PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

CONTRATO DE SERVICIOS

PROCEDIMIENTO ABIERTO

EXPEDIENTE 2021/06

INDICE

1. OBJETO 3

2. PRESUPUESTO 3

3. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS 3

4. CONDICIONES PARTICULARES..... 14

4.1. Plazo de entrega 14

4.2. Garantía 14

4.3. Penalizaciones 14

4.4. Forma de pago 15

4.5. Criterios de adjudicación 15

4.5.1. Criterios cuantificables automáticamente – Sobre B 15

4.5.2. Criterio no cuantificable automáticamente –Sobre C 16

4.6. Criterio de admisión de ofertas (Solvencia Técnica) 17

4.7. Condiciones especiales de ejecución 17

4.8. Propiedad de los trabajos realizados y derechos de propiedad industrial e intelectual 24

4.9. Responsable del contrato 24

4.10. Extinción/Resolución del contrato 24

4.11. Jurisdicción competente 24

1. OBJETO

Constituye el objeto del contrato la prestación de servicios para el desarrollo de acciones de posicionamiento digital en mercados de proximidad para la campaña de promoción turística 2021 de Bilbao Bizkaia, que apoya Bilbao Metropoli-30.

2. PRESUPUESTO

Se va a proceder a la contratación máxima de: importe neto 220.000,00 euros + IVA (21%). Importe total 266.200,00 euros.

El presupuesto incluirá todo tipo de gastos generales financieros, trasportes, dietas, desplazamientos, seguros, licencias temporales y todo tipo de gasto personal técnico o gastos de cualquier otro tipo necesario para la prestación del servicio.

3. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

3.1. ANTECEDENTES

La Asociación para la Revitalización del Bilbao Metropolitano (en adelante Bilbao Metropoli-30) se constituye para realizar proyectos de planificación, estudio y promoción, dirigidos hacia la recuperación y revitalización del Bilbao Metropolitano, definido como una realidad social y económica sin unos límites geográficos precisos y cuya existencia se ha proyectado por todo su entorno regional e internacional.

En este sentido, Bilbao Metropoli-30, viene colaborando con la Diputación Foral de Bizkaia para la promoción y posicionamiento de Bizkaia en el exterior en actividades como las siguientes:

- Impulsar las actuaciones en liderazgo, desarrollo y marketing derivadas de la Estrategia de Turismo 2020 de Bizkaia.

- Potenciar la imagen integral de Bizkaia mediante la participación y presencia activa en eventos y presentaciones europeas e internacionales tales como ferias de turismo, congresos, certámenes, acontecimientos deportivos, encuentros institucionales, empresariales, culturales y otros dirigidos a promocionar y posicionar Bizkaia en el exterior.

- Asesoramiento como Proyect Manager en la puesta en marcha y organización de congresos, exposiciones, foros y demás eventos.

- Promoción y organización de encuentros de nivel institucional, empresarial, cultural y deportivo, en relación con la divulgación de los planes estratégicos de promoción turística en escenarios internacionales.

- Coordinación de trámites y documentos que resulten necesarios para asegurar la participación de la Diputación Foral de Bizkaia en los diversos eventos internacionales.

3.2. ESTRATEGIA DE TURISMO 2020

El turismo de Bilbao Bizkaia está asumiendo grandes retos desde que esta actividad ha venido consolidándose en los últimos años. Orientar la estrategia del destino al consumidor, fomentar un desarrollo turístico territorial sostenible, así como liderar un sector complejo y transversal, es ahora más necesario que nunca. El objetivo de la Estrategia de Turismo 2020 es ayudar al destino a ser más competitivo a través de una nueva estrategia operativa que reduzca la atomización de actividades y alinee los esfuerzos del sector público y privado.

En este sentido se ha desarrollado una estrategia operativa nueva que incorpora siete drivers que nos indican cómo queremos alcanzar nuestros objetivos, qué valores incorporamos a la hora de poner en marcha las acciones y qué visión transmitimos al conjunto del sector.

Una Bizkaia más colaborativa que nunca y con una gestión integrada del destino, que nos permita alcanzar de manera más eficiente los objetivos marcados año tras año. Un compromiso firme con el sector que permitirá optimizar los beneficios económicos mediante mecanismos más sofisticados e inteligentes.

Siete valores que nos permiten proponer un cambio con una visión amplia. Conscientes de que el "bien" más importante de nuestro sector es el propio turista, tenemos un compromiso para que la inversión realizada genere un impacto económico en el destino, y además integrar los beneficios del turismo en nuestra sociedad.

- Colaboración

- Orientación al consumidor

- Innovación y excelencia en turismo

- Transparente y que responde a resultados

- Gestión integrada del destino

- Decisiones basadas en investigación

- Beneficios económicos, sociales y medioambientales

Debemos imaginarnos cómo queremos que sea Bizkaia como destino turístico en los próximos años y plantearnos desde este mismo instante qué necesitamos para conseguirlo. El sector turístico evoluciona a gran velocidad, dado que son los mercados quienes marcan las tendencias, configuran los flujos turísticos y determinan el éxito de los destinos. Nuestros competidores cuentan cada vez con estrategias más competitivas, por ello enfocamos nuestros esfuerzos en alcanzar metas exigentes y a la altura de los tiempos.

Contar con unos objetivos claros y que podamos medir es fundamental para conocer si aquello que queríamos conseguir se está cumpliendo. Gestionar el turismo con la responsabilidad que ello conlleva, pasa por que la Diputación Foral de Bizkaia asuma el

liderazgo de un sector atomizado y a su vez por garantice un impacto que beneficie a turistas, empresas y sociedad.

Estos son los 8 objetivos principales de la nueva Estrategia de Turismo 2020 de Bizkaia:

1. Atraer a consumidores potenciales y segmentados.
2. Desestacionalizar el destino temporal y geográficamente.
3. Crear una red organizativa activa y funcional.
4. Digitalización del sector turístico.
5. Contar con un sistema de inteligencia y medición eficiente del sector.
6. Profesionalización del sector turístico.
7. Proveer experiencias auténticas adaptadas a la demanda.
8. Integrar y visibilizar los beneficios del turismo en la sociedad.

Nuestro reto pasa por desatomizar el turismo en Bizkaia y alinear los esfuerzos de los entes de gestión turística, así como de las asociaciones empresariales. La Dirección de Competitividad Territorial y Turismo lidera la estructuración mediante el Bilbao Bizkaia Action Group (BBAG) y sus mesas en las que participa activamente Bilbao Metropoli-30, además de todas aquellas acciones en origen junto con el sector. Bilbao, Bizkaia, las comarcas y los municipios junto con las asociaciones empresariales se encargan de desarrollar el turismo en destino de manera organizada.

Se puede consultar el resumen ejecutivo de la Estrategia de Turismo 2020 de Bizkaia a continuación: http://bit.ly/2n8DaYG

3.3. EL PLAN DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO 2018 -2025

El Ayuntamiento de Bilbao y la Diputación Foral de Bizkaia aúnan esfuerzos en la promoción de la ciudad y el territorio desde el 2010. Año tras año, el compromiso entre ambas instituciones han dibujado nuevos horizontes a los que llegar conjuntamente. Bilbao Bizkaia se convierte en una apuesta firme por el 2014 sector turístico.

En enero de 2017, se presentó una nueva manera de gestionar el turismo en el territorio, adaptada a los nuevos tiempos y con la voluntad de liderar este sector en Bilbao Bizkaia en la que participa de manera activa Bilbao Metropoli-30. El resultado de 12 meses de intenso trabajo con el sector público y el privado, son el primer paso de una estrategia a largo plazo.

En enero de 2018, tras un profundo trabajo de análisis del sector turístico, los visitantes y nuestro propio territorio, presentamos una nueva fórmula para promocionar y posicionar Bilbao Bizkaia en el mundo entero. Una cartera de productos únicos nos presenta internacionalmente en nuestros mercados prioritarios, con una estrategia que mira al 2025 y que desde Bilbao Metropoli-30 se impulsa en 2018.

A continuación, el resumen ejecutivo del Plan de Posicionamiento Turístico de Bilbao Bizkaia 2018-2025: http://bit.ly/BilbaoBizkaia_2018_2025

3.4. "CAMPAÑA PROMOCIÓN TURÍSTICA 2021"

La nueva campaña de promoción turística 2021 se llevará a cabo en los perfiles de las redes sociales de @visitbiscay (Diputación Foral de Bizkaia) y @bilbaoturismo (Bilbao Ekintza EPEL - Bilbao Turismo), así como en el CRM de Bilbao Bizkaia.

Por lo que sus principales objetivos serán:

Objetivo 1. Vender destino y aumentar seguidores en @visitbiscay y @bilbaoturismo. Buscamos atraer el mayor número de personas a los perfiles de Facebook e Instagram de @visitbiscay y @bilbaoturismo con el objetivo de que se conviertan en fans.

Objetivo 2. Engagement e interacción. La generación de interés e interacciones por parte del público. El reto está en la creación de contenido de calidad que retenga a los usuarios y los lleve a interactuar con las publicaciones de @visitbiscay y @bilbaoturismo.

Objetivo 3. Obtención de leads. Conseguir datos de usuarios para realizar acciones a posteriori y alimentar una base de datos con la que poder trabajar.

Teniendo en cuenta estos objetivos, la estrategia de comunicación 2021 para la promoción turística del destino Bilbao Bizkaia nos ayudará a consolidar grandes hitos como:

- Convertirnos en el **destino de referencia en redes sociales del universo vasco**. Entendido este por la suma del número de seguidores en Instagram de las cuentas: @visitbasquecountry + @sansebastiantourism + @gipuzkoaturismoa + @visitnavarra, @alabaturismo, @turismo_vitoria + paysbasque_tourisme (171.343 seguidores en Instagram).

- Lograr un **destino multimarca** en publicidad: @visitbiscay + @bilbaoturismo.

- Construir una **comunidad de potenciales turistas** con el fin de que acaben visitando nuestro destino Bilbao Bizkaia. El éxito de nuestra campaña radicará en alcanzar a miles de usuarios a los que les interese nuestra marca, que interactúen con ella (comentarios, likes, publicaciones guardadas… PERFORMANCE) y que gracias a ese interés acaben reservando (CONVERSIÓN) productos/servicios de nuestro destino y se conviertan en verdaderos turistas.

Punto de partida:

	Instagram	Facebook	Twitter
@bilbaoturismo	29.691	22.946	4.228
@visitbiscay	83.193	41.307	5.399
Totales	**112.884**	**64.253**	**9.627**

COMUNIDAD TOTAL EN REDES SOCIALES	**186.764**
COMUNIDAD TOTAL EN CRM	**75.168**

Productos y mensajes clave de la campaña:

Queremos mostrar un Territorio con una capital vibrante a un paso de la costa y de la naturaleza y una costa y naturaleza dramáticas, que generan sorpresa y provocan sensaciones positivas, a un paso de la ciudad; un Territorio open mind, alternativo, que está deseando acoger a todo el mundo.

Un Territorio de vanguardia, en el que el arte, el diseño, la arquitectura brotan por cada una de sus calles; un Territorio basque, con una identidad propia y muy marcada que se refleja en el día a día de las personas que lo habita; un Territorio con una gastronomía reconocida en todo el mundo; un Territorio en el que poder realizar cientos de actividades.

Queremos que el usuario sienta la necesidad de vivir en primera persona aquello que le estamos mostrando, que tenga ganas de venir y ser uno/a más de nosotros/as.

Debemos consolidarnos como un destino multimarca:

@bilbaoturismo: publicará un 80% de contenido de Bilbao y un 20% de contenido de Bizkaia.

@visitbiscay: publicará un 80% de contenido de Bizkaia y un 20% de contenido de Bilbao.

El mensaje que queremos transmitir será el siguiente:

@bilbaoturismo: descubrir la gran ciudad vasca, Bilbao, está a un paso de la costa y de la naturaleza. Además, queremos que vean el ambiente vibrante de la ciudad, descubran todos sus estímulos y tengan una sensación de estar redescubriéndola. Se hará hincapié en

productos turísticos como “Bilbao metrópoli”, “arquitectura, vanguardia, arte y diseño”, “Patrimonio de la Humanidad” y/o “Turismo Industrial” y en aspectos transversales como “Shopping”, “gastronomía y Txakoli”, “Identidad vasca”, “Inclusiva (LGBTI) y accesible” y “Eventos”.

@visitbiscay: una costa y naturaleza dramática en torno a la capital del eje atlántico. Una costa y una naturaleza que generan sorpresa, inundadas de identidad vasca y que provocan sensaciones positivas. Mostraremos productos turísticos como “Costa insólita y marinera”, “Parques Naturales”, “Naturaleza y paisajes” y/o “Turismo Rural” y aspectos transversales como “Shopping”, “gastronomía y Txakoli”, “Identidad vasca”, “Inclusiva (LGBTI) y accesible” y “Eventos”.

Cada marca estará dirigida a los siguientes targets:

@bilbaoturismo: dirigida al target urban lovers (amantes de las ciudades de vanguardia, underground, dinámicas, vivas), food lovers (amantes de la enología, de la gastronomía…) art lovers (amantes del diseño, arte, cultura).

@visitbiscay: dirigida al target sea lovers (amantes de la costa, del mar, del surf, de la navegación…), nature lovers (amantes de la naturaleza, del turismo activo, de los parques naturales…), basque lovers (amantes de lo vasco, de las tradiciones, del folklore, de lo rural…).

Cada marca promocionará iconos turísticos como:

@bilbaoturismo: Museo Guggenheim Bilbao, San Mamés, Casco Viejo (Marzana), Artxanda (80% Bilbao) y Puente Bizkaia (20% Bizkaia)

@visitbiscay: Urdaibai, Flysch de Bizkaia (costa acantilada), Montañas vascas, Jai Alai (deporte tradicional y folklore vasco), Baserria (caserío tradicional vasco y entorno rural) (80% Bizkaia) y el Camino de Santiago en su llegada y paso por Bilbao (20% Bilbao).

Por lo que los principales ejes de comunicación serán la marca, el producto o icono turístico y el target.

Mercados principales a los que nos dirigimos:

Mercado estatal, con especial atención a Madrid, Catalunya, C.Valenciana, Andalucía,

Castilla y León y Galicia.

Posibilidad de ampliación al mercado francés del Suroeste de Francia, principalmente entorno regional de Burdeos y Toulouse.

Segmentos de público a los que nos dirigimos:

Jóvenes. Target de poder adquisitivo alto, con ganas y capacidad de gasto. Para este público los mensajes de compra por emoción o impulso funcionan. Interesados en turismo activo, deporte y naturaleza.

Parejas. Una menor percepción de riesgo hace que este público vaya a ser uno de los primeros en incorporarse al consumo turístico. Especialmente interesados en la gastronomía, el arte y la cultura.

Familias. Destino no masificado con oferta cultural, museos y turismo rural para todas las edades.

Seniors. Destino con garantías, no masificado y con una oferta gastronómica de primer nivel.

Estacionalidad:

Always ON. Hasta el 31 de diciembre de 2021

Agrupamos la campaña en 3 grandes ejes:

Trabajamos sobre el concepto de identificación territorial invitando al usuario a descubrir Bilbao Bizkaia mediante nuestras redes sociales a través de diferentes conceptos:

1- **Campaña con prescriptores.** Dos embajadores (un hombre y una mujer) de Bilbao Bizkaia representarán a nuestro Territorio haciendo de anfitriones en nuestras redes sociales. Uno de ellos será la persona embajadora de @bilbaoturismo y encajará con los targets Urban Lover, Food Lover y Art Lover; y la otra lo será de @visitbiscay y representará a los target Sea Lover, Nature Lover y Basque Lover. Mostrarán Bilbao y Bizkaia a través de su propia experiencia, enseñando sus rincones favoritos. La apuesta por dos personas altamente conocidas a nivel estatal (preferiblemente actores y/o comunicadores) y con un amplio número de seguidores en redes sociales nos permitirá llegar a nuevos segmentos de cliente de una forma sencilla, logrando además una interesante vinculación emocional. Así, invitaremos a los usuarios a caminar junto a ellos a través del contenido de la campaña. Además, las comunicaciones se realizarán en primera persona, siendo ellas las que hablen en nombre de la marca Bilbao Bizkaia Be Basque, para aprovechar así la cercanía de quien lanza el mensaje y potenciar también la invitación a conocer nuestra tierra.

2- **Campaña de branding – CORE.** El contenido core está compuesto por las imágenes y videos "de postal" más atractivas y representativas de las diferentes comarcas, pueblos y la capital. Orientada a complementar y enriquecer el contenido que publicamos sobre el

destino, apelando a sentimientos, emociones y la personalidad del territorio. El contenido core será llevado a cabo por activadores – personas reales de Bilbao Bizkaia (elegidas previo casting) que se sientan identificadas con cada uno de los target que hemos escogido (Urban Lovers, Food Lovers, Art Lovers, Sea Lovers, Nature Lovers y Basque Lovers) y que realicen actividades en torno a sus intereses, apoyando al contenido llevado a cabo por los embajadores.

3- Sorteos. Los sorteos son uno de los principales activadores en la obtención de leads y en el crecimiento de la comunidad. Por una parte, realizaremos sorteos en las redes sociales de @visitbiscay y @bilbaoturismo para incrementar nuestra comunidad. Por otra parte, realizaremos sorteos a través de www.visitbiscay.eus con el fin de obtener leads en el CRM de Bilbao Bizkaia a cambio de una experiencia en nuestro territorio.

Principales referencias en otros destinos:

Mercado estatal

Visit Barcelona – 348.064 seguidores en Instagram

Turismo Asturias – 169.814 seguidores en Instagram

Turismo de Galicia – 96.118 seguidores en Instagram

Mercado internacional

Escocia – 1.400.000 seguidores en Instagram

Bretaña – 405.000 seguidores en Instagram

Suiza – 768.000 seguidores en Instagram

París – 388.000 seguidores en Instagram

Ámsterdam – 249.000 seguidores en Instagram

3.5. OBJETO DEL CONCURSO Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Constituye el objeto del contrato la prestación de servicios de una agencia de marketing y o publicidad que lleve a cabo la ejecución de un programa de acciones de posicionamiento digital en mercados de proximidad para la campaña de promoción turística 2021 de Bilbao Bizkaia, que apoya Bilbao Metropoli-30.

3.6. OBJETIVOS DE LAS ACTUACIONES

Con el fin de trasladar los contenidos y los ejes de comunicación desarrollados para la campaña de promoción turística de 2021, será fundamental que las acciones de posicionamiento a desarrollar para esta licitación alcancen los siguientes objetivos de marketing en un plazo de 25 semanas:

- **Incremento de la comunidad en redes sociales de @visitbiscay y @bilbaoturismo a través de contenido de alto valor.**

  Atraer un mínimo de 85.000 seguidores nuevos en nuestros perfiles de Instagram (50% @bilbaoturismo - 50% @visitbiscay), garantizando unos perfiles de usuarios de calidad, de rango de edad 25-45 años, intereses culturales, gastronomía, naturaleza y viajes siempre con origen estatal. Atraer un mínimo de 35.000 seguidores nuevos en nuestros perfiles de Facebook (50% @bilbaoturismo - 50% @visitbiscay), garantizando unos perfiles de usuarios de calidad, de rango de edad 25-45 años, intereses culturales, gastronomía, naturaleza y viajes siempre con origen estatal.

- **Amplificar la interacción de los contenidos de la campaña en redes sociales generando contenido de calidad.**

  Incremento en la interacción de nuevos seguidores con los perfiles de IG y FB de @visitbiscay y @bilbaoturismo mediante un crecimiento al menos un 30% sobre el orgánico en likes u otras reacciones de carácter positivo. Para ello será imprescindible generar contenido de alta calidad que suscite el interés de nuestro público objetivo.

  Incremento en la interacción de nuevos seguidores de los perfiles de IG y FB de @visitbiscay y @bilbaoturismo mediante un crecimiento al menos un 25% sobre el orgánico en contenidos compartidos y comentados con carácter positivo. Para ello será imprescindible generar contenido de alta calidad que suscite el interés de nuestro público objetivo.

- **Aumentar el número de suscriptores del CRM de Bilbao Bizkaia.**

  Crecimiento de un 25% de la base de datos de Bilbao Bizkaia. Incremento mínimo de 25.000 suscriptores en el CRM.

3.7. ALCANCE DE LOS SERVICIOS

Para una correcta implementación de las actuaciones de promoción turística objeto de la licitación, y para garantizar una correcta difusión de los ejes de comunicación y productos estratégicos del Plan de Posicionamiento turístico 2018-2025 en el marco de la campaña "Turismo Bilbao Bizkaia 2021", será necesario proveer los siguientes servicios:

El alcance de los trabajos a realizar por el adjudicatario comprende las siguientes acciones:

- ✓ Elaborar el plan de medios/comunicación de las acciones promocionales con las características indicadas en este pliego de bases técnicas. Bilbao Metropoli-30 se reserva el derecho a solicitar cuantas modificaciones se estimen oportunas.
- ✓ Ejecutar el plan de medios/comunicación propuesto para cada actuación promocional, una vez aprobado por Bilbao Metropoli-30.
- ✓ Desarrollar un plan de especificaciones técnicas que sirva como eje de desarrollo técnico para la agencia creativa encargada de las piezas y adaptaciones audiovisuales de la campaña.
- ✓ Realizar un informe de resultados sobre la efectividad y notoriedad de las líneas de campaña realizadas a la finalización de cada una de ellas. No obstante, Bilbao Metropoli-30 podrá solicitar informes puntuales durante el desarrollo de estas.
- ✓ Coordinación y supervisión del trabajo realizado por el personal propuesto para la planificación, ejecución y monitorización de las actuaciones de promoción

La Planificación, Evaluación y Gestión de las actuaciones promocionales no podrán ser subcontratadas, por considerarse parte fundamental del objeto del contrato.

Aspectos de interés

- ✓ Con el fin de cuantificar su efectividad y notoriedad, deben detallarse las herramientas y métodos que se utilizarán y deberán facilitarse resultados de las líneas de campaña como mínimo con una frecuencia semanal.
- ✓ Deben tener vocación de mejora continua, de manera que a lo largo de cada semana de campaña se puedan introducir cambios en función de los resultados.
- ✓ Se valorará la negociación global con los soportes. Se pretenden acuerdos que más allá de las inserciones de publicidad contemplen una estrategia de difusión inteligente, interactiva y fresca dentro de una estrategia de comunicación adaptada a públicos activos en redes sociales.
- ✓ En las ciudades y zonas de interés se requerirá/valorará la colaboración de empresas locales especializadas en marketing turístico.
- ✓ Bilbao Metropoli-30 se reserva el derecho a realizar por sí misma o mediante otras empresas las campañas publicitarias que así considere, sin que la adjudicataria pueda reclamar compensación alguna por esa circunstancia.
- ✓ Se deberá garantizar la igualdad de género en la propuesta y el equipo técnico presentado.

Ha de tenerse en cuenta que las planificaciones podrán verse modificadas en función de la coyuntura económica, los resultados obtenidos en los trabajos realizados, la alteración de las rutas aéreas directas existentes o cambios en cualquier otro factor decisivo en la estrategia a seguir (tendencias, oportunidades, eventos de interés turístico...) en la medida en que Bilbao Metropoli-30 lo considere oportuno atendiendo a sus necesidades.

3.8. OFERTA A REALIZAR

La propuesta técnica para este proyecto debe desarrollar:

- ✓ Definición de la estrategia de promoción global y específica para las diferentes líneas de campaña, segmentos del público objetivo y soportes mínimos especificados en los pliegos técnicos. Detalle de medios y soportes publicitarios seleccionados.
- ✓ Un calendario de emisión detallado (óptico de campaña).
- ✓ La propuesta deberá argumentar, pormenorizadamente, los medios propuestos para lograr la mayor rentabilidad del plan.
- ✓ Un plan de especificaciones técnicas para los materiales extraordinarios que se requieran adaptar partiendo de las piezas master de la campaña desarrollada por la agencia creativa.
- ✓ Una propuesta de equipo, sistema de coordinación y supervisión de los trabajos.
- ✓ Una recapitulación de los resultados que se entregarán, incluyendo, si se considera relevante, mejoras al proyecto.
- ✓ Una tabla con los parámetros de medición que permitan valorar cualitativa y cuantitativamente la eficacia y eficiencia del servicio prestado.

Se deberá tener en cuenta:

- Los posibles estudios de terceros, análisis de fuentes y benchmarking necesarios, adaptados a los diferentes segmentos del mercado.
- Sistema de seguimiento de las acciones para medir su rentabilidad, incluyendo los gastos derivados de herramientas de medición para los soportes seleccionados, también para los sorteos en redes sociales.
- La empresa no deberá contemplar en esta propuesta los gastos derivados de los sorteos que se determinen para las actuaciones promocionales.

Detalles de la oferta a realizar:

Ámbito: Estatal. Excluir Euskadi. Posibilidad de ampliación a Suroeste Francia.

Período: Setiembre – Diciembre 2021

Presupuesto: 266.200 € (IVA incluido)

3.9. OTRAS CONSIDERACIONES

No se contemplan.

3.10. SUPERVISIÓN Y CONTROL

Incumbe a Bilbao Metropoli-30, ejercer de una manera continuada y directa la inspección y vigilancia y supervisión de los trabajos para velar por su correcta ejecución, pudiendo

hacer al contratista observaciones y comentarios respecto a la ejecución de los servicios. A este fin, el adjudicatario deberá permitir el examen de cualquier proceso o fase del trabajo. El adjudicatario deberá fijar, de mutuo acuerdo con Bilbao Metropoli-30, un calendario de reuniones de seguimiento.

La dirección de los trabajos será ejercida por un representante de Bilbao Metropoli-30, que actuará de coordinador y supervisor. Asimismo, todo cambio o modificación sobre la propuesta adjudicada, deberá contar con el acuerdo de Bilbao Metropoli-30 que en todo momento podrá indicar variaciones en las directrices del trabajo.

3.11. CONFIDENCIALIDAD Y PROPIEDAD DEL TRABAJO

Los trabajos y todos los datos en ellos contemplados, así como los que de ellos resulten, son propiedad exclusiva de Bilbao Metropoli-30.

Del mismo modo, contarán con carácter confidencial, y no podrán ser publicados, ni en todo ni en parte, o utilizados de cualquier otro modo sin la expresa y previa autorización escrita de Bilbao Metropoli-30.

En ningún momento, el adjudicatario podrá hacer declaraciones públicas sobre los proyectos, sin la expresa y previa autorización de Bilbao Metropoli-30.

4. CONDICIONES PARTICULARES

4.1. Plazo de entrega

El plazo de entrega será el 31 de diciembre de 2021.

4.2. Garantía

La empresa adjudicataria será responsable de la correcta realización de los trabajos contratados y de la corrección de los defectos que en ellos pudieran existir y sean notificados durante la vigencia del contrato.

La garantía tiene validez incluso en el supuesto de que personal de Bilbao Metropli-30 los haya examinado durante su elaboración o desarrollo o los haya aceptado en comprobaciones, valoraciones o entregas parciales.

4.3. Penalizaciones

El Contratista es el único responsable frente a la Contratante por cualquier incumplimiento del Contrato o de las directrices recibidas.

En caso de que el Contratista incumpliera los términos y condiciones establecidos en el presente Contrato, deberá abonar a la Contratante una indemnización que cubra todos los daños y perjuicios sufridos por la Contratante. Además, la Contratante podrá imponer penalizaciones por el cumplimiento defectuoso o tardío de los servicios que podrán ascender hasta un máximo del 5% del importe total del precio del conjunto de las prestaciones derivadas del Contrato. En este caso, la Contratante remitirá al Contratista a la mayor brevedad un documento justificativo de la imposición de la penalización en el que se describa el concreto incumplimiento o cumplimiento tardío o defectuoso por el Contratista de las obligaciones del presente Contrato.

4.4. Forma de pago

Bilbao Metropoli-30 realizará el pago mensualmente a la recepción de la factura correspondiente.

4.5. Criterios de adjudicación

Para la adjudicación se tendrán en cuenta los siguientes criterios de valoración:

4.5.1. Criterios cuantificables automáticamente – Sobre B

Propuesta económica, máximo 51 puntos.

El órgano de contratación podrá excluir las ofertas que presuma inviables por ser anormalmente bajas y desproporcionadas previa tramitación del procedimiento establecido a tal efecto en el artículo 149 de la LCSP.

Se presumirá que resultan anormalmente bajas y desproporcionadas las ofertas presentadas por debajo de 2/3 del presupuesto máximo.

(Oferta menor / Oferta) x 51 puntos = puntuación.

4.5.2. Criterio no cuantificable automáticamente -Sobre C

En ningún caso se deberá incluir en este Sobre información cuantificable por fórmula.

- Proyecto y metodología. 25

Aspectos a valorar	Parámetros aplicados	Ponderación
Adecuación del proyecto al Plan de Posicionamiento Turístico 2018-2025 y los ejes de la campaña Descubre tu lado Bilbao Bizkaia	Contenido alineado a los objetivos del Plan de Posicionamiento 2018-2025 y adaptación a las líneas de campaña	7 puntos
Mix de soportes e inversiones planteado para las acciones de promoción turística	Calidad de las soluciones desarrolladas para las necesidades y objetivos definidos en el pliego técnico	10 puntos
Cumplimiento de objetivos de la campaña de promoción turística	Adquisición de los objetivos y adecuación a targets y mensajes	8 puntos

- Medios para su consecución. 15

Aspectos a valorar	Parámetros aplicados	Ponderación
Equipo técnico	Capacitación y experiencia adaptada a los pliegos técnicos	7 puntos
Herramientas de gestión y planificación	Nivel de adecuación de las herramientas a las necesidades de gestión de las líneas de campaña	5 puntos
Herramientas de medición y monitorización	Calidad y organización de la información	3 puntos

- Mejoras. 9

Aspectos a valorar	Parámetros aplicados	Ponderación
Servicios complementarios	Cantidad de propuestas realizadas	3 puntos
Mejoras en los objetivos numéricos de crecimientos en redes sociales	Grado de innovación respecto a las necesidades del proyecto	6 puntos

Según el artículo 146.3 de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público se establece un umbral mínimo del 50 por ciento de la puntuación en el conjunto de los criterios cualitativos para continuar en el proceso selectivo.

4.6. Criterio de admisión de ofertas (Solvencia Técnica)

Requisitos mínimos de solvencia exigidos: Experiencia en la realización de trabajos similares al objeto del contrato.

Se acreditará mediante la siguiente documentación:

Una relación de los principales servicios o trabajos realizados en los últimos dos años que incluya importe, fechas y destinatario (público o privado) de los mismos. Los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente cuando el destinatario sea una entidad del sector público o mediante un certificado expedido por el destinatario si fuera sujeto privado o declaración responsable del empresario participante en la licitación.

4.7. Condiciones especiales de ejecución

Condiciones laborales

a) La empresa contratista respecto al personal que emplee en la realización del trabajo adjudicado, está obligada al exacto cumplimiento de la normativa vigente en materia laboral, de Seguridad Social, de integración social de minusválidos y de prevención de riesgos laborales y, con respecto a estas últimas, de formación social, comprometiéndose a que por parte de la empresa subcontratista – en su caso – se cumpla la legislación vigente en materia laboral respecto a sus trabajadores/as.

b) La empresa contratista está obligada a que el trabajo, tanto en su empresa como con las empresas que subcontrate, en su caso, se desempeñe en condiciones dignas, siéndoles

de aplicación a las personas trabajadoras el convenio del sector que forman parte, especialmente en cuanto a subrogación del personal se refiere.

c) La empresa contratista reconoce expresamente tener el conocimiento, la capacidad, los recursos y medios necesarios para cumplir y hacer cumplir todas las disposiciones y normas que resulten de aplicación para la ejecución del Contrato en materia de Higiene, Seguridad y Medio Ambiente, manteniendo indemne a Bilbao Metropoli-30, frente a cualquier reclamación derivada de incidentes acaecidos en relación con tales materias con ocasión de la ejecución del Contrato.

d) La empresa contratista debe proveer a todo su personal con los equipos de protección personal homologados que sean de aplicación según el plan de prevención de riesgos laborales derivado del análisis de riesgos realizado para los trabajos objeto del Contrato, asegurándose de que tal personal ha recibido la formación necesaria en el uso de tales equipos.

e) La empresa contratista deberá, a requerimiento de Bilbao Metropoli-30, presentar toda la documentación que acredite el cumplimiento de aquellas obligaciones que deban o puedan estar documentadas.

f) Corresponderán al contratista, y serán de su cargo, todos los costes en que incurra para la ejecución del contrato.

Obligaciones de la empresa contratista en relación al personal adscrito a la prestación del servicio

1. El personal adscrito a la prestación del servicio dependerá exclusivamente de la empresa contratista, única que ostentará los derechos y obligaciones inherentes a su condición de empleadora.

2. Corresponderá exclusivamente a la empresa contratista la selección del personal que, reuniendo los requisitos de titulación y experiencia exigidos en los pliegos (en los casos en que se establezcan requisitos específicos de titulación y experiencia) formará parte del equipo de trabajo adscrito a la ejecución del contrato, sin perjuicio de la verificación por parte de la "entidad contratante" del cumplimiento de aquellos requisitos.

3. La empresa contratista procurará que exista estabilidad en el equipo de trabajo, y que las variaciones en su composición sean puntuales y obedezcan a razones justificadas, en orden a no alterar el buen funcionamiento del servicio (cuando existan razones que justifiquen esta exigencia), informando en todo momento a la «entidad contratante».

4. La empresa contratista asume la obligación de ejercer de modo real, efectivo y continuo, sobre el personal integrante del equipo de trabajo encargado de la ejecución del contrato, el poder de dirección inherente a toda empresa. En particular asumirá la negociación y pago de los salarios, la concesión de permisos, licencias y vacaciones, las sustituciones del personal en casos de baja o ausencia, las obligaciones legales en materia de Seguridad Social, incluido el abono de cotizaciones y el pago de prestaciones cuando proceda, las obligaciones legales en materia de prevención de riesgos laborales, el

ejercicio de la potestad disciplinaria, así como cuantos derechos y obligaciones se deriven de la relación contractual entre las partes empleada y empleadora.

5. La empresa contratista velará especialmente porque el personal adscrito a la ejecución del contrato desarrolle su actividad sin extralimitarse en las funciones desempeñadas respecto de la actividad delimitada en los pliegos como objeto del contrato.

La empresa contratista deberá designar al menos una persona coordinadora técnica o responsable, perteneciente a su plantilla de personal, que tendrá entre sus obligaciones las siguientes:

- Actuar como interlocutora de la empresa contratista frente a la «entidad contratante», canalizando la comunicación entre la empresa contratista y el personal integrante del equipo de trabajo adscrito al contrato, de un lado, y la «entidad contratante», de otro lado, en todo lo relativo a las cuestiones derivadas de la ejecución del contrato.

- Distribuir el trabajo entre el personal encargado de la ejecución del contrato, e impartir al mismo las órdenes e instrucciones de trabajo que sean necesarias en relación con la prestación del servicio contratado.

- Supervisar el correcto desempeño por parte del personal integrante del equipo de trabajo de las funciones que tienen encomendadas, así como controlar la asistencia de dicho personal al puesto de trabajo.

- Organizar el régimen de vacaciones del personal adscrito a la ejecución del contrato, debiendo a tal efecto coordinarse adecuadamente la contratista con la «entidad contratante», a efectos de no alterar el buen funcionamiento del servicio.

- Informar a la «entidad contratante» acerca de las variaciones, ocasionales o permanentes, en la composición del equipo de trabajo adscrito a la ejecución del contrato.

La empresa contratista estará obligada a ejecutar el contrato en sus propias dependencias o instalaciones, salvo que la necesidad de prestar los servicios en dependencias de los entes, organismos o entidades que forman parte del sector público de la Comunidad Autónoma de Euskadi estuviera prevista en el Pliego de Prescripciones Técnicas o en la Carátula del Pliego, y así se hubiera autorizado expresamente. En este caso, la entidad contratante pondrá a disposición de la empresa contratista espacios de trabajo diferenciados de los que ocupa el personal empleado público, correspondiendo a la empresa contratista velar por el respeto por parte del personal trabajador adscrito a tales servicios de la ubicación asignada. Si la naturaleza del objeto del contrato demanda que los servicios se presten de manera continuada en bienes o instalaciones ubicados en los centros de trabajo de las entidades contratantes que integran el sector público, la empresa contratista vendrá obligada, además, a acreditar, con carácter previo al inicio de la prestación, la afiliación y alta en la Seguridad Social del personal adscrito a la ejecución del contrato.

Condiciones en materia de medio ambiente.

La empresa contratista evitará que sus operaciones o las de sus Subcontratistas tengan un impacto negativo sobre el medio natural o sobre la vida animal y vegetal, y tomará las medidas necesarias para anular o reducir al mínimo cualquier incidencia que pudiera surgir durante tales operaciones.

Condiciones sociales de igualdad de mujeres y hombres.

La empresa contratista deberá cumplir los principios y obligaciones establecidos en la Ley 4/2005, de 18 de febrero, del Parlamento Vasco, para la igualdad de Mujeres y Hombres; y en la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

La empresa contratista garantizará que en toda documentación, publicidad, imagen o materiales se emplee un uso no sexista del lenguaje, evitará cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas y se fomentará una imagen con valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género.

Condiciones lingüísticas.

En aquellos contratos que incluyan la prestación de servicios o relaciones con terceros o ciudadanos en general, la lengua utilizada en la comunicación, tanto oral como escrita, entre la empresa encargada de la ejecución y los usuarios o personas con las que haya de relacionarse en ejecución del contrato será aquella que elija el usuario o tercero en cada caso.

Cuando no conste expresamente opción alguna, las notificaciones y comunicaciones de todo tipo que la empresa encargada de la adjudicación dirija a personas físicas y jurídicas se realizarán en las dos lenguas oficiales.

Cuando la prestación contratada implique la entrega de algún tipo de material destinado a ser publicado, la empresa contratista entregará la versión final en las dos lenguas oficiales o en una de ellas según las indicaciones de Bilbao Metropoli-30.

La falta de presentación o demora injustificada de cualquier documentación que acredite el cumplimiento de aquellas obligaciones que puedan o deban de estar documentadas constituirá un incumplimiento de las obligaciones contractuales y por lo tanto Bilbao Metropoli-30, podrá resolver el Contrato de acuerdo con lo establecido en la cláusula 21ª.

Permisos de Terceros.

Con independencia de los contratos y gestiones que Bilbao Metropoli-30, estime oportuno asumir por sí misma, la empresa contratista se responsabilizará de obtener cuantos permisos y licencias sean precisas ante particulares, asociaciones, empresas y organismos, para una correcta ejecución del trabajo. El coste que, en su caso, pudiera suponer la obtención de estos permisos será de cuenta exclusiva de la empresa contratista.

Confidencialidad.

Se entiende por información confidencial toda aquella información personal, contractual, bancaria, técnica y/o comercial a la que tenga acceso o de la que pueda tener conocimiento la empresa contratista con objeto de la prestación del servicio contratado.

La empresa contratista se compromete a tratar toda y cada una de la información confidencial como tal y utilizarla exclusivamente con los fines descritos en el presente pliego, sin divulgarla a terceros y sin ponerla a disposición del público, ni hacerla pública o accesible de cualquier forma.

La empresa contratista se compromete a mantener la más estricta confidencialidad respecto de dicha información, advirtiendo del deber de confidencialidad y secreto a sus empleados, asociados y a cualquier persona que, por su relación con la empresa contratista, deba tener acceso a ella para el correcto cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato suscrito con Bilbao Metropoli-30.

La empresa contratista o las personas mencionadas en el párrafo anterior no podrán reproducir, modificar, hacer pública o divulgar a terceros la información confidencial suministrada por Bilbao Metropoli-30, con objeto de la prestación del servicio contratado.

La empresa contratista no copiará ni reproducirá, sin consentimiento previo de Bilbao Metropoli-30, ningún elemento o documento que le haya sido entregado (que consista o contenga, en parte o en su totalidad, información confidencial), salvo en aquellos casos en los que la propia prestación del servicio así lo requiera.

En atención a las características del servicio contratado, la empresa contratista devolverá, en su caso, dichos documentos o elementos, así como las copias de los mismos, si las hubiera, a petición de la parte que los entregó y a más tardar a la finalización de la prestación contratada.

El incumplimiento de esta obligación, además de las responsabilidades que para el licitador deriven de la legislación, dará derecho a Bilbao Metropoli-30, a reclamar al adjudicatario los daños y perjuicios que se le hayan podido ocasionar.

Tratamiento de datos personales

Cuando, para la prestación de los servicios objeto del contrato, la entidad contratista tenga acceso a los sistemas de información y ficheros que contengan datos personales titularidad de Bilbao Metropoli-30, la entidad contratista se compromete a que dicho acceso y el tratamiento de datos personales derivado de la prestación de sus servicios se realicen conforme a las instrucciones de Bilbao Metropoli-30 con la única y exclusiva finalidad de prestar los servicios objeto del contrato.

En cumplimiento de lo dispuesto artículo 12.2 de la Ley Orgánica 15/199, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal (LOPD), la entidad contratista se compromete a:

- Tratar los datos personales a los que tenga acceso con ocasión de la prestación de sus servicios conforme a las instrucciones de Bilbao Metropoli-30, esto es, a los exclusivos fines de prestar los servicios previstos en el contrato.

- No aplicar y/o utilizar los datos personales titularidad de Bilbao Metropoli-30 con fin distinto al previsto en el contrato.

- No comunicar los datos personales titularidad de Bilbao Metropoli-30, ni siquiera para su conservación, a otras personas y/o entidades.

En el caso de que la entidad contratista destinara los datos personales facilitados por Bilbao Metropoli-30 a una finalidad distinta de la recogida en el contrato, los comunique o los utilicen incumpliendo las previsiones de este contrato, según dispone en el artículo 12.4 de la LOPD, será considerado responsable del tratamiento, respondiendo personalmente de las infracciones en que hubiera incurrido y eximiendo a Bilbao Metropoli-30 de cualquier responsabilidad respecto a cualquier infracción de la LOPD que pudiera cometer.

A tenor de lo establecido en el artículo 12.3 de la LOPD, una vez cumplida la prestación contractual y resuelto el contrato, la entidad contratista se compromete, a elección de Bilbao Metropoli-30, a destruir los datos personales titularidad de Bilbao Metropoli-30que obren en su poder o, alternativamente, a proceder a la devolución de los soportes y/o documentos que contengan los datos personales titularidad de Bilbao Metropoli-30, una vez prestados los servicios requeridos, sin conservar copia alguna de los mismos y sin que ninguna persona, física o jurídica, entre en conocimiento de los datos.

Conforme a lo previsto en el artículo 9 de la LOPD, la entidad contratista se compromete asimismo a adoptar las medidas de índole técnica y organizativa necesarias que garanticen la seguridad de los datos personales que provienen de los ficheros titularidad de Bilbao Metropoli-30 y eviten su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado y, en general, se compromete al estricto cumplimiento de la totalidad las obligaciones que impone la LOPD. A este respecto, la entidad contratista manifiesta expresamente que dispone de un documento de seguridad en el que se identifica el fichero o tratamiento y su responsable y en el que se detallan las medidas de seguridad que deben implementarse atendiendo a la naturaleza de los datos personales a los que tiene acceso con ocasión de la prestación de los servicios.

A tenor de lo establecido en el artículo 10 de la LOPD, la entidad contratista y todo su personal que intervenga en cualquier fase del tratamiento de los datos de carácter personal se obliga al secreto profesional y la más absoluta confidencialidad respecto de cualesquiera de los datos personales titularidad de Bilbao Metropoli-30 a los que tengan acceso con ocasión de su relación contractual con ésta, y al cumplimiento de las medidas de seguridad que contiene su documento de seguridad, obligaciones éstas que subsistirán aún después de finalizar las relaciones contractuales existentes entre Bilbao Metropoli-30 y la entidad contratista.

Al objeto de garantizar la satisfacción de las obligaciones derivadas de la LOPD, Bilbao Metropoli-30 se reserva el derecho a controlar el cumplimiento por la entidad contratista de las obligaciones asumidas en esta materia, pudiendo incluso realizar auditorías a fin de comprobar su efectivo cumplimiento.

La entidad contratista no podrá subcontratar con un tercero la realización de ningún tratamiento de datos personales que le haya encomendado Bilbao Metropoli-30, salvo que previamente haya obtenido la autorización expresa y escrita por parte de Bilbao Metropoli-30, en la que se detallará los servicios susceptibles de subcontratación, así como los datos identificativos del encargado de su realización. Dicha autorización deberá anexarse al contrato principal, formando parte integrante del mismo. Asimismo, la entidad contratista se compromete a suscribir con la empresa subcontratada un contrato de confidencialidad y tratamiento de datos personales que regule los servicios encargados, en los mismos términos que constan en esta cláusula.

En caso de subcontratación conforme a lo dispuesto en el apartado anterior, la entidad contratista se compromete suscribir un contrato de prestación de servicios y confidencialidad con la empresa subcontratada, en el que se regulen al detalle los servicios subcontratados, las instrucciones para el tratamiento de los datos personales, la prohibición de comunicar los datos a terceros, la obligación de devolución y/o destrucción de los datos una vez finalizada la prestación de los servicios subcontratados, así como la obligación de adoptar las medidas de índole técnica y organizativa necesarias para garantizar en todo momento la integridad y confidencialidad de los datos personales. Dicho contrato, una vez formalizado y si así lo solicita Bilbao Metropoli-30, deberá ser puesto a su disposición al objeto de que pueda acreditar el cumplimiento de esta obligación.

En caso de que la entidad contratista subcontrate la totalidad o parte de los servicios que deba prestar a Bilbao Metropoli-30 incumpliendo lo dispuesto en los párrafos anteriores, la entidad contratista asumirá la responsabilidad que pudiera derivar del incumplimiento por parte de la empresa subcontratada de las obligaciones que impone la LOPD, eximiendo a Bilbao Metropoli-30 de cualquier tipo de obligación al respecto.

Cesión y subcontratación.

a) La prestación de los servicios objeto de este contrato no podrá cederse a un tercero.

b) La subcontratación de todos o parte de los servicios que son objeto del presente pliego sólo será admisible cuando Bilbao Metropoli-30 preste su consentimiento con carácter previo.

4.8. PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS REALIZADOS Y DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL

Los trabajos realizados en cualquiera de sus fases serán propiedad de Bilbao Metropoli-30 que podrá recabar en cualquier momento la entrega de parte de las prestaciones realizadas, siempre que no afecte al normal desarrollo de los trabajos pendientes.

A través de la contratación prevista en este Pliego, Bilbao Metropoli-30 adquiere, por el plazo más amplio previsto en la legislación actualmente en vigor, todos los derechos de propiedad industrial e intelectual susceptibles de aplicación industrial o explotación económica de la obra que pueda resultar de los trabajos contratados.

La empresa contratista se compromete a suscribir cuantos documentos le requiera Bilbao Metropoli-30 para hacer efectiva la adquisición de esos derechos o garantizar su debida constancia pública.

Cualquier utilización por parte de la empresa contratista de documentación, diseños, imágenes, información recogida o datos que resulten de la realización de los trabajos objeto del contrato requerirá autorización previa y escrita de Bilbao Metropoli-30.

4.9. RESPONSABLE DEL CONTRATO

En la toma de decisiones de índole técnica, Bilbao Metropoli-30, podrá nombrar un Responsable de Contrato con funciones de supervisión y asesoramiento sobre las actuaciones emprendidas por la empresa contratista, siendo competencia del órgano de contratación o de las personas en quien éste delegue la adopción de decisiones que se deriven del seguimiento del desarrollo del contrato por el Responsable del Contrato.

Asimismo, asumirá las funciones que se le encomiendan en este Pliego.

El órgano de contratación podrá delegar en el Responsable del Contrato todos o algunos de sus derechos y facultades en relación con la ejecución del contrato.

4.10. EXTINCIÓN/RESOLUCIÓN DEL CONTRATO

El contrato se extinguirá por su conclusión o cumplimiento o por su resolución por concurrir cualquiera de las causas previstas en el artículo 211 LCSP o en el Código Civil.

4.11. JURISDICCIÓN COMPETENTE

Para resolver las cuestiones que se planteen en relación a la preparación o adjudicación del presente contrato, serán competentes los Tribunales de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa (artículo 27.1 de la LCSP), sometiéndose ambas partes voluntariamente al

fuero de los Juzgados y Tribunales de Bilbao, con renuncia expresa a cualquier otro foro que pudiera corresponderles.

Una vez formalizado el contrato todo litigio o discrepancia entre las partes contratantes que se derive de los efectos, interpretación, cumplimiento y extinción de la relación jurídica se resolverá ante los tribunales de la Jurisdicción Civil (artículo 27.2 de la LCSP) sometiéndose ambas partes voluntariamente al fuero de los Juzgados y Tribunales de Bilbao, con renuncia expresa a cualquier otro foro que pudiera corresponderles.