

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES QUE REGIRÁN LA CONTRATACIÓN, POR PROCEDIMIENTO ABIERTO Y VARIOS CRITERIOS DE VALORACIÓN, DE UNA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANTABRIA A TRAVÉS DEL FOMENTO DEL TRANSPORTE SUPRARREGIONAL AÉREO

1. INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importante de nuestro país, y de nuestra región. El turismo no sólo impacta al propio sector económico, sino que además influye fuertemente en los resultados de otros sectores, en un aumento de la calidad de vida de nuestros habitantes y un mantenimiento de nuestros atractivos naturales y su conservación como medio ambiente limpio y puro. Entre sus fines se encuentran la creación de una estructura socioeconómica sólida, y el contribuir al desarrollo económico y cultural de los pueblos

Es notable el incremento que ha experimentado el turismo en los últimos años en nuestra región, así como la expansión nacional e internacional que la imagen de Cantabria ha alcanzado. Este aumento se ha sustentado en gran parte en los avances llevados a cabo en el transporte, particularmente en el sector aéreo. El incremento de rutas, frecuencias o la diversificación horaria, entre otras, ha contribuido a ello. Como es evidente, todo ello se ha convertido en un enorme atractivo para los viajes turísticos.

Por otra parte, el transporte, además de generar riqueza en el territorio en el que se desarrolla, constituye un sector estratégico que a su vez condiciona y repercute en el funcionamiento de los restantes sectores económicos, siendo fundamental para el desarrollo y cohesión de las regiones y la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

El transporte es, por tanto, uno de los principales parámetros en los que se asienta el turismo, pues sin los medios de transporte y las infraestructuras que le sirven de soporte (carreteras, vías férreas, aeropuertos, puertos, etc.), no podría materializarse, y menos aún alcanzar los enormes flujos que se registran en el presente.

La mejora considerable de la accesibilidad a los medios e infraestructuras de transporte que se ha producido, ha sido parte de la columna vertebral del turismo; así como los avances tecnológicos, pues éstos han favorecido un cambio radical en las relaciones espacio – tiempo.

En el Plan del Turismo Español Horizonte 2020 y el Plan 08-12, que lo desarrolla, aprobado por unanimidad en el seno del Consejo Español de Turismo, así como en la Conferencia Sectorial de Turismo celebradas el 7 de noviembre de 2007, en la que participó la C.A. de Cantabria, se establecen unos Objetivos, Estrategias, Ejes y Programas para el impulso de la actividad turística, y en definitiva de la actividad económica. En concreto, dentro del Plan del Turismo Español 08-12, el Programa Accesibilidad Turística tiene como objetivo general el facilitar el acceso, la movilidad y las comunicaciones de los clientes, revalorizando turísticamente las infraestructuras de transporte, tecnologías y servicios.

De todo lo anterior se desprende la importante unión que liga los sectores transporte y turismo, y la interrelación entre ambas actividades económicas para el progreso y cohesión de una región.

Por ello, es de recalcar la necesidad de impulsar acciones de comunicación enfocadas hacia los sectores turismo y transporte, desarrollando líneas de colaboración entre ambos. De esta manera, los usuarios, actuales y potenciales, percibirán directamente los servicios de transporte público como unos medios adecuados para atender sus necesidades de movilidad específicas, generar sinergias y difundir la globalidad y sostenibilidad de ambos sectores.

Sirviéndose de la comunicación, se pretende establecer acciones que mejoren la difusión y expongan la calidad de los diferentes servicios y sus cualidades. Entre estas acciones se encuadran medidas directas dirigidas específicamente a determinados grupos y colectivos, especialmente en aquellos que por sus actividades más lo demanden o puedan demandarlo, creando en estos últimos un "hábito" social de uso de los transportes públicos; estableciendo un marco pedagógico a través del desarrollo de una guía de buenas prácticas, que les permitan internalizar el uso del transporte público como alternativa al transporte privado, a la vez que amplíen sus horizontes geográficos.

Por su parte la Sociedad Regional de Turismo de Cantabria, S.A., ("SRTC"), estando constituida con capital íntegramente público tiene como fines sociales la promoción y fomento del turismo y su comercialización, lo cual realiza a través de diversas actividades que podrán ser realizadas por la sociedad total o parcialmente, de forma directa o mediante colaboración con otras sociedades o entidades.

En este sentido es preciso remarcar que, entre otras, su objeto social comprende:

- Planificación, contratación, ejecución y seguimiento de campañas publicitarias.
- Organización y/o participación en eventos turísticos, tales como festivales, certámenes, congresos y seminarios, actividades turístico-deportivas, etc.
- Adquisición, distribución y, en su caso, venta de material de promoción turística.
- Contratación de guías profesionales, paquetes turísticos, viajes a forfait, billetes, etc., y cuantos otros elementos de análoga naturaleza resulten imprescindibles a los fines de promoción y comercialización turística.
- Publicaciones turísticas, vídeos, películas multimedia, etc.

En conclusión, el objeto de esta campaña de promoción es constituir un impulso a la actividad económica de Cantabria sustentada en la actividad turística, y en el transporte como infraestructura vital para el desarrollo de la misma.

SITUACIÓN ACTUAL

La Sociedad Regional de Turismo de Cantabria, S.A. tiene como objeto social la difusión e impulso de la actividad turística de Cantabria, desarrollando y sirviéndose de diferentes herramientas para ello, lo cual realiza a través de diversas actividades que podrán ser realizadas por la sociedad total o parcialmente, de forma directa o mediante colaboración con otras sociedades o entidades.

Uno de los aspectos importantes de la promoción turística de cara a una mayor difusión, conlleva un mayor uso del transporte público, y la mejora de la perspectiva de calidad de los servicios prestados en ambas áreas, así como facilitar el acceso a los mismos independientemente del modo.

Las diferentes técnicas de comunicación, sirviéndose del sector transporte, brindan a la actividad de promoción de la actividad turística un canal en sí mismo para desarrollar acciones de fomento, difusión y publicidad. Resultan, desde esa vertiente, un óptimo mecanismo de traslación a los ciudadanos, usuarios actuales y potenciales, del conocimiento y las oportunidades vinculadas a ambos sectores de actividad.

2. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es establecer la realización de una *CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANTABRIA A TRAVÉS DEL FOMENTO DEL TRANSPORTE SUPRARREGIONAL AÉREO*.

El Órgano de Contratación quiere hacer llegar la "imagen" de Cantabria, y con ello promocionar la actividad turística de la Comunidad Autónoma, a la vez que fomentar con ello el transporte público, sirviéndose de dos "áreas", que pudiendo ser distintas, permitan una estrategia idónea de comunicación, llevando a cabo la realización de actividades de comunicación y divulgación de la manera más clara, atrayente y cercana posible. Por un lado, la difusión de la imagen de Cantabria como producto turístico, y por otro, el sector transporte como medio de difusión.

La campaña tendrá una cobertura sustentada en dos frentes, Autonómico y Nacional, según las acciones a llevar a cabo, y los soportes y medios de difusión utilizados.

Las medidas a desarrollar irán encaminadas a lograr los siguientes objetivos:

- Consolidar, estimular y promocionar la imagen de Cantabria.
- Impulsar el desarrollo regional mediante la promoción de la actividad turística, tanto estacional como ocasional.
- Destacar la modernidad, funcionalidad y calidad del transporte público de la Comunidad autónoma de Cantabria (rapidez, comodidad, economía) como medio de atracción/generación turística.
- Fomentar el uso del transporte público, como instrumento de utilidad social y de contribución al desarrollo autonómico, e impulsar el uso de la red e infraestructuras de transporte público de Cantabria mediante la difusión de la imagen de Cantabria.
- Promover hábitos y actitudes sobre movilidad entre determinados colectivos.

3. OBJETO DEL PLIEGO

El objeto de este Pliego es establecer las condiciones y criterios de carácter técnico que han de regir los trabajos que debe llevar a cabo el Contratista dentro del presente contrato.

Junto al presente Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares, revestirán carácter contractual, el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares del Contrato, la oferta del adjudicatario aprobada por el Órgano de Contratación y el contrato formal.

4. PRESTACIONES QUE SE CONTRATAN

La selección de una campaña para la promoción turística de Cantabria a través del fomento del transporte suprarregional aéreo mediante la realización

de determinadas actividades y el uso de diferentes medios señalados en el presente Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares, y aquellos otros que oferte el adjudicatario del contrato.

Actividades:

- Publicidad en el interior de las aeronaves y otras acciones publicitarias.

El adjudicatario facilitará la utilización de soportes publicitarios para la inserción de material y mensajes de comunicación que a tal fin se indiquen por la SRTC, en los elementos complementarios, accesorios, fungibles o consumibles de uso normal y ordinario.

Los soportes publicitarios a los que se refiere el apartado anterior serán aquellos que oferte el licitador.

El coste de ejecución de todas las acciones correrá íntegramente por parte de la empresa adjudicataria.

Además facilitará (durante el periodo ofertado) la inserción de publirreportajes sobre el turismo y el transporte público de Cantabria, en la publicación o publicaciones que -habitualmente- distribuye en el interior de las aeronaves.

El adjudicatario a su vez incluirá en el servicio prestado la distribución de material gráfico y objetos de merchandising promocional en las aeronaves a las que se refiera el contrato. Por ello el adjudicatario, según las indicaciones que para ello reciba de los responsables del contrato, se compromete a repartir y distribuir a los usuarios o viajeros de sus vuelos regulares, los folletos y otro material promocional, publicitario o de catering que a tal fin le sea facilitado por ellos. El coste de producción y entrega del material promocional o publicitario referido será por cuenta de la entidad o administración que lo lleve a cabo.

Igualmente deberá incluirse en la oferta publicitaria, el establecimiento de una conexión o enlace desde el portal del contratista en Internet a la página Web que determinen los responsables del contrato, y deberá mantenerse al menos durante seis meses continuados, con el objeto de promocionar todo aquello que le interese a la Comunidad Autónoma de Cantabria.

La ejecución de las acciones promocionales objeto de la presente contratación (reparto de documentación, degustación gastronómica, promociones turísticas de temporada, etc.) deberán ser siempre llevadas a cabo, en los casos en que así sea necesario, previa autorización de la DGAC (Dirección General de Aviación Civil), u organismo competente al efecto, con el objeto de respetar en todo momento las disposiciones e indicaciones que en materia de seguridad en vuelo deban seguirse.

Será el adjudicatario quien tutelaré y advertirá del cumplimiento de lo dispuesto en el anterior párrafo.

La realización de la campaña publicitaria que por el presente pliego se conviene para las aeronaves contratadas, lo es con carácter preferente y exclusivo, excepción hecha de los logotipos y marcas propias de la compañía del adjudicatario, matriculas de la aeronave, denominaciones del mismo, del fabricante, de las asociaciones internacionales de transporte aéreo, o de otro operador que tenga establecidos acuerdos comerciales con el adjudicatario.

Los licitadores podrán incluir en sus propuestas mejoras, consistentes en acciones publicitarias adicionales o complementarias de las anteriores, de conformidad con lo establecido en el artículo 131 de la Ley de Contratos del Sector Público.

Los licitadores deberán acreditar fehacientemente la titularidad y disponibilidad de las aeronaves ofertadas.

- Charter promocionales (Un vuelo anual gratuito para agentes turísticos, periodistas y autoridades).

A llevar a cabo durante los años 2011, 2012 y 2013, y dirigido exclusivamente a autoridades y a profesionales de la C.A. de Cantabria dedicados al turismo y a la comunicación (agentes turísticos y periodistas). Se realizará en los términos y condiciones definidas por el adjudicatario y de conformidad con lo que acuerden las partes.

- Vuelos Fam trip (Puesta a disposición de un número mínimo de 400 de plazas de avión anuales para profesionales dedicados a áreas económicas relacionadas con los sectores turismo y transporte).

La compañía aérea deberá presentar una oferta de viajes de familiarización o Fam Trips a realizar a lo largo de la duración del

contrato, detallando el número de plazas gratuitas a emplear para este fin por parte de los profesionales dedicados al turismo, la comunicación, el transporte y el comercio. Se entenderá que una "plaza" equivale a un "trayecto de ida".

- Acciones de fomento del transporte público destinadas a colectivos de especial consideración pertenecientes al territorio de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

A estos efectos se entiende por colectivos de especial consideración a colectivos tales como ancianos, jóvenes, niños, personas con discapacidad física o psíquica.

Estas acciones de fomento del transporte, en alguna fase de las mismas, se servirán del uso del soporte móvil que oferte el adjudicatario.

Por otra parte, deberán permitir acciones para el fomento del transporte público, y para el correcto y seguro uso de las infraestructuras y medios de transporte.

- Bautizo de un avión (con el nombre que le sea indicado por la contratante).
- La concreción de otras acciones que oferte el licitador deberán ser definidas en su Memoria.

En el apartado de las campañas de comunicación que requiera la impresión, rotulación y colocación de mensajes, la retirada de los mismos correrá a cargo del adjudicatario (Contratista). La colocación/inserción de los mensajes de comunicación, sean en el soporte que sean, será llevada a cabo directamente por el adjudicatario o por la persona física o jurídica que contrate.

Cuando se realicen campañas de serigrafía en soportes móviles, se utilizarán materiales de larga duración y resistentes, respetando las indicaciones que los propietarios de estos medios indiquen para no dañar los mismos ni dificultar su funcionalidad. En cualquier caso, el adjudicatario es el último responsable del estado del espacio y material de la comunicación (mensaje/anuncio), por lo que cuando el mal estado del anuncio, sea cual sea la causa, exija su reparación o sustitución se requerirá a este que lo repare o sustituya por su cuenta.

Al término del contrato, incluidas las prórrogas que se aprueben, o cuando pudiese resolverse por causas imputables al contratista, éste correrá a cargo de los gastos necesarios para dejar los medios en su estado original, especialmente en el caso de los soportes móviles, salvo que dichos anuncios

sean asumidos por otra Entidad u Organismo, pudiendo permanecer por un mayor plazo, pero siempre con la aprobación expresa del Órgano de Contratación inicial, y financiados por esta nueva entidad u Organismo.

No se podrá colocar nada sobre los anuncios que impida o dificulte la correcta interpretación del mensaje.

El Órgano de Contratación podrá entablar reclamación al Contratista por los soportes móviles, seleccionados por este, que no presten servicio por condiciones o causas imputables a los mismos o a la compañía propietaria (averías, periodos de mantenimiento, suspensiones de servicio por decisión de la compañía...), cuando el tiempo de suspensión del servicio sea superior a 15 días.

La ejecución de las diferentes acciones promocionales, o de fomento, deberán ser llevadas a cabo sin perjuicio, en cualquier caso, del cumplimiento de las disposiciones e instrucciones vigentes en materia de seguridad, a cuyo efecto el contratista deberá recabar de los órganos competentes las autorizaciones preceptivas.

5. CONTENIDO DE LAS ACCIONES

El contenido de las acciones queda distribuido en dos grandes grupos. Por una parte, la realización de campañas de promoción con el objetivo de dar a conocer la Comunidad Autónoma de Cantabria como destino turístico, y por otra parte de fomento del transporte público, dirigida a usuarios actuales o potenciales, especialmente perteneciente a colectivos de especial consideración.

El material y mensajes de comunicación de carácter oficial serán aportados por el Órgano de contratación. Si el Contratista desarrollara acciones creativas y de diseño por cuenta propia (libertad creativa), requerirá de la aprobación por parte de los responsables del contrato designados al efecto, antes de su difusión pública o puesta en valor.

6. ÁMBITO DE ACTUACIÓN

El ámbito de actuación de la campaña de promoción, abarcará el territorio nacional; no obstante, dependiendo de los soportes utilizados se podrá desarrollar además en otros ámbitos que repercutan favorablemente sobre el objeto del contrato.

Las actividades de promoción ligadas al fomento del transporte público, y destinadas a colectivos de especial consideración, irán dirigidas a colectivos pertenecientes a todo el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

7. EL CONTRATISTA (ADJUDICATARIO)

La empresa que resulte adjudicataria del Contrato recibirá el nombre de "Contratista". A su representante legal se le denominará "Delegado del Contratista".

Este Delegado del contratista, designado por él, asumirá el carácter de coordinador de los trabajos por parte de la empresa adjudicataria de los mismos.

El Contratista realizará todos los trabajos necesarios para conseguir el objetivo de este contrato, y será plenamente responsable, técnica y legalmente, de los mismos, así como de los plazos fijados para la ejecución de los diferentes hitos (fases) establecidos en la Memoria explicativa propuesta.

Los responsables del contrato, designados por el Órgano de contratación, tendrán acceso a toda la documentación generada en la ejecución de los trabajos, en cualquier momento que estimen oportuno.

8. RELACIONES ENTRE CONTRATISTA Y ÓRGANO DE CONTRATACIÓN

Durante el desarrollo de los trabajos, todas las relaciones directas del Contratista con el Órgano de Contratación se desarrollarán a través de los responsables designados por ambas partes.

El programa-plan de desarrollo de los trabajos será el expuesto en la Memoria explicativa. Este programa podrá ser modificado de mutuo acuerdo, a propuesta de una de las partes durante la realización de los mismos para un mayor alcance de los objetivos del contrato. Toda modificación requerirá la aprobación final por el Órgano de Contratación.

Los responsables del contrato podrán acordar, durante su ejecución, introducir las modificaciones que consideren oportunas en relación al ámbito del contrato indicado en el Pliego, pudiendo en su caso sustituir o permutar parte de las formas o acciones de las campañas de promoción y fomento ofertadas por el contratista en aras de cumplir el objetivo último del contrato.

9. PROPIEDAD INTELECTUAL

La propiedad intelectual de todos los productos que se elaboren en ejecución del contrato, en particular, la de todas las piezas creativas, corresponderá al Órgano de contratación, con exclusividad y a todos los efectos, así como aquellos otros suministrados por este al Contratista para la ejecución de las acciones encuadradas en los distintos trabajos del contrato. Tanto la documentación final que se genere, como toda aquella otra que a lo largo del desarrollo del contrato haya sido generada, tiene la consideración de propiedad del Órgano de Contratación, y no podrán ser difundidos ni entregados a terceros sin su previa autorización.

El contratista no podrá utilizar para sí, ni proporcionar a tercero dato alguno del trabajo contratado, ni publicarlo total o parcialmente sin autorización expresa del órgano de contratación. En todo caso, el contratista será responsable de los daños y perjuicios que se deriven del incumplimiento de esta obligación.

El Contratista y el personal que tenga relación directa o indirecta con la realización de los trabajos y tareas previstas en este Pliego, guardarán secreto profesional sobre todas las informaciones, documentos y asuntos a los que tenga acceso o conocimiento durante la vigencia del contrato, estando obligados a no hacer público o enajenar cuantos datos conozcan como consecuencia, o con ocasión, de su ejecución, incluso después de finalizar el plazo contractual.

Será obligación del contratista indemnizar por todos los daños y perjuicios que se causen a terceros como consecuencia de las operaciones que lleve a cabo durante la ejecución del contrato, salvo cuando tales perjuicios hayan sido ocasionados como consecuencia inmediata y directa de una orden del Órgano contratante.

La utilización de marcas y logotipos que sean facilitadas por el Órgano de Contratación al Contratista para los usos determinados en el presente contrato no supondrán autorización alguna al adjudicatario para su utilización fuera de las finalidades derivadas del presente Pliego.

10. TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

Durante la ejecución de los trabajos objeto del contrato el adjudicatario se compromete a facilitar en todo momento a las personas designadas por el Órgano de Contratación como responsables del mismo, la información y documentación que éstas soliciten para disponer de un pleno conocimiento de las circunstancias en que se desarrollan los trabajos, así como de los

eventuales problemas que puedan plantearse, y los métodos y herramientas utilizados para resolverlos.

11. DOCUMENTACIÓN DE LA MEMORIA EXPLICATIVA

Conforme indica el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, los licitadores incluirán en el Sobre B1 de sus proposiciones, una Memoria Explicativa. Estos documentos contendrán y versarán sobre lo siguiente:

A. Memoria explicativa comprensiva de lo siguiente:

- Descripción de los contenidos y metodología de ejecución de las actividades objeto de la contrata.
 1. Objetivos
 2. Alcance y medios puestos a disposición.
 3. Características, contenido y metodología de ejecución de cada actividad.
 4. Presupuesto total y de cada actividad; desglosando cada una de ellas en sus correspondientes unidades con sus mediciones, precios e importes.
 5. Periodo y Horizonte temporal de la actividad/actividades. Cronograma.

La memoria, debidamente firmada por el licitador, deberá contener la propuesta de realización del servicio redactada de forma clara y detallada, que incluya el detalle de las infraestructuras y/o recursos materiales de que disponga el licitador para la prestación del servicio, una planificación de las actividades conforme a la oferta del licitador, soportes, medios de difusión, periodicidad propuesta, alcance, etc.

Asimismo, en su caso, se indicarán las prestaciones complementarias o mejoras valoradas al contrato (mejoras relacionadas con la prestación del contrato tales como medios de difusión adicionales a los regulados en el pliego de prescripciones técnicas, etc.), sin que impliquen un coste superior al fijado como base de licitación para el Órgano de Contratación, así como cualquier otra oferta, prestación adicional o cualquier circunstancia que desee poner en su conocimiento.

Dichas propuestas se realizarán de acuerdo a las condiciones ofertadas, pudiendo sustituirse de mutuo acuerdo por otras del mismo valor que el Órgano de Contratación considere más adecuadas.

Por ello, esta Memoria tendrá carácter contractual, tanto en sus objetivos parciales como totales, así como en las modificaciones que pudieran introducirse autorizadas por el Órgano de Contratación.

Si algún licitador no aporta la documentación relativa a algunos de los criterios a que se refiere este apartado, o la misma no contiene todos los requisitos exigidos en los párrafos anteriores, la proposición de dicho licitador no será valorada respecto del criterio de que se trate.

Para ser tenida en cuenta, dicha documentación deberá estar suscrita en su totalidad por el licitador, o ir acompañada de una relación de los documentos que la integran firmada por el licitador, en la que declare, bajo su responsabilidad, ser ciertos los datos aportados.

12. OTRAS PRESCRIPCIONES

La ejecución del contrato será supervisada por el personal designado por el Órgano de contratación, a los que corresponderán las labores de supervisión, aprobación, toma de decisiones, y dictamen de instrucciones, con el fin de asegurar la correcta ejecución de las prestaciones pactadas.

El adjudicatario queda expresamente obligado a mantener absoluta confidencialidad y reserva sobre cualquier dato que pudiera conocer con ocasión del cumplimiento del contrato.

El personal dedicado al servicio dependerá exclusivamente del adjudicatario, por cuanto éste tendrá todos los derechos y deberes inherentes a su calidad de patrón y deberá cumplir las disposiciones vigentes en materia laboral, de seguridad social y de seguridad e higiene en el trabajo, referidas al propio personal a su cargo, sin que en ningún caso pueda alegarse derecho alguno por dicho personal en relación con el Órgano de Contratación, ni exigirse a éstas responsabilidades de cualquier clase, como consecuencia de las obligaciones existentes entre el adjudicatario y sus empleados, aún en el supuesto de que los despidos o medidas que adopte se basen en el incumplimiento, interpretación o resolución del contrato.

El Órgano de Contratación no se responsabilizará de nada relacionado con la propiedad intelectual de ninguna de las ofertas de las empresas licitadoras no adjudicatarias.

Son de cuenta del contratista satisfacer los siguientes gastos:

- Los derivados de todos los anuncios que se publiquen tanto en los boletines y diarios oficiales como en los medios de comunicación para la tramitación del expediente de contratación, hasta un máximo de 1.500,00 euros.
- Los que requieran para la obtención de autorizaciones, licencias, permisos, documentos o cualquier informe que deba recabarse de organismos oficiales o particulares.
- Los impuestos, derechos, tasas, compensaciones y demás gravámenes, seguros o gastos que resulten de aplicación según las disposiciones vigentes, en la forma y cuantía que éstas señalen, y en general cualquier otro gasto necesario para la realización del contrato.

A la extinción de los contratos de servicios, no podrá producirse en ningún caso la consolidación de las personas que hayan realizado los trabajos objeto del contrato como personal del ente, organismo o entidad del sector público contratante.

13. ACEPTACIÓN FINAL

Para efectuar la aceptación parcial o final de los servicios, el Órgano de Contratación efectuará la verificación y validación técnica del objeto del contrato regido por el presente Pliego de Prescripciones Técnicas.

14. PLAZO DE GARANTÍA

No procede fijar un plazo de garantía, al tratarse de un bien intangible como es la comunicación e información. Se concluye el contrato una vez finalizadas las acciones de información y comunicación, incluidas en ellas todas sus fases (inserción, mantenimiento y retirada de los elementos).

15. DURACIÓN DEL CONTRATO (PLAZO DE EJECUCIÓN)

El contrato dará comienzo el siguiente al día de su formalización y concluirá el 31 de octubre de 2.013.

No obstante lo anterior a los efectos de los artículos 158 y 279 de la LCSP, el mismo podrá ser ampliado previo acuerdo de las dos partes, según las condiciones establecidas en los mismos.

16. PRESUPUESTO DEL CONTRATO

El presupuesto base de licitación destinado al objeto del contrato asciende a TRES MILLONES SETENTA Y CINCO MIL EUROS (3.075.000,00.-€), IVA incluido.-€); si bien el presupuesto real será el que resulte de la adjudicación.

17. DEFINICIONES

Movilidad suprarregional: conjunto de desplazamientos realizados en diferentes medios o sistemas de transporte, de personas y/o mercancías, que se producen entre más de una región.

Soporte móvil: equipamiento móvil asociado al transporte cuya funcionalidad es permitir la movilidad del viajero.

Trafico regular de uso general: El destinado a transportar en general a todo tipo de pasajeros que tienen un itinerario preestablecido con sujeción a calendarios y horarios prefijados.