La empresa adjudicataria deberá presentar anualmente un plan de explotación de la línea de merchandising que contenga al menos:

- Tipo de merchandising a comercializar.
- Sistema de comercialización y venta de merchandising.
- Precios

El plan de explotación de la línea de merchandising tendrá que ser aprobado por la Sociedad de Desarrollo.

La Sociedad de Desarrollo recibirá un 20% de ingresos sobre el precio de venta final, no incluyendo impuestos, en concepto de canon de explotación y uso de marca, por cada uno de los productos que comercialice la empresa en materia de merchandising.

2.2.3.2.- Patrocinios

Se valorará positivamente el incremento en el porcentaje que vaya a percibir la Sociedad de Desarrollo sobre los patrocinios que se firmen por la entidad adjudicataria

2.2.3.3.- Cualificación Del Personal

Se valorará positivamente el incremento de personal cualificado, así como la inclusión de personal con discapacidad

3. COORDINACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL SERVICIO

La empresa adjudicataria nombrará un coordinador/a designado de entre la plantilla de informadores turísticos que deberá realizar las siguientes tareas:

- Elaborar un informe mensual con los datos estadísticos de las visitas realizadas en cada punto de información turística, que deberá adjuntarse a la presentación de las facturas. El informe recogerá los siguientes datos: informe diario de visitas, incidencias del servicio, sugerencias y reclamaciones.
- Llevar a cabo un sistema de control y encuestas a los visitantes llegados a los centros de información turística para la mejora continua del servicio al turista. Dicha encuesta será remitida por la Sociedad de desarrollo de Santa Cruz de Tenerife, S.A.U. El informador llevará a cabo el volcado diario de datos, y ese fichero se remitirá una vez al mes, junto con la factura y demás informes a la Sociedad de Desarrollo. Estos datos tienen el carácter de confidenciales y toda la información obtenida a través de este sistema deberá tratarse conforme a la legislación vigente, comprometiéndose las partes a mantener secreto sobre el contenido de las mismas.
- La empresa adjudicataria llevará a cabo cuantas acciones se decidan por parte de la Sociedad de desarrollo en materia que deriven del Sistema Integral de Gestión con el que cuenta la Sociedad de Desarrollo.
- Trasladar a los informadores turísticos las directrices en materia de información turística que la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife S.A.U. ponga de manera previa en su conocimiento, sin perjuicio de que la Sociedad pueda dirigirse también a cualquier informador.
- Velar por la correcta utilización de las instalaciones y el orden en la exposición del material promocional de información turística con el que cuentan los puntos de información turística.
- Notificar por escrito, tanto a la empresa adjudicataria como a la Sociedad de Desarrollo, las incidencias detectadas en materia de información turística que se ocasionen en los diferentes turnos de trabajo.

El coordinador dispondrá de un teléfono móvil de trabajo, facilitado por la empresa adjudicataria, para su localización en horarios de apertura de los puntos de información turísticas.

4.- SUPERVISIÓN DEL SERVICIO

La Sociedad de Desarrollo supervisará y dará su visto bueno al servicio que se presta, a las actividades que se llevan a cabo dentro del servicio, al diseño y contenido del material que se utiliza, a los soportes de información, folletos publicitarios e informativos, a la señalética, al contenido de las rutas por la ciudad y demás elementos utilizados para la prestación del servicio.

Además la empresa adjudicataria deberá presentar a la Sociedad de Desarrollo un informe trimestral con la relación de material, folletos, guías así como una relación pormenorizada de todos los productos que comercialice en la que se incluya las tarifas para el cliente final y el margen comercial que aplica.

La empresa adjudicataria deberá incluir los institucionales o en su caso de la marca turística que se determine por parte de la Sociedad de Desarrollo: uniforme del personal, guías turísticas del municipio, material promocional que se edite y cualquier otro soporte publicitario alusivo a actividades excepcionales derivadas del servicio de atención en destino durante la vigencia del presente concurso.

5.- UNIFORMES

El servicio de Información Turística será desempeñado por el personal integrado en la empresa adjudicataria. La uniformidad correrá a cargo de la empresa adjudicataria, quien expondrá el diseño final a la Sociedad de Desarrollo para visto bueno.

6.- MATERIAL DE APOYO Y SERVICIOS

El material informativo/promocional y cualquier otro tipo de soporte deberá ser aportado por la empresa adjudicataria, tales como guías, venta de tickets, productos de promoción, hojas de reclamaciones y sugerencias, etc.

Se valorará positivamente la incorporación de nuevas tecnologías, sistemas GPS para rutas, sistemas de comunicación inalámbricos, etc., así como la aportación de vehículos de fácil desplazamiento SEGWAY para prestar el servicio en distintos puntos de la ciudad, servicio de bicicletas, coches eléctricos y cualquier otra propuesta que la empresa considere oportuna. En todo caso, la Sociedad de Desarrollo de

Santa Cruz de Tenerife S.A.U., se reserva el derecho a dar el visto bueno acerca del material publicitario turístico que puede ser utilizado en los puntos de información turística.

7.- PERSONAL CONTRATADO

En cuanto a los recursos humanos prestadores de los servicios, la Sociedad de Desarrollo se reserva el derecho de supervisar la adecuación de los mismos a los servicios prestados, tanto al inicio de la prestación de la actividad como en cualquier momento del periodo contratado.

La empresa adjudicataria deberá disponer de personal suficiente para cubrir en todo momento los servicios solicitados, contemplando posibles sustituciones en caso de enfermedad, vacaciones, etc.

El informador turístico de los puntos de información turística debe ofrecer un servicio amable y eficaz al visitante bajo las indicaciones siguientes:

- Priorizar la atención al turista frente a otras tareas dedicando al turista toda la atención y disposición necesarias.
- Durante la presencia de turistas, el informador debe estar de pie y atento en la resolución de cualquier petición de información, acoger al turista mostrando total disponibilidad y amabilidad, y dándole la bienvenida al destino.

El informador debe ofrecer una correcta información orientada a las necesidades del turista de forma clara y facilitar soluciones alternativas en caso de que las solicitudes del turista no puedan ser plenamente satisfechas, orientándolas hacia otras oficinas de turismo o a las oficinas de turismo de la Sociedad de Desarrollo de Santa Cruz de Tenerife S.A.U.

Todo el personal seleccionado deberá tener experiencia demostrada en el sector turístico. En este sentido se valorará positivamente que la empresa adjudicataria tenga entre su personal a candidatos que ya han desarrollado la labor de informadores turísticos en la ciudad.

Se exigirá el nivel de estudios indicado en el apartado 2.1.3.6 del presente pliego.

Los candidatos deberán acreditar documentalmente los requisitos requeridos (formación académica, idiomas, experiencia en el puesto). En el caso de vacaciones o sustituciones por diversas causas, el trabajador sustituto deberá reunir los mismos requisitos.

Los informadores o el personal que lleve a cabo las rutas guiadas o ejerzan de guía en el municipio deberán estar en posesión de la titulación oficial conforme a la legislación vigente.

8.- PROGRAMA DE FORMACIÓN

La empresa adjudicataria se hará cargo del programa de formación específico necesario para el perfecto funcionamiento del servicio.

La empresa adjudicataria presentará el plan de formación anual a la Sociedad de Desarrollo.

Todo ello sin perjuicio de que la empresa adjudicadora ponga a disposición de la adjudicataria los medios de los que disponga con el objeto de mejorar el valor formativo de los recursos humanos de la misma.

9.- IDIOMAS

Los servicios se prestarán al menos en dos idiomas, español e inglés, valorándose la incorporación de cualquier otro en la propuesta presentada.

10.- CRITERIOS DE VALORACIÓN

Se valorará cada uno de los elementos incluidos en la memoria presentada por los participantes en la licitación, conforme al siguiente cuadro:

1.- CONDICIONES OBLIGATORIAS

1.1.- PRECIO DEL SERVICIO

Se valorará con un máximo de 10 puntos, la rebaja en el precio que debe abonar la Sociedad de Desarrollo por la prestación de los servicios

1.2.- PRECIO DE LA HORA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Se valorará con un máximo de 10 puntos, el precio por hora que se ofrezca, a abonar cuando se superen las 458 horas establecidas como contenido obligatorio

1.3.- NUMERO DE HORAS DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Se valorará con un máximo de 10 puntos, el incrementar el número de horas de servicios complementarios, por encima de las 458 horas obligatorias, de manera gratuita para la entidad.

1.4.- CANON GENERAL

Se valorará con un máximo de 10 puntos, el incremento del porcentaje del canon general que se ofrezca por la participante.

1.5.- CANON DE PATROCINIO

Se valorará con un máximo de 10 puntos, el incremento en el porcentaje del canon de patrocinio que se ofrezca a la Sociedad de Desarrollo

2.- CONDICIONES VOLUNTARIAS

2.1.- CANON DE MERCHANDISING

Se valorará con un máximo de 5 puntos, el incremento en el porcentaje del canon de merchandising que se ofrezca a la Sociedad de Desarrollo.

2.2.- OTROS PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Se valorará con un máximo de 10 puntos la prestación de los servicios en otros puntos de la ciudad

2.3.- CUALIFICACIÓN DEL PERSONAL

Se valorará con un máximo de 10 puntos, el compromiso de contratar personal con una cualificación superior a la determinada como mínima en este pliego

2.4.- PERSONAL CON DISCAPACIDAD

Se valorará con un máximo de 5 puntos, el compromiso de contratar personal con discapacidades.

2.5.- MEDIOS TÉCNICOS

Se valorará con un máximo de 5 puntos, la inclusión de medios técnicos para el desarrollo de la actividad

2.6.- OTRAS MEJORAS

Se valorará con un máximo de 5 puntos, la inclusión de nuevas mejoras en la propuesta realizada

3.- OTROS ELEMENTOS A VALORAR

3.1.- ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO

Se valorará con un máximo de 60 puntos, la organización prevista del servicio, conforme se considere más adecuada a las necesidades del mismo

3.2.- EXPERIENCIA

Se valorará con un máximo de 30 puntos, la experiencia que la empresa participante tenga en la prestación de servicios similares a los que son objeto de adjudicación.

11.- CONTENIDO DE LA MEMORIA

Los participantes en la licitación deberán aportar una memoria con el siguiente contenido:

1.- Presentación de la empresa

2.- Resumen de la experiencia (capacidad técnica) que disponga

3.- Plan de negocio, en el que se expliquen los siguientes apartados

- Precio solicitado por el servicio, conforme a lo establecido en el pliego, por punto de información turística (será el precio que se utilice, tanto para los dos puntos de información actuales, como para puntos posteriores que la Sociedad de Desarrollo vaya a implantar

- Precio por hora de servicio complementario

- Número de horas complementarias

- Canon general

- Canon por patrocinio

- Canon por merchandising (indicando si se va a utilizar o no este elemento)

- Otros puntos de información turística que la participante considere que va a abrir (fuera de los obligatorios de la Sociedad de Desarrollo)

- Cualificación del personal que se vaya a contratar

- Contratación de personas con discapacidad

4.- Explicación de la organización del trabajo a realizar, con indicación expresa de los siguientes apartados:

- Medios técnicos a utilizar

- Forma de organización del servicio

5.- Otras mejoras que se propongan

La memoria deberá contar con un resumen final, en el que se indiquen, de manera clara, los elementos indicados en el apartado 10. Tendrá prioridad este resumen sobre el resto del contenido de la memoria.

La no inclusión en la memoria o en el resumen de alguno de los apartados indicados, implicará que el mismo se valore con cero puntos.

Para la determinación del reparto de puntos, se otorgará el máximo a aquella proposición que sea más beneficiosa para la Sociedad de Desarrollo, repartiendo el resto de manera proporcional a las ofertas realizadas