PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS PARA LA GESTIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LOS PRODUCTOS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE "RESERVA BILBAO BIZKAIA.

1. ANTECEDENTES

La Diputación Foral de Bizkaia ha diseñado en 2020 un plan urgente de reactivación del territorio Bizkaiaaurrera! para ayudar y estimular la vuelta a la normalidad lo antes posible. El plan Bizkaiaaurrera! contiene12 medidas económicas para ayudar de forma urgentea todas estas personas, empresas y sectores a sobrepasar este momento y a recuperar la actividad. El plan pretende ser, también, una cuerda de la que tire toda la sociedad de Bizkaia.

Esta iniciativa ágil y práctica se centra en las personas y los sectores que más han sufrido la crisis, especialmente aquellos que han permanecido cerrados durante el estado de alarma, y complementa las medidas adoptadas hasta ahora para proteger a los colectivos más vulnerables, especialmente personas mayores y en exclusión, quienes seguirán contando con la protección del sistema social de Bizkaia.

Entre las doce medidas activadas, una de ella ha sido activar un Plan de turismo interior para impulsar el movimiento, la actividad, la cultura y el consumo en los pueblos de Bizkaia. Los principales objetivos de esta medida son:

- Impulso a casi un centenar de planes con propuestas inspiradoras, fáciles de comprar y disfrutar en todas las comarcas de Bizkaia.
- Promoción y comercialización a través de una plataforma web.
- Planes ideales para disfrutar en familia, con niños, en pareja o grupo… tras el confinamiento provocado por la crisis del coronavirus.
- Propuestas temáticas: cultura, gastronomía, deporte, ferias, producto local, naturaleza/paisaje, eventos, etc.

2. ESTRATEGIA DE TURISMO 2020

El turismo de Bilbao Bizkaia ha asumido 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 desarrolló 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

Elektronikoki sinatutako dokumentua. 7FDX-3ZXP-NNL7-395R Egiaztapen Kode Elektronikoaren bidez (EKE) egiaztatu daiteke. www.ebizkaia.eus helbidean.
Documento firmado electrónicamente. Autenticidad verificable mediante Código de Verificación Electrónica (CVE) 7FDX-3ZXP-NNL7-395R en www.ebizkaia.eus.

- 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

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 ha pasado 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 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.

En primer lugar, para comprender la dimensión global de nuestro sector, es importante diferenciar entre dos escenarios de actuación: el origen y el destino.

El primero es allí donde reside nuestro público objetivo, las empresas que comercializan productos y servicios directamente al usuario; además de los medios, marcas y otros influencers que influyen en los consumidores.

El segundo es el lugar al que llegan los turistas, el destino que visitan. Aquí encontrarán toda la atención y disfrutarán de la oferta del destino además de poder consumir servicios ofrecidos por los empresarios locales. En este escenario también están presentes los consumidores locales o excursionistas.

Elektronikoki sinatutako dokumentua. 7FDX-3ZXP-NNL7-395R Egiaztapen Kode Elektronikoaren bidez (EKE) egiaztatu daiteke. www.ebizkaia.eus helbidean.
Documento firmado electrónicamente. Autenticidad verificable mediante Código de Verificación Electrónica (CVE) 7FDX-3ZXP-NNL7-395R en www.ebizkaia.eus.

Siendo conscientes de que el elemento más importante para que se dé la actividad turística es el propio turista, la estrategia debe enfocarse en dos líneas. Captar consumidores en el origen y ofrecer lo mejor del destino al turista una vez ha llegado.

En este sentido, este nuevo esquema determina en qué posición debe operar cada organismo, asociación o empresa de cara a alinear los esfuerzos del sector. Dejando en manos de la marca turística de Bizkaia todo lo relativo a las acciones en origen, y el desarrollo turístico en el destino a los entes de gestión territorial y sector empresarial.

La marca turística de Bizkaia es el fruto de trabajar conjuntamente entre la Diputación Foral de Bizkaia, el Ayuntamiento de Bilbao, los entes de gestión territorial y las asociaciones empresariales, todos ellos, representados en el BBAG.

Liderar e impulsar el sector, desarrollar turísticamente el territorio y dirigirse a los consumidores. Una estructura de trabajo más sencilla y compacta que diferencia el esfuerzo que Bizkaia debe hacer en el destino y en el origen, en la que la Dirección de Competitividad Territorial y Turismo asume el liderazgo del sector turístico del Territorio. Reformulamos las líneas de trabajo en tres: Liderazgo, Desarrollo y Marketing.

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

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 ha dibujado nuevos horizontes a los que llegar conjuntamente. Bilbao Bizkaia se convierte en una apuesta firme por el 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. 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.

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

4. OBJETO DEL CONTRATO Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Constituye el objeto del contrato la prestación de servicios para la realización de un proyecto para impulsar el excursionismo y el turismo interior en Bizkaia a través de la contratación de servicios para la gestión, comercialización y posicionamiento de los productos y actividades turísticas de "Reserva Bilbao Bizkaia".

5. OBJETIVOS DEL PROYECTO

Elektronikoki sinatutako dokumentua. 7FDX-3ZXP-NNL7-395R Egiaztapen Kode Elektronikoaren bidez (EKE) egiaztatu daiteke. www.ebizkaia.eus helbidean.
Documento firmado electrónicamente. Autenticidad verificable mediante Código de Verificación Electrónica (CVE) 7FDX-3ZXP-NNL7-395R en www.ebizkaia.eus.

En relación con la Estrategia 2020 y el Plan de Posicionamiento Turístico 2018-2025 desarrollado desde el Departamento de Desarrollo Económico y Territorial de la Diputación Foral de Bizkaia, se identifican las siguientes necesidades para la gestión y mantenimiento del plan de turismo interior a través de Reserva Bilbao Bizkaia (reservabilbaobizkaia.eus):

El proyecto de turismo interior se basa en una plataforma que es el escaparate donde se visualiza y comercializa una amplia oferta de actividades turísticas de Bizkaia en su conjunto, tanto de entes de gestión turística comarcal o local, como de empresas del territorio que hayan enviado sus propuestas en las fases de captación habilitadas por el Bilbao Bizkaia Action Group y que acorde al sistema de evaluación hayan sido seleccionadas para su promoción, difusión y comercialización.

Los objetivos del servicio a prestar por el contratista serán los siguientes:

5.1. Creación, renovación y gestión de productos turísticos

Desarrollar un trabajo de creación de productos junto con las áreas de turismo, cultura y medioambiente de la Diputación Foral de Bizkaia para estructurar recursos de interés turístico o excursionista entorno a una campaña global. En este sentido, habrá que implicar también a asociaciones sectoriales de turismo, hostelería y comercio del Territorio.

Ensamblaje de servicios

Contratar todos los servicios necesarios para la venta on-line de las actividades en cada momento (actualmente 220), tanto con alojamiento como sin él y realizar una labor de ensamblaje de los distintos servicios ofrecidos por cada proveedor, para lo que el contratista deberá visitar, uno a uno, a todos los proveedores y realizar esa labor de creación de producto y paquetización, y por otro lado buscar también su integración dentro de la oferta de las principales redes de alojamientos de Bizkaia. También deberá establecer los criterios mínimos indispensables que se requieran para que la comercialización on-line se pueda realizar y sea efectiva maximizando la presencia de actividades que cuenten con cupo de reserva y venta inmediata.

Estandarización y diseño

Será necesario el ajuste de las experiencias de cara a una estandarización del servicio en el caso de que fuese posible, pudiendo llegar también al diseño de nuevos productos que combinasen las mismas en el caso de que comercialmente fuese necesario para su correcta operativización. Por lo tanto, uno de los papeles principales del contratista será el de armonizar la oferta del destino tanto con las actividades ya disponibles como con el producto turístico que se pueda generar adicional a través del BBAG – Bilbao Bizkaia Action Group, como paquetes o servicios que estén actualmente activos a través de sus canales de comercialización en relación al destino, con el fin de ejercer de central de reservas.

La entidad adjudicataria pondrá a disposición del proyecto todo el personal necesario durante el periodo de contratación y estandarización del mismo para que éste se pueda realizar en un periodo de tiempo óptimo y bajo un buen nivel de calidad en el servicio. Esta labor no podrá excederse más de dos (2) meses para su desarrollo desde la formalización del contrato para las actividades que se encuentren activas en ese momento, y un mes a partir del momento en que se validen nuevas actividades.

Será también el responsable de que se cumplan los criterios mínimos de comercialización on-line para que sea operativa.

5.2. Plataforma digital/telefónica de comercialización

Una herramienta que permita reservar los diferentes productos desarrollados tanto de manera digital como telefónica, ya tengan precio o no los mismos.

Para el desarrollo de este apartado se demandan dos tipos de servicios básicos:

Elektronikoki sinatutako dokumentua. 7FDX-3ZXP-NNL7-395R Egiaztapen Kode Elektronikoaren bidez (EKE) egiaztatu daiteke. www.ebizkaia.eus helbidean.
Documento firmado electrónicamente. Autenticidad verificable mediante Código de Verificación Electrónica (CVE) 7FDX-3ZXP-NNL7-395R en www.ebizkaia.eus.

- Servicio de Call Center para todos aquellos clientes que entren a través del portal de turismo, directamente a la web del contratista o soliciten simplemente información por haber visto la campaña y deseen informarse de las actividades disponibles o cualquiera de los productos que se oferten en la web. Este servicio será telefónico y por email y se deberá de dar en 4 idiomas como mínimo (castellano, euskera, inglés y francés). Se realizará un informe mensual con el volumen de consultas, tipología de información solicitada y tasa de conversión en ventas entre llamadas y ventas ejecutadas. Será indispensable también en el caso de que no esté operativa alguna actividad derivar la venta hacia otras que puedan encajar en las necesidades del solicitante/turista.

- Creación de una web donde se integre toda la oferta de Bizkaia de forma destacada dentro del propio portal del contratista (central de reservas), incluyendo todos los servicios derivados de la misma a nivel de atención al consumidor y gestión de la misma para su correcto funcionamiento. La web tendrá que ser multi-idioma y tendrá que tener un buen posicionamiento SEO y SEM y estar preparada para interactuar con www.visitbiscay.eus (portal de turismo de la Diputación Foral de Bizkaia) ante posibles campañas que se pongan en marcha. Será responsabilidad del adjudicatario realizar la inversión que sea conveniente para asegurar el mejor posicionamiento y visibilidad de la web. Por otro lado se deberá de plantear una estrategia de comercialización (por fases a corto y medio plazo) para introducir la oferta recientemente generada (Etapa - ajuste de la oferta) a través de los canales de comercialización que se planteen (on/off line) teniendo que cerrar acuerdos para integrar dicha oferta en las principales centrales de reserva on-line a través de tour operadores especializados tanto a nivel estatal como internacional en los mercados objetivos planteados en el Plan de Posicionamiento Turístico 2018-2025 de Bilbao Bizkaia y acordes al perfil del público objetivo de interés. De la misma forma se deberá de realizar una labor proactiva cerrando acuerdos para la integración de la oferta en canales más tradicionales (off-line) con alojamientos (principales hoteles del territorio y un mínimo de representatividad con otras zonas geográficas de referencia como la costa y el interior y así como con otras redes como agroturismos o casas rurales de la Bizkaia) a nivel de mercado interno, y con agencias de viajes a nivel estatal e internacional en base a los datos de penetración del canal por mercado.

5.3. Implementación tecnológica, sistema CRM y mejoras en operativa de ventas

Se deberá contemplar las horas de trabajo y costes de tecnología en las mejoras y avances necesarios para que la plataforma digital se adapte a las necesidades del proyecto y su evolución a lo largo del año, ejecutando las propuestas que puedan ser implementadas mediante medios propios de la entidad o la subcontratación de otras entidades de desarrollo tecnológico que asistan a la central de reservas.

Desarrollar un sistema de CRM accesible para Diputación Foral de Bizkaia y/o entidades colaboradoras que permita realizar comunicaciones en base a segmentación por edad, sexo, origen o consumo de productos entre las personas usuarias de la plataforma que hayan cedido sus datos, para lo que habrá de habilitarse un formulario de suscripción atractivo. Para ello será fundamental ofrecer sistema de comunicaciones periódicas que ponga en valor las ventajas y productos de la central de reservas a través de un newsletter que sea responsive e incluyendo las horas de trabajo necesarias para generar el contenido del mismo, que deberá ser aprobado por la Diputación Foral de Bizkaia.

Además, se requiere una bolsa de horas para realizar las mejoras en las herramientas de disponibilidad en tiempo real, reserva directa, cuenta con gestor personal, nuevas vías de venta y pasarelas de pago más accesibles… dentro de la central de reservas durante el periodo del contrato.

Por último, será objeto de este servicio que la adjudicataria desarrolle un modelo de gestión para posibilitar la comercialización de los productos y actividades de la plataforma en puntos de venta físico como oficinas de turismo o similares, mediante un acuerdo que permita crear

Elektronikoki sinatutako dokumentua. 7FDX-3ZXP-NNL7-395R Egiaztapen Kode Elektronikoaren bidez (EKE) egiaztatu daiteke. www.ebizkaia.eus helbidean.
Documento firmado electrónicamente. Autenticidad verificable mediante Código de Verificación Electrónica (CVE) 7FDX-3ZXP-NNL7-395R en www.ebizkaia.eus.

una red de entidades colaboradoras para la comercialización de las actividades con una cobertura jurídica acorde y un modelo de explotación comercial sostenible.

A este respecto, la Diputación Foral de Bizkaia promoverá la participación de las Oficinas de Turismo y de las entidades de promoción turística del Territorio en este canal de venta, de manera que éstas puedan facilitar el acceso de excursionistas y turistas a la central de reservas. Para ello, la Diputación Foral de Bizkaia pondrá en contacto a estas entidades con el adjudicatario a fin de que lleguen a los acuerdos que procedan, cuyo contenido deberá ser aprobado previamente por la Diputación. El incremento de costes a que den lugar estos acuerdos no será asumido por la Diputación Foral de Bizkaia en el marco del presente contrato.

5.4. Acciones de posicionamiento digital

Con el objetivo de posicionar a Reserva Bilbao Bizkaia como el principal espacio digital del territorio para la reserva de actividades turísticas, será imprescindible incluir dentro de los servicios ofrecidos para este contrato una partida presupuestaria determinada para la realización constante de posicionamiento SEM y actuaciones de marketing digital en formato performance para garantizar un tráfico constante y un alto índice de visibilidad en consultas realizadas en los principales metabuscadores web.

5.5. Desarrollo de propuestas para el estímulo de compra y fidelización

Se deberá tener en cuenta las necesidades que pueda tener la plataforma de reservas de cara a la implementación de herramientas para destacar y poner en valor elementos que impulsen la compra a través de la misma, con el fin de que se vea incrementada la tasa de conversión a ventas de visitbiscay.eus a reservabilbaobizkaia.eus.

Se requiere como parte del contrato el diseño y desarrollo de un sistema de fidelización de las personas usuarias de la central de reservas y sus actividades que permita afianzar el uso continuado y la repetición por parte de éstas en la plataforma. Para ello será fundamental ofrecer un conjunto de ventajas e incentivos que resulten competitivos en comparación con otras plataformas de reservas de actividades con las que compita reservabilbaobizkaia.eus.

5.6. Soportes promocionales digitales y offline

Diseño y producción de varios soportes on y off para ofrecer información sobre los productos, fechas y lugares donde se desarrollan los mismos, así como de las formas de reservar las distintas actividades. En ese sentido será necesario el desarrollo de banners, cabeceras y un conjunto de adaptaciones creativas para web, redes sociales o email marketing.

6. ALCANCE DE LOS SERVICIOS

Los resultados y servicios esperados son los siguientes:

6.1. Creación, renovación y gestión de productos turísticos

- Creación de un máximo de 200 actividades al año.
- Renovación de un máximo de 200 actividades existentes en la plataforma.
- Un mínimo de 150 visitas a proveedores de la central de reservas al año.
- 20 horas semanales de trabajo en concepto de asistencia técnica, creación, estandarización y paquetización de actividades de la central de reservas.

6.2. Plataforma digital/telefónica de comercialización

- 16 horas diarias de atención en 4 idiomas mediante un call center con servicio telefónico y mail.

Elektronikoki sinatutako dokumentua. 7FDX-3ZXP-NNL7-395R Egiaztapen Kode Elektronikoaren bidez (EKE) egiaztatu daiteke. www.ebizkaia.eus helbidean.
Documento firmado electrónicamente. Autenticidad verificable mediante Código de Verificación Electrónica (CVE) 7FDX-3ZXP-NNL7-395R en www.ebizkaia.eus.

- 1 informe mensual de resultados y mejoras de la comercialización de la central de reservas.
- 30 horas mensuales de gestión y mantenimiento de la plataforma digital de central de reservas reservabilbaobizkaia.eus y erreserbatubilbaobizkaia.eus
- Asumir los costes de hosting, servidores y dominios reservabilbaobizkaia.eus y erreserbatubilbaobizkaia.eus
- Incluir los costes de migraciones y adaptaciones de la versión anterior a la adjudicación de la central de reservas.
- 15 horas mensuales para realizar los trabajos de interacción con plataformas de operadores externos y otros proveedores que visibilicen y mejores los productos ofrecidos en la central de reservas.

6.3. Implementación tecnológica, sistema CRM y mejoras en operativa de ventas

- 100 horas de trabajo anuales para la implementación de la seguridad, funcionalidades y contenidos de la central de reservas.
- Costes de tecnología y desarrollo web propio o externo durante todo el periodo del contrato.
- Sistema de CRM para un máximo de 15.000 contactos en co-propiedad con la Diputación Foral de Bizkaia.
- 10 horas mensuales de trabajo para el desarrollo de un newsletter mínimo al mes y desarrollo de sus contenidos.
- 100 horas anuales para realizar las mejoras necesarias en relación a los procesos de disponibilidad en tiempo real, intranet para usuarios, pasarelas de ventas etc…
- Documentación y estudio necesario para posibilitar un modelo de comercialización de las actividades a través de puntos de venta presenciales mediante un sistema de entidades colaboradoras de la central de reservas.

6.4. Acciones de posicionamiento digital

- Acciones de SEM (publicidad pagada) para el posicionamiento en 4 idiomas (euskara, castellano, inglés y francés) de la central de reserva en los principales buscadores de Internet con palabras clave y contenidos que conviertan en la central de reservas en el principal portal para la reserva de actividades y productos turísticos de Bilbao y Bizkaia.
- Garantizar un volumen de tráfico a la central de reservas mínimo mensual de 5.000 sesiones mediante las actuaciones de performance digital que se estimen oportunas.

6.5. Desarrollo de propuestas para el estímulo de compra y fidelización

- Con el fin de garantizar una tasa de conversión a ventas del 2,0%, se deben incluir las herramientas y actuaciones de mejora en la comercialización y estímulo a la compra necesarias en la central de reservas.
- Creación de un programa de fidelización para un máximo de 15.000 personas usuarias, incluyendo los costes de ventajas, sorteos y propuestas de captación que se estimen.

6.6. Soportes promocionales digitales y offline

- 2 catálogos anuales en versión digital e imprimible de las actividades estacionales (primavera-verano y otoño-invierno) en 4 idiomas.
- 5000 ejemplares impresos para su distribución a través de las oficinas de turismo de Bizkaia.
- Al menos, 10 formatos creativos para la difusión de la plataforma adaptando cada una de ellas a un mínimo de 4 versiones para web (banners, cabeceras y similares) y 4 formatos para redes sociales (feed, stories, trípticos y similares).

7. OFERTA A REALIZAR

La propuesta técnica para este proyecto debe desarrollar:

- Una introducción sobre el contexto de trabajo que se plantea.
- Una metodología de trabajo propia o secundaria, con los procesos de trabajo y otros detalles.

Elektronikoki sinatutako dokumentua. 7FDX-3ZXP-NNL7-395R Egiaztapen Kode Elektronikoaren bidez (EKE) egiaztatu daiteke. www.ebizkaia.eus helbidean.
Documento firmado electrónicamente. Autenticidad verificable mediante Código de Verificación Electrónica (CVE) 7FDX-3ZXP-NNL7-395R en www.ebizkaia.eus.

- 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.

8. OTRAS CONSIDERACIONES

Las entidades licitadoras, en la elaboración y presentación de sus respectivas propuestas, así como la entidad adjudicataria a lo largo de la vigencia del contrato, deberán tener en cuenta lo establecido legalmente para la promoción de la igualdad de género, con respecto a la utilización de un uso no sexista del lenguaje, la transmisión de una imagen de igualdad entre hombres y mujeres y la creación de materiales libres de estereotipos de carácter sexista. Asimismo, la entidad adjudicataria deberá desagregar los datos por sexo en cualquier estadística referida a personas que se genere, todo ello al amparo del artículo 2.3 de la Ley 4/2005, de 18 de febrero, para la Igualdad de Mujeres y Hombres en el que se señalan los principios generales que deberán respetarse.

En la memoria o informe final que deberá entregarse al final del servicio la entidad adjudicataria deberá evaluar el impacto de género de la contratación, con los indicadores y datos desagregados por sexo de las personas usuarias o beneficiarias, o del personal prestador del servicio, que posibiliten evaluar la eficacia de las medidas de igualdad aplicadas.

9. SUPERVISIÓN Y CONTROL

Incumbe a la Diputación Foral de Bizkaia, 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 la Diputación Foral de Bizkaia, un calendario de reuniones de seguimiento.

Un representante de la Diputación Foral de Bizkaia será responsable del contrato y actuará de coordinador y supervisor del mismo. Asimismo, todo cambio o modificación sobre la propuesta adjudicada, deberá contar con el acuerdo de la Diputación Foral de Bizkaia que en todo momento podrá indicar variaciones en las directrices del trabajo.

10. 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 la Diputación Foral de Bizkaia.

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 la Diputación Foral de Bizkaia.

En ningún momento, el adjudicatario podrá hacer declaraciones públicas sobre los proyectos, sin la expresa y previa autorización de la Diputación Foral de Bizkaia.

Elektronikoki sinatutako dokumentua. 7FDX-3ZXP-NNL7-395R Egiaztapen Kode Elektronikoaren bidez (EKE) egiaztatu daiteke. www.ebizkaia.eus helbidean.
Documento firmado electrónicamente. Autenticidad verificable mediante Código de Verificación Electrónica (CVE) 7FDX-3ZXP-NNL7-395R en www.ebizkaia.eus.

Sin./Fdo.: AINARA CELAYA MARCAIDA - 2021-01-25
KANPO SUSTAPENERAKO ETA TURISMORAKO ZERBITZUKO BURUA
JEFE/A SERVICIO DE PROMOCIÓN EXTERIOR Y TURISMO

Sin./Fdo.: MARIA CRISTINA MUGICA VARGAS - 2021-01-25
LURRALDE LEHIAKORTASUNA ETA TURISMOA BULKTZATZEKO ZUZ.NAG.-REN ZUZENDARI NAGUSIA
DIRECTOR/A GENERAL DE DIRECCIÓN GENERAL DE COMPETITIVIDAD TERRITORIAL Y TURISMO