PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE UN FESTIVAL ENOGASTRONÓMICO EN LA ZONA MEDIA DE NAVARRA, EN EL MARCO DEL PSTD Y EL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN, RESILIENCIA FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA-NEXT GENERATION EU

Índice

1. ANTECEDENTES 3
2. OBJETO DE LA ADJUDICACIÓN 3
3. PRINCIPIOS ORIENTADORES DEL SERVICIO / OBJETIVOS ESTRATÉGICOS 4
4. CONTENIDO DEL SERVICIO 5
5. OBLIGACIONES DE LA EMPRESA CONTRATISTA 8
6. ENTREGABLES 16
7. OBLIGACIONES/ GESTIÓN DEL ÓRGANO CONTRATANTE 18
8. SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO / COORDINACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL SERVICIO 18
9. VALIDACIÓN DE LOS TRABAJOS Y OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA 19
10. OBLIGACIONES DE COMUNICACIÓN 19
11. TRATAMIENTO DE TEXTOS E IMÁGENES 19
12. CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO 20
13. PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS 20

El Consorcio de Desarrollo de la Zona Media de Navarra, en su labor de impulso al desarrollo turístico sostenible de la comarca, convoca el presente proceso de licitación para la organización del festival enogastronómico "En la Zona"[1], un evento marco/marca paraguas que agrupará diferentes subeventos, actividades y experiencias enoturísticas, gastronómicas, culturales y deportivas. Este evento se enmarca dentro del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino (PSTD) de la Zona Media de Navarra y busca consolidar la comarca como un referente en enoturismo y gastronomía sostenible, resaltando el vínculo entre la producción agroalimentaria local con la elevada esperanza de vida de la región y su estilo de vida *"slow"*.

Las ofertas presentadas serán evaluadas conforme a los criterios establecidos en este pliego. Quedarán excluidas aquellas que no cumplan con los requisitos mínimos especificados, presenten inconsistencias en la documentación, o no incluyan una propuesta ajustada al objeto del contrato.

1. ANTECEDENTES

El **Consorcio de Desarrollo de la Zona Media (CDZM)**, en su compromiso con el desarrollo sostenible de la comarca, trabaja activamente en múltiples ámbitos para impulsar su dinamización económica, social y cultural. En la actualidad, agrupa a **37 municipios** de la Zona Media de Navarra, representando un tejido diverso y amplio que busca articular proyectos transformadores en beneficio de toda la comunidad. En el ámbito turístico, lidera iniciativas estratégicas como el **Plan de Sostenibilidad Turística en Destino (PSTD) de la Zona Media**, concebido para transformar el modelo turístico de la comarca hacia criterios de sostenibilidad, innovación y competitividad. Este plan se desarrolla en el contexto del **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR)** y está financiado por la **Unión Europea a través de los fondos Next Generation EU**, cuya finalidad es fomentar la recuperación económica, el desarrollo sostenible y la cohesión territorial tras la pandemia de la COVID-19.

Concretamente, el festival enogastronómico **"En la Zona"** se enmarca en las actuaciones 11.7 y 11.8 del Eje 4 del PSTD, cuyo objetivo es consolidar e incorporar eventos enoturísticos y enogastronómicos de referencia que contribuyan a la continuidad y diferenciación del destino. El diseño y ejecución de este evento responde a la necesidad de diversificar y desestacionalizar la oferta turística del destino, incrementando su atractivo gastronómico y enoturístico tanto a nivel nacional como internacional. Además, se persigue una integración transversal de los principios de sostenibilidad, desarrollo económico local y colaboración público-privada, pilares fundamentales del PRTR y del PSTD.

2. OBJETO DE LA ADJUDICACIÓN

La contratación tiene como objeto el diseño, organización, ejecución y evaluación del evento "En la Zona", un festival gastronómico y enoturístico que se celebrará durante cuatro fines de semana consecutivos entre los **meses de octubre y noviembre** en distintas localizaciones de la Zona Media de Navarra con el fin de promover la identidad gastronómica local, la sostenibilidad turística y el desarrollo socioeconómico del territorio. Asimismo, se aspira a desestacionalizar la actividad turística, generando un atractivo en temporada valle, y a distribuir en mayor medida los flujos turísticos por toda la comarca con el fin de contribuir al equilibrio territorial.

El festival abarcará diferentes eventos, actividades y experiencias enoturísticas, gastronómicas, culturales y deportivas con el fin de destacar la relación entre el estilo de vida "*slow*" de la comarca, su gastronomía saludable y la elevada esperanza de vida de su población[2], potenciándolos como elementos distintivos del destino.

Por tanto, el objetivo principal que se persigue es **organizar un evento enogastronómico de referencia, con una marcada cultura del detalle y con vocación de continuidad que potencie la identidad vitivinícola y gastronómica de la Zona Media de Navarra**,

[1] El nombre propuesto tiene carácter orientativo. La empresa adjudicataria deberá plantear alternativas, siempre que estas sean coherentes con la identidad y los objetivos del evento y será validado por el Consorcio

[2] Según Eurostat, en 2023, Navarra fue la 2ª región europea con más esperanza de vida: 84,8 años.

consolidándolo como un destino turístico competitivo y sostenible. A través de una programación diversa y experiencial, el festival contribuirá a dinamizar la economía local, atraer visitantes y reforzar el vínculo entre el patrimonio, la gastronomía y el enoturismo, posicionando el territorio en los mercados nacionales e internacionales.

Los objetivos específicos que se pretenden alcanzar mediante la celebración de este festival son:

- **Fortalecer la oferta enoturística y enogastronómica del destino** mediante la creación de un evento de continuidad que refleje la identidad cultural gastronómica y vitivinícola de la Zona Media de Navarra.
- **Incrementar el atractivo y competitividad enogastronómica del destino en el mercado turístico nacional e internacional**, posicionando a la región como un referente en enoturismo y turismo gastronómico.
- **Fomentar la sostenibilidad en la oferta turística y gastronómica**, asegurando que los eventos propuestos respeten y valoren los recursos locales, así como la comunidad y el entorno rural, mientras se genera un nuevo atractivo que contribuya a desestacionalizar la demanda.
- **Aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la Zona Media de Navarra como destino enogastronómico** mediante una estrategia de comunicación y promoción alineada con la marca turística de la región y del territorio..
- **Impulsar el desarrollo económico local mediante la generación de oportunidades para el tejido empresarial local**, como bodegas, productores y restauradores, integrando sus productos y servicios en las actividades de los eventos enogastronómicos.
- **Reforzar el vínculo entre patrimonio, cultura local y enogastronomía,** resaltando su papel como elemento cultural tangible e intangible y convirtiéndolo en el eje narrativo para la construcción del relato del destino.

El evento está dirigido, principalmente, a turistas nacionales con afición a la gastronomía y el vino (enoturistas y *foodies*) con especial énfasis en atraer a visitantes de cercanía (especialmente otras zonas de Navarra, Gipuzkoa, Álava, Zaragoza y La Rioja) y al segmento joven de la población (*millennials*, Generación Z…).

3. PRINCIPIOS ORIENTADORES DEL SERVICIO / OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

El diseño y desarrollo del evento deberá alinearse con una serie de principios estratégicos que orienten su impacto y contribuyan a la consolidación de la Zona Media de Navarra como un destino enogastronómico diferencial, sostenible e innovador.

Estos principios abarcan la sostenibilidad ambiental, económica y social, la diferenciación del destino mediante la puesta en valor de su gastronomía y su calidad de vida, la colaboración público-privada y la digitalización y la promoción que permitirán ampliar el alcance del evento, atraer nuevos públicos y mejorar la experiencia de quienes nos visitan. Estos principios actuarán como ejes vertebradores del festival, garantizando su continuidad y sostenibilidad a largo plazo.

1. **Sostenibilidad**:
   - Poner en valor las tradiciones gastronómicas locales y los recursos patrimoniales vinculados a la cultura gastronómica navarra, de forma que sean consumibles por la demanda turística.
   - Integrar prácticas sostenibles en la organización de los eventos, abarcando aspectos como la movilidad, la economía circular, la gestión de residuos, la eficiencia energética o el uso de recursos locales, con el objetivo de reducir su impacto medioambiental y crear un efecto ejemplarizante en el sector.
   - Promover la sostenibilidad económica y social mediante la participación del tejido empresarial comarcal en los eventos que se desarrollen.

- Contribuir al beneficio social de la comunidad local, fomentar el intercambio cultural y mitigar los posibles impactos negativos de los eventos para la población local (ruidos, basuras, atascos, etc.)

2. **Diferenciación y posicionamiento:**
   - Hay que destacar la autenticidad, la tranquilidad y la calidad de vida de la Zona Media de Navarra a través de su cultura vitivinícola y gastronómica, reforzando los elementos diferenciales en torno a los cual articular la narrativa gastronómica del destino.
   - Mejorar el posicionamiento y la percepción de los productos agroalimentarios locales, incluyendo el vino DO Navarra en el mercado gastronómico y de alta cocina.
   - Crear eventos vinculados a la identidad enogastronómica del destino que se conviertan en referentes y puedan tener continuidad en el tiempo.
3. **Colaboración y cohesión local:**
   - Generar un marco de trabajo conjunto y una mayor colaboración entre agentes públicos y privados para consolidar una oferta turística y gastronómica integrada, que contribuya a cohesionar el destino.
   - Fomentar la implicación del tejido empresarial involucrando al sector agroalimentario y vinícola (bodegas, consejo regulador, profesionales de la enología, productores/as y artesanos/as), y profesionales del sector turístico y hostelero (restaurantes, bares de pinchos, alojamientos, comercios, vinotecas, empresas de actividades, etc.) en los eventos, de forma que se favorezca la colaboración intersectorial.
   - Garantizar la participación activa de la población local, promoviendo su asistencia y protagonismo en las actividades del festival.
4. **Digitalización y promoción:**
   - Ampliar la difusión de los eventos mediante una estrategia de comunicación innovadora y efectiva que permita atraer nuevos perfiles de turistas más jóvenes y conectados.
   - Incorporar herramientas tecnológicas para mejorar la experiencia de los y las visitantes (evitar filas y esperas, facilitar la reserva y pago de actividades, etc.).
   - Promocionar los eventos en los mercados clave, con un enfoque en públicos interesados en experiencias enogastronómicas y sostenibles.
5. **Transferencia de conocimiento:**
   - Este evento debe tener vocación de continuidad para años venideros, logrando convertirse en una fecha del calendario de la Zona Media de Navarra, que la población local reconozca y haga suya, a la vez que favorece el posicionamiento de la comarca como destino gastronómico saludable y sostenible.

4. CONTENIDO DEL SERVICIO

El servicio consiste en la organización, gestión y ejecución integral del festival gastronómico "En la Zona" que se celebrará durante cuatro fines de semana consecutivos entre los meses de octubre y noviembre, así como su promoción y posterior evaluación. Esto incluye diseño de *branding*, logística, programación de actividades, contratación de personal, gestión de recursos técnicos y promocionales, y coordinación con los diferentes actores que intervendrán en el mismo.

El festival se desarrollará en diferentes ubicaciones de la Zona Media de Navarra con el fin de favorecer la distribución de los flujos turísticos por todo el territorio. Los eventos se celebrarán

preferentemente en viernes, sábados, domingos y festivos locales y de mercados emisores cercanos, con el fin de potenciar las pernoctaciones en el territorio y aumentar la estancia media.

El CDZM tiene como objetivo la celebración de eventos de pequeño formato, pero de alto impacto, cuidadosamente diseñados y con una marcada atención al detalle. Estos eventos deberán garantizar una experiencia exclusiva y acorde a la capacidad de acogida del destino, y evitando posibles molestias para la comunidad local y el medioambiente. En caso de realizarse actuaciones entre viñedos u otros espacios naturales, se deberá tener en cuenta su posible impacto medioambiental y se establecerán medidas para mitigarlo.

Con ello se persigue mejorar el posicionamiento de la Zona Media de Navarra como un destino enoturístico y gastronómico de referencia, diferenciado del turismo de masas y alineado con un modelo sostenible. A través de este enfoque, se busca resaltar valores identitarios del territorio como su estilo de vida slow, su arraigada cultura gastronómica y vinícola, su calidad de vida y su elevada esperanza de vida. Además, se pretende asociar la imagen del destino con conceptos como el Flow[3] o el JOMO[4], reforzando la idea de desconexión, bienestar y disfrute consciente.

A continuación, se describen las actividades y eventos enogastronómicos que se pretenden desarrollar en el marco del festival. En todo caso, el CDZM analizará y valorará las propuestas diferentes por parte de las licitadoras, siempre que mantengan el espíritu del evento:

1. **Sabores que unen generaciones / GastroRaíces:** Encuentro intergeneracional entre personas del territorio e *influencers foodies* con el objetivo de recuperar recetas tradicionales de carácter singular y acercarlas a las nuevas generaciones. Se invitará a cuatro *influencers,* con una comunidad de personas seguidoras afín al público objetivo del evento (joven, amante de la gastronomía y el vino y procedente de mercados emisores cercanos). También se invitará a participar al tejido asociativo local. La actividad consistirá en la celebración de un encuentro intergeneracional para identificar, documentar y cocinar al menos cuatro recetas típicas de la región, así como las historias, tradiciones y curiosidades vinculadas a su patrimonio culinario. Consistirá como mínimo en una entrevista personal o *focus group*, ir a comprar al mercado o a comercios locales los productos con los que cocinarán, las pruebas de cocinado y la degustación de la receta. Durante todo este proceso se generará contenido audiovisual (fotografías y vídeos) con el objetivo final de contar con una serie de publicaciones (*reels*, *stories* y video-recetas) que recojan el proceso completo de identificación y recuperación de las 4 recetas singulares.

    - Nº de ubicaciones: una única localización a proponer por la adjudicataria.
    - Nº de actos: una edición en el mes de junio, a modo de teaser de “En la Zona”, a celebrarse preferiblemente un viernes para que el resto del fin de semana la persona *influencer* invitada pueda asistir a las demás actividades y eventos programados. Se realizará un homenaje a las personas participantes, que podría celebrarse el día de entrega de premios del concurso Bocados & Vinos.
    - Nº de asistentes aproximado: 10-15 personas, considerando participantes a las personas especialistas que intervendrán de forma activa en las entrevistas para identificar recetas, en las pruebas de platos, etc. Preferiblemente, se seleccionarán personas que representen la cultura gastronómica de diferentes localidades del territorio, con el objetivo de dar a conocer su riqueza y variedad.

[3] El concepto de "*flow*" (o flujo en español) fue desarrollado por el psicólogo Mihaly Csikszentmihalyi y describe un estado mental de concentración o atención completa y energizada que las personas experimentan cuando se encuentran completamente involucradas en una actividad. Se caracteriza por una sensación de disfrute intrínseco, una distorsión del sentido del tiempo y una pérdida de la autoconciencia. Fuente: Csikszentmihalyi, M. (2010). Fluir (Flow): *Una psicología de la felicidad*. Editorial Kairós.

[4] Se trata de las siglas de “*Joy Of Missing Out*”, frase que se traduce al castellano como “La alegría de perderse las cosas”. El JOMO es la contrapartida del FOMO (*Fear of Missing Out* o miedo a perderse las cosas).

2. **Cenas y comidas clandestinas en lugares icónicos:** espacios singulares del destino, preferentemente relacionados con la cultura del vino o la gastronómica del destino, se transforman para acoger a un grupo reducido de hasta 50 personas comensales que, disfrutarán de menús elaborados por restaurantes y/o chefs del territorio con productos locales y maridajes con vinos locales guiados por personas enólogas o sumilleres tambie´n del destino. La ubicación exacta será secreta y se revelará el día del evento a los participantes. Además, cada experiencia estará acompañada de música en vivo cuidadosamente seleccionada, para complementar la ambientación del espacio y potenciar la experiencia gastronómica.

    - Nº de ubicaciones: 4 ubicaciones diferentes a proponer por la adjudicataria, una diferente cada fin de semana (octubre-noviembre).
    - Nº de actos: 2 cenas (preferiblemente en viernes o sábado) y 2 comidas (preferiblemente en sábado o domingo), celebrándose una de ellas cada fin de semana.
    - Nº de asistentes aproximado: 50 comensales en cada una de las cenas, es decir, 200 en total.

    En el caso de no poderse desarrollar esta actuación, se podría sustituir por cenas y comidas maridaje singulares con las mismas características (producto y vino local, etc.)

3. **El Latido de las Viñas:** Programa de actuaciones con propuestas adaptadas a un público familiar que incluirán: (1) actividades cardiosaludables entre viñas, como puede ser senderismo y rutas interpretativas accesibles para todas las edades, sesiones de yoga y pilates con formatos adaptados para adultos y niños, (2) música en directo, (3) talleres y catas de cocina saludable con productos locales diseñados para la participación familiar, (4) talleres de manualidades (por ejemplo: con materiales reciclados de bodegas (corchos, duelas, etc.)), o juegos tradicionales vinculados con la viticultura y dinámicas intergeneracionales. (5) Las actividades culminarán con visitas a bodegas con catas de vinos locales para adultos y experiencias sensoriales para los más pequeños.

    - Nº de ubicaciones: 4 ubicaciones diferentes a proponer por la adjudicataria.
    - Nº de actos: Cuatro programas de actividades que se celebrarán en 4 fines de semana diferentes y alternos, preferiblemente durante la mañana del sábado o del domingo.
    - Nº de asistentes aproximado: 30 - 60 personas participantes en cada una de las actividades .de cada programa de actuaciones, atendiendo a sus características

4. **Las Noches de Vino:** evento enoturístico nocturno en un espacio emblemático, relacionado con la identidad vinícola local, que consistirá en la celebración de dos actividades diferentes y complementarias: "**Luz de barricas",** un espectáculo de luz y sonido inspirado en la cultura del vino DO Navarra, y una "**Cata bajo las estrellas",** catas de vinos y otros productos locales combinadas con actividades de astronomía guiadas (si las condiciones meteorológicas lo permiten).

    - Nº de ubicaciones: dos localizaciones a proponer por la adjudicataria.
    - Nº de actos: cuatro eventos (viernes y sábado) que se celebrarán en dos fines de semana diferentes, que se seleccionarán teniendo en cuenta los condicionantes que posibilitan la observación de estrellas.
    - Nº de asistentes aproximado: 30-80 personas participantes en cada uno de los actos, atendiendo a sus características

En el caso de no poder programarse la carta bajo las estrellas se diseñará una actividad de carácter similar.

5. **Bocados & Vinos:** concurso de tapas y pintxos maridados con vino DO Navarra del territorio, que se ofrecerán en los bares de la Zona Media. Los pintxos deberán estar elaborados con productos locales y se ofrecerán por un precio cerrado en los

establecimientos participantes durante el festival. Los establecimientos finalistas se decidirán mediante votación popular (cada cliente podrá elegir su pintxo favorito mediante un sistema de votación online). Para incentivar la participación del público en la votación popular, se sortearán invitaciones para asistir a la gran final y al acto de entrega de galardones, donde podrán degustar las tapas ganadoras. Un jurado profesional (formado por hosteleros y hosteleras, enólogos y enólogas, periodistas y otros profesionales relacionados con la gastronomía) será el encargado de elegir a los ganadores entre los establecimientos finalistas, entregándose un total de 3 premios. La valoración final por parte del jurado profesional y la entrega de galardones se celebrará el último fin de semana del festival, en un acto al cual podrán asistir el público general y en el que se podrán degustar las tapas ganadoras.

- Nº de ubicaciones: el concurso tendrá lugar en los establecimientos hosteleros participantes, a excepción del acto de entrega de premios que se celebrará en una ubicación a proponer por la adjudicataria.
- Nº de actos: un único acto de entrega de premios
- Nº de asistentes aproximado: se espera un mínimo de 20 establecimientos participantes en el concurso. En cuanto al acto de entrega de premios, podrán asistir 50 personas (se sortearán invitaciones entre las personas que participen en la votación popular). Los y las participantes en el concurso y las personas miembros del jurado no se considerarán asistentes al acto de entrega.

La empresa adjudicataria podrá proponer ajustes, sustituciones o mejoras en las actividades originalmente previstas, con el objetivo de optimizar su impacto y ejecución. Estas modificaciones deberán ser debidamente justificadas y contar con la aprobación previa del Consorcio de Desarrollo de la Zona Media (CDZM). En ningún caso podrán alterar la esencia de los objetivos estratégicos del evento ni comprometer la calidad de la experiencia para las personas asistentes.

El calendario y las localizaciones definitivas serán acordados en coordinación con el CDZM tras la adjudicación del contrato, garantizando la viabilidad operativa y la coherencia con la estrategia del destino.

5. OBLIGACIONES DE LA EMPRESA CONTRATISTA

La empresa adjudicataria será responsable de la planificación, ejecución, y evaluación del evento "En la Zona". Estas prestaciones incluirán:

1. FASE DE PLANIFICACIÓN

1.1. Diseño y conceptualización del evento:

- Reunión inicial con el CDZM para consensuar fechas, objetivos y necesidades.
- Diseñar una propuesta detallada de calendario, contenido y localizaciones para cada acto del festival, que incluya el desarrollo de cada una de las actividades previstas.
- Proponer un calendario de ejecución que optimice la distribución de actividades en el tiempo y garantice un flujo equilibrado de asistentes.
- Seleccionar y justificar las localizaciones propuestas para cada actividad, asegurando su idoneidad en términos de capacidad, accesibilidad, infraestructura y seguridad.
- Validar con el CDZM la propuesta de calendario y ubicaciones, así como realizar los ajustes necesarios para asegurar la consecución de los objetivos planteados.

1.2. Planificación y diseño de actividades propuestas: La empresa adjudicataria deberá desarrollar en detalle la planificación de cada uno de los eventos y actividades que

conforman el festival, asegurando su viabilidad logística, la coherencia con los objetivos del evento y la calidad de la experiencia para los asistentes:

1.2.1. Sabores que unen generaciones / Gastro Raíces

- Identificación y selección de participantes que puedan aportar conocimientos gastronómicos y quieran participar en la iniciativa compartiendo sus recetas y anécdotas relacionadas con la cultura culinaria local.
- Selección y contratación de cuatro personas *influencers* gastronómicas con audiencia alineada con los valores del evento (es decir, con una comunidad de personas seguidoras afín al público objetivo del evento), negociación de su asistencia, coordinación de las actividades que pueda realizar durante su estancia en el destino) y definición de los formatos de contenido audiovisual a generar. El Consorcio supervisará la selección de los perfiles de *influencers*.
- Diseño del formato de encuentros intergeneracionales: definición del espacio, materiales necesarios y logística de preparación para las entrevistas, visita al mercado o a comercios locales para la compra de los productos necesarios, pruebas de cocinado y degustación de las recetas.
- Propuesta de homenaje para las personas participantes en la acción.
- Planificación de la grabación de contenido audiovisual durante todo el proceso de identificación, documentación, pruebas de cocinado y degustación de las recetas recuperadas para su posterior edición y difusión en redes sociales.

1.2.2. Cenas y comidas clandestinas en lugares icónicos:

- Identificar cuatro ubicaciones singulares relacionadas con la gastronomía o viticultura local, como pueden ser bodegas, viñedos u otros espacios singulares, garantizando su capacidad, accesibilidad y atractivo para albergar este tipo de experiencias.
- Elaborar una propuesta gastronómica en colaboración con restaurantes y/o chefs reconocidos del destino y productores locales, preferiblemente del territorio, priorizando el uso de productos km 0.
- Coordinar la contratación de un catering de calidad que cumpla los estándares definidos, así como de los proveedores que sean necesarios para el normal desarrollo del evento, que sean del territorio.
- Garantizar la participación de personas sumilleres y enólogas para la selección y maridaje de los vinos locales.
- Diseñar la ambientación y el montaje del espacio, incluyendo mobiliario, iluminación, elementos decorativos y distribución, alineados con la identidad visual del festival.
- Coordinar la contratación de artistas locales y la selección del repertorio musical, asegurando que la música en vivo o la ambientación sonora se integren de manera armónica con la experiencia del evento.
- Gestionar la comunicación de la ubicación secreta a los asistentes el día del evento y planificación del transporte hasta la ubicación.

En el caso de no poderse desarrollar esta actuación, se podría sustituir por cenas y comidas maridaje singulares con las mismas características (producto y vino local, etc.)

1.2.3. El Latido de las Viñas

- Seleccionar cuatro entornos naturales, preferiblemente vinculados con la cultura vinícola y gastronómica, adecuados para la realización de actividades cardiosaludables.
- Diseñar itinerarios para las rutas de senderismo y definir los espacios donde se desarrollarán las sesiones de yoga y pilates.
- Planificar actividades complementarias como talleres de manualidades con materiales reciclados de bodegas (corchos, duelas, etc.), juegos tradicionales vinculados con la viticultura dirigidos a todos los públicos con el objetivo de atraer al público familiar.
- Coordinar la contratación de monitores o monitoras especializadas en actividades infantiles o familiares para el desarrollo de las actividades deportivas, los talleres de cocina saludables y las actividades complementarias.
- Selección y contratación de ambientación musical para ambientar la experiencia
- Vincular cada programa de actuaciones al menos a un establecimiento enogastronómico
- Organizar las visitas a bodegas con catas guiadas al finalizar las actividades al aire libre, asegurando la correcta coordinación con las bodegas participantes.

1.2.4. Luz de Barricas

- Diseñar el espectáculo “Luz de Barricas”, inspirado en la cultura del vino de la DO Navarra, definiendo la tecnología de iluminación y sonido necesaria para su correcta ejecución y coordinando la participación de especialistas en espectáculos audiovisuales.
- Evaluación y validación de los espacios disponibles para la realización del espectáculo.
- Identificación del equipamiento necesario y contratación de especialistas en espectáculos audiovisuales.
- Selección y contratación de personas artistas o músicas para ambientar la experiencia, integrando música en directo durante el espectáculo sensorial y música ambiente durante la cata posterior.
- Gestión de medidas medioambientales: Identificación de posibles impactos ambientales en caso de celebrarse en viñedos u otros espacios naturales y propuesta de medidas correctoras para minimizarlos.

1.2.5. Catas bajo las estrellas

- Selección de la localización, preferiblemente viñedos u otros espacios vinculados al mundo del vino adecuados para la observación astronómica y la realización de catas.
- Coordinación con profesionales para la selección de vinos y producto local y desarrollo de la narrativa de la actividad.
- Identificación y contratación del equipamiento y personal necesario para el desarrollo de la cata
- Contratación de especialistas en observación astronómica y propuesta de equipamiento técnico (telescopios, iluminación tenue, etc.).

1.2.6. Bocados & Vinos

- Organizar la adhesión de bares y restaurantes participantes en el concurso, estableciendo unas bases de participación que aseguren la calidad de los productos utilizados y la coherencia con la identidad del festival.
- Diseñar el sistema de votación que permita a los consumidores acceder a un formulario online para votar por su pintxo favorito.

- Campaña de difusión y visibilidad del concurso, incluyendo materiales promocionales para establecimientos participantes (como pueden ser carteles, tarjetas con QR para acceder a la votación) redes sociales y medios de comunicación.
- Seleccionar y coordinar la participación del jurado profesional , definiendo unos criterios de evaluación comunes.
- Planificación del acto de entrega de premios y diseño de diplomas para entregar a los establecimientos ganadores, alineados con la imagen del evento.
- Organización del sorteo de accesos a la gran final entre las personas participantes en la votación popular como forma de incentivar la participación. Se valorará la posibilidad de sortear otros premios que puedan facilitar los establecimientos de hostelería participantes (por ejemplo, vales por una experiencia gastronómica).

1.3. Propuesta creativa y diseño de materiales promocionales:

- Diseño y presentación de una propuesta creativa de *naming* y *branding* para el festival que refleje los valores de la Zona Media que se tratan de proyectar. Se deberá formular una propuesta de nombre del festival y sus acciones para mantener la coherencia entre nombre del festival-nombre de las acciones. El Consorcio deberá aprobar dicho nombre, con el fin de garantizar que se alinea con la estrategia del destino.
- Desarrollo de un universo visual para el evento alineado con la identidad del territorio y la marca turística de la Zona Media., incluyendo logotipos, paleta cromática , concepto decorativo y materiales promocionales.

1.4. Planificación y coordinación logística:

- Realizar una propuesta de distribución, diseño, decoración, sonido e imagen, acorde con el espíritu general del festival y de cada evento o actividad en particular.
- Definir las necesidades técnicas para cada una de las actividades, incluyendo transporte, servicios de restauración y catering, decoración, equipamiento técnico y el personal de apoyo para su correcto desarrollo (como puede ser seguridad, limpieza, gestión de accesos, etc.).
- Identificar proveedores locales (o en su defecto, lo más cercano posibles) para servicios de restauración y catering, transporte, decoración, equipamiento técnico y otros servicios.
- Solicitar y gestionar permisos para el uso de espacios públicos y privados.
- Contactar con alojamientos cercanos a las localizaciones, para que la integren en su oferta.

1.5. Gestión sostenible del evento:

- Incorporación de medidas para reducir el impacto medioambiental del evento como el uso de energías renovables, la minimización de residuos o el uso preferente de materiales sostenibles y reciclables.
- Supervisión y facilitación de la correcta gestión de residuos en cada actividad.
- Promoción de prácticas sostenibles entre las personas asistentes como el uso de transporte compartido.
- Propuesta de medidas para compensar las emisiones generadas durante el evento.

- Se valorará el cálculo estimado de la huella de carbono generada.

1.6. Captación y coordinación del tejido empresarial local:

- Identificación, contacto y negociación con el tejido empresarial local (bodegas, restaurantes y productores locales, entre otros) para su integración en el evento.
- Organización de reuniones, visitas y las acciones de sensibilización y dinamización que sean necesarias para asegurar la implicación activa de agentes locales en el evento, destacando los beneficios de su participación en el mismo.

1.7. Desarrollo de una estrategia de marketing y comunicación: la empresa adjudicataria deberá presentar un plan integral de comunicación que contemple la difusión y promoción del evento a través de diversos canales, principalmente online. Este plan deberá estar alineado con la marca y el plan de marketing del destino (se le proporcionará un briefing a la adjudicataria) y ser validado por el CDZM de forma previa a su ejecución. La empresa adjudicataria se hará cargo de todos los gastos relativos a la ejecución del plan. Contendrá como mínimo:

- Calendarización y actualización de los hitos comunicativos y las acciones a realizar en torno a los mismos, pautando de manera clara las diferentes acciones comunicativas, los canales adecuados a las mismas y los materiales necesarios para llevarlas a cabo.
- Diseño, elaboración, distribución, envío y colocación de los soportes promocionales digitales y físicos necesarios para promocionar el evento tanto fuera como dentro de la Zona Media. Se diseñarán y elaborarán, al menos los siguientes materiales en línea con la imagen del festival: 4000 folletos impresos, 300 carteles en A3, 20 mupis, 2 roll up, 4 flag banner, 1 photocall. La empresa podrá añadir o sugerir los elementos que considere necesarios para favorecer la eficacia y el alcance comunicativo del festival.
- Creación de contenido para su difusión a través de la web y las redes sociales del CDZM. Se crearán como mínimo: 8 carteles promocionales, 1 banner promocional general, así como 5 vídeos o *reels* promocionales elaborados de manera profesional.
- Gestión de la relación con medios de comunicación locales, regionales y nacionales, tanto digitales como tradicionales, generalistas y de nicho, para asegurar la cobertura del evento, coordinando el envío de notas de prensa, así como la realización de entrevistas y reportajes antes y durante la celebración de los eventos.
- Elaboración de contenido promocional audiovisual profesional, como vídeos y fotografías. Como mínimo, se creará: un vídeo profesional de presentación para captar el interés de medios y público, así como otro de cierre (*aftermovie*) con imágenes y vídeos de los eventos desarrollados, un vídeo resumen de cada una de las actividades realizadas y 15 fotografías profesionales de cada una de las actividades del festival que estarán disponibles al día siguiente de la celebración de cada uno de los eventos para su difusión.
- Organización de un *presstrip* e invitación a los *influencers* gastronómicos participantes en “Sabores que unen generaciones/Gastroraíces para disfrutar del destino, y establecimiento del contenido que dichos perfiles de influencers habrán de crear en relación al evento.

1.8. Captación de participantes y asistentes:

- Coordinación con la población y agentes locales para incentivar su participación activa en el festival, promoviendo su implicación en las actividades que se desarrollen, además de incentivar su asistencia.
- La adjudicataria se encargará de la gestión de las inscripciones y reservas de las actividades del evento, para ello desarrollará un sistema integral a modo de web de reserva. Este sistema permitirá la búsqueda de plazas libres, reserva y pago en tiempo real, en el caso necesario, de los eventos. Las personas visitantes recibirán una confirmación de su reserva, que en forma de código QR o sistema similar, pueda ser el justificante de la transacción y ser leído en el evento correspondiente, etc. Además generará un justificante del pago. Dicho sistema podrá ser subcontratado a una proveedora tercera.
- Correrán a cargo de la adjudicataria todos los gastos relativos al sistema de gestión para la venta y reserva de entradas y será el único perceptor de los beneficios que genere la venta de las mismas.

2. FASE DE DESARROLLO

2.1. Producción de eventos y gestión de recursos humanos:

- Contratación y coordinación de proveedores y personal adaptado a las necesidades específicas de cada actividad.
- Asignación de roles y formación del personal en relación con los valores del evento.
- Garantizar la presencia de personal cualificado en cada actividad.

2.2. Gestión de actividades: La empresa adjudicataria será responsable de la ejecución eficiente de cada una de las actividades programadas, asegurando su correcto desarrollo y el cumplimiento de los estándares de calidad establecidos en la fase de planificación:

2.2.1. Sabores que unen generaciones / GastroRaíces

- Coordinación y gestión de dinámicas de participación de las duplas formadas por personas locales e *influencers*, asegurando la ejecución fluida de los encuentros.
- Garantizar que cada receta trabajada sea correctamente registrada en texto, imágenes y video.
- Gestión de la interacción con *influencers*, apoyo en la generación de contenido en redes sociales y documentación de la experiencia.
- Coordinación de la grabación del proceso de elaboración de al menos cuatro recetas para su posterior difusión en redes sociales y otros canales.
- Organización y acompañamiento del presstrip posterior.

2.2.2. Cenas y comidas clandestinas

- Montaje y ambientación del espacio: Instalación del mobiliario, iluminación, equipo de sonido y decoración según el concepto diseñado.
- Coordinación del equipo de cocina y servicio: Supervisión de chefs y personal de catering, garantizando el cumplimiento del menú y los tiempos de servicio.
- Gestión de la experiencia enológica: Coordinación con sumilleres y enólogos para las explicaciones y el maridaje de los vinos locales.
- Organización del transporte y acceso: Implementación del sistema de reservas, comunicación con asistentes y gestión del traslado hasta la ubicación secreta.

- Supervisión del espectáculo complementario: Coordinación de músicos o artistas participantes, garantizando el cumplimiento de los horarios y necesidades técnicas.

2.2.3. El Latido de las Viñas

- Montaje y señalización de rutas: Instalación de señalética si fuera necesario y verificación del estado de los caminos y áreas de actividad.
- Supervisión de monitores y monitoras y personas participantes: Garantizar la correcta ejecución de las actividades, velando por la seguridad de los y las asistentes.
- Gestión de los talleres: Coordinación de monitores y monitoras, así como de las personas profesionales encargadas de impartir cada actividad, supervisando la preparación de la logística necesaria.
- Coordinación de visitas a bodegas y catas: Verificación de la experiencia enoturística, asegurando la correcta atención a los asistentes de todas las edades.
- Supervisión de la logística y asistencia: Control de horarios, gestión de reservas y solución de incidencias en tiempo real.

2.2.4. Luz de Barricas

- Montaje de equipos de iluminación y sonido: Instalación de sistemas audiovisuales de acuerdo con el diseño previamente aprobado.
- Supervisión de pruebas técnicas: Garantizar el correcto funcionamiento de luces, sonido y efectos visuales antes del inicio del evento.
- Coordinación con el equipo de los espacios anfitriones: Verificación del espacio disponible y de las condiciones logísticas para la recepción de asistentes.
- Supervisión del desarrollo del espectáculo: Control de tiempos, apoyo a artistas y resolución de posibles contratiempos.

2.2.5. Catas bajo las estrellas

- Instalación de equipos y material necesario: Montaje de mesas de cata, sistemas de iluminación tenue, telescopios y otros elementos técnicos.
- Supervisión de la cata y del equipo profesional: Coordinación con profesionales encargados de la presentación de los vinos y productos locales.
- Gestión de la actividad astronómica: Control del material de observación, asistencia a los y las guías astronómicas y cumplimiento de horarios.
- Supervisión del desarrollo del evento: Control de aforo, experiencia de las personas asistentes y resolución de incidencias.

2.2.6. Bocados & Vinos

- Supervisión del concurso en bares y restaurantes: Garantizar el cumplimiento de los requisitos establecidos para la participación de los establecimientos.
- Control del sistema de votación popular: Monitorización del proceso de votación online y verificación de resultados.
- Organización de la evaluación del jurado profesional: Coordinación de la cata de los pintxos finalistas y validación de los criterios de selección.
- Gestión de la entrega de premios: Organización del acto de entrega y comunicación de los establecimientos ganadores a través de los canales oficiales del evento.
- Supervisión de la visibilidad del concurso: Verificación de la correcta promoción en redes sociales, medios de comunicación y establecimientos participantes.

2.3. Coordinación y supervisión en tiempo real: presencia física del equipo técnico de la empresa adjudicataria en cada actividad, incluyendo un/a coordinador/a general y responsables para cada evento para la supervisión de:

- Servicios de restauración y catering, iluminación, sonido, y decoración en cada localización.
- Instalación y funcionamiento del equipamiento técnico.
- Desarrollo de actividades según lo planificado.

2.4. Atención al público asistente:

- Disposición de un canal de atención al cliente para gestionar consultas, incidencias, etc.
- Supervisión de los servicios de transporte.
- Gestión y resolución de imprevistos.

2.5. Creación de contenido audiovisual

- Producción de un banco de imágenes y vídeos del evento para futuras campañas. Se contará al menos con 15 fotografías profesionales de cada actividad realizada, así como con un vídeo profesional de presentación, un aftermovie, un vídeo resumen de cada una de las actividades realizadas y se dispondrá de los brutos en vídeo empleados en la edición.
- Grabación y edición profesional de cuatro vídeo recetas tradicionales, mostrando el proceso completo del encuentro intergeneracional.
- Creación de material promocional viral para redes sociales.

3. FASE POST-EVENTO

3.1. Evaluación y cierre:

- Realización de encuestas de satisfacción para asistentes y colaboradores. A todos los participantes se les enviará posteriormente un cuestionario de satisfacción por correo electrónico, para conocer qué aspectos se podrían mejorar para siguientes ediciones.
- Análisis de métricas que permitan evaluar el impacto del evento: Número de personas asistentes, Impresiones de la web, Venta de entradas, Valoración de encuestas de satisfacción (NPS), etc.

3.2. Elaboración de una memoria final del evento que incluya:

- Resumen de las actividades realizadas.
- Evaluación del impacto (asistencia, métricas de satisfacción, etc.).
- Conclusiones y propuestas de mejora para optimizar futuras ediciones del evento.
- Memoria visual con fotografías y vídeos de cada actividad.
- Clipping de prensa

3.3. Compensación de Huella de Carbono:

- Cálculo de la huella de carbono y propuesta de medidas para compensar las emisiones generadas durante el evento.

3.4. Recopilación y entrega del material audiovisual generado:

- Edición y entrega de contenido generado durante el evento (reels, fotos, publicaciones) para su uso posterior.
- **Producción del vídeo-recetario de la Zona Media:** Recopilación, edición y maquetación de una serie de vídeo-recetas que muestren el proceso completo de

identificación, documentación, pruebas de cocinado y degustación de las recetas elaboradas.

3.5. Transferencia de conocimiento

- Generación de un registro documentado de las acciones necesarias para la realización de cada actividad, a modo de transferencia de conocimiento (a entregar al Consorcio), garantizando la continuidad del festival.
- Recopilar contenido audiovisual y digital que refuerce la proyección de la marca Zona Media de Navarra como destino gastronómico saludable y sostenible.

El modelo de gestión deberá ser inclusivo, sostenible y participativo, priorizando la implicación de empresas locales en la prestación de servicios y el suministro de productos.

6. ENTREGABLES

La empresa adjudicataria deberá realizar todas las tareas necesarias para garantizar la correcta ejecución de los trabajos, que se justificarán mediante los siguientes entregables:

Fase 1: **PLANIFICACIÓN**

- **Plan de Trabajo del Festival,** que será revisado y consensuado con el Consorcio y que recogerá las siguientes partes:
  - Diseño y conceptualización del evento: Propuesta de las acciones y/o eventos y su desarrollo (descripción, localizaciones, públicos objetivos, precios, etc.)
  - Propuesta de *naming* y *branding* para el festival y sus eventos.
  - Calendario previsto de los eventos
  - Localizaciones justificadas
  - Detalle de las acciones necesarias para la realización de cada actividad
  - Distribución de recursos técnicos y humanos
  - Propuesta de gestión de los eventos (herramientas de venta, etc.)
  - Propuesta de gestión sostenible.
  - Propuesta de captación y coordinación con la población y el tejido empresarial
  - Plan integral de marketing y comunicación alineado con la marca del destino (acciones, calendario, diseño de soportes, etc,)

Fase 2: DESARROLLO:

- **Informe de seguimiento del desarrollo del plan de trabajo del Festival:**
  - Informe de seguimiento del desarrollo de cada uno de las acciones del evento y gestión de los recursos humanos
  - Informe de la gestión de la captación y coordinación con la población y el tejido empresarial
  - Informe de seguimiento y calendarización de las acciones plan de comunicación

Fase 3: FASE POST-EVENTO

- **Memoria final del evento** que recoja la ejecución:

- Las actividades realizadas
- Informe de las encuestas realizadas
- Evaluación del impacto (asistencia, métricas de satisfacción, etc.).
- Conclusiones y propuestas de mejora para optimizar futuras ediciones del evento.
- Memoria visual con fotografías y vídeos de cada actividad: como mínimo se crearán 100 fotografías, un vídeo previo, vídeos de cada una de las actividades, cuatro vídeo-recetas y un vídeo de cierre.
- Materiales de comunicación y promoción.
- Entrega de todas las creatividades en alta calidad
- Textos elaborados en el desarrollo del Plan
- Plantillas editables para uso de la entidad en el traspaso de la gestión de contenidos RRSS
- Informes de inscripciones y colaboraciones locales.

- **Material transferencia de conocimiento:**
  - Registro documentado de las acciones necesarias para la realización de cada actividad, a modo de transferencia de conocimiento garantizando la continuidad del festival.

7. OBLIGACIONES/ GESTIÓN DEL ÓRGANO CONTRATANTE

El órgano contratante será responsable de:

1. **Supervisión y seguimiento:**
   - Nombrar una persona responsable técnica para coordinar y supervisar las actividades de la adjudicataria.
   - Participar en reuniones periódicas para garantizar el cumplimiento de los objetivos.
2. **Provisión de información:**
   - Facilitar acceso a información relevante sobre los recursos, ubicaciones y agentes locales.
   - Proveer datos necesarios para la elaboración de materiales promocionales.
3. **Autorizaciones y permisos:**
   - Tramitar las autorizaciones necesarias para el uso de espacios públicos.
   - Gestionar permisos relacionados con la normativa local.
4. **Colaboración con actores locales:**
   - Facilitar contactos con bodegas, restaurantes, asociaciones y empresas productoras locales.
5. **Validación de propuestas:**
   - Revisar y aprobar las propuestas presentadas por la adjudicataria antes de su ejecución.
6. **Difusión institucional:**
   - Apoyar la promoción del evento mediante los canales del Consorcio.

8. SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO / COORDINACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL SERVICIO

El órgano de contratación **CDZM** designará a una persona responsable del contrato que asumirá la coordinación y el seguimiento de la ejecución contractual con la empresa contratista a fin de tratar directamente las cuestiones relacionadas con el desarrollo normal de las tareas indicadas en este pliego.

Por su parte, la empresa adjudicataria será la responsable de la dirección del equipo técnico asignado a la ejecución del servicio, designando a una persona encargada de su coordinación, que será a su vez la interlocutora con **CDZM**.

Las personas referidas anteriormente se reunirán con una periodicidad mínima de 15 días para supervisar, controlar y tratar cualquier aspecto vinculado con el desarrollo del contrato, a fin de asegurar que el mismo se está ejecutado conforme a lo establecido en el presente pliego. Estas reuniones de seguimiento se llevarán a cabo de forma telemática, aunque será posible tener reuniones presenciales en las oficinas del Consorcio de Desarrollo de la Zona Media de Navarra, siempre intentando realizar los desplazamientos prioritariamente en transporte público o con vehículos de bajas emisiones: eléctricos, híbridos o de gas (bifuel de gasolina).

La empresa adjudicataria deberá prestar el servicio de forma proactiva, adoptando todas aquellas medidas que contribuyan al cumplimiento de los objetivos del servicio.

La empresa adjudicataria utilizará la plataforma colaborativa Google Drive o similar que posibilite un acceso compartido a documentos, permitiendo que todos los miembros del equipo de proyecto, personal del **CDZM** y su asistencia técnica, puedan trabajar conjuntamente y mantenerse actualizados en tiempo real.

9. VALIDACIÓN DE LOS TRABAJOS Y OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

La empresa adjudicataria deberá presentar un plan de trabajo detallado para su validación, y se procederá a revisar su cumplimiento a lo largo de las diferentes fases del evento. En caso de que se detecten discrepancias, se podrán solicitar modificaciones o alternativas.

10. OBLIGACIONES DE COMUNICACIÓN

La entidad contratista y subcontratista tendrá en cuenta las siguientes obligaciones en cuanto a la comunicación, publicidad y difusión:

- Cumplimiento de las disposiciones del artículo 9 de la Orden HFP/1030/2021 de 29 de septiembre sobre comunicación en la gestión del PRTR. Se seguirá el "Manual de marca del PRTR", disponible en planderecuperacion.gob.es.
- Inclusión del emblema de la Unión Europea con el texto «Financiado por la Unión Europea-Next Generation EU», junto al logo del PRTR y contener tanto en su encabezamiento como en su cuerpo de desarrollo la siguiente referencia «Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia Financiado por la Unión Europea-Next Generation EU», Gobierno de Navarra y Consorcio de Desarrollo de la Zona Media.
- En el caso de que se deba generar una **landing page**, se tendrá en cuenta los estándares de accesibilidad y usabilidad requeridos por el artículo 40 de la Ley Foral 12/2018, de 14 de junio, de Accesibilidad Universal y la Ley Foral 31/2022, de Atención a Las PCD en Navarra.
- La empresa adjudicataria planteará una relación de nombres para el festival y las acciones contenidas en el mismo que tengan en cuenta la diversidad lingüística del territorio (castellano y euskera), los públicos objetivo del evento, así como la identidad de marca turística creada para el territorio.
- Creación de plantillas editables en Canva para cartelería informativa y difusiones en redes sociales, con elementos generales y específicos de programación, para ser empleadas en futuras ediciones del evento.

El CDZM proporcionará durante la ejecución del contrato las indicaciones acerca del contenido preciso en cada medio, soporte y/o formato en relación con estas obligaciones.

11. TRATAMIENTO DE TEXTOS E IMÁGENES

- La **perspectiva de género** estará presente en la creación y tratamiento de todos los textos, documentación, publicidad, imagen o materiales generados durante el contrato. La empresa adjudicataria deberá hacer uso de lenguaje inclusivo y no sexista en todas las redacciones propuestas, incluidos los documentos de trabajo presentados. Asimismo, tendrá que evitar cualquier imagen discriminatoria o estereotipada de las mujeres y fomentar en su lugar valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles e identidades de género. Por otra parte, las memorias e informes presentados también contemplarán el enfoque de género en el tratamiento desagregado por sexo de los datos. El Área de Igualdad de la entidad será la referencia para poder facilitar materiales e indicaciones a la empresa, así como aclarar dudas.
- Las **imágenes** registradas y empleadas serán realistas y naturales, buscando la autenticidad. Las que incluyan figurantes o modelos contemplarán la perspectiva de género, diferentes perfiles de personas, así como una indumentaria adecuada al escenario planteado. Se evitarán los contextos que resulten artificiales.

- Garantizar que los materiales del banco de imágenes y videos sean de calidad profesional, asegurando su utilidad para futuras campañas de comunicación y promoción del festival.
- Alineación de todos los materiales con la **marca turística Zona Media** y su manual de identidad corporativa.
- Traducción al euskera de los mensajes básicos al público final. Las **traducciones** deberán efectuarse mediante un servicio de traducción profesional, buscando la idoneidad y naturalidad en los diferentes idiomas.
- Integración de la marca creada para el festival, asegurando la coherencia en el uso de su identidad visual, logotipos y paleta cromática.
- Aplicación de estos criterios en la web del evento, redes sociales y en el material audiovisual promocional.

12. CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Todos los entregables generados por la empresa adjudicataria, ya sean de uso interno o para su difusión, deberán contar con la máxima calidad técnica y cumplir con los requisitos establecidos en el presente pliego, así como con la normativa vigente de aplicación.

La no presentación de los entregables en tiempo y forma, con el correspondiente perjuicio en términos de implementación, gestión y tramitación administrativa del proyecto, podrá ser considerado como incumplimiento del contrato.

En caso de errores o calidad insuficiente en la documentación, la empresa adjudicataria deberá subsanarlos dentro de los plazos previstos, sin que ello suponga un sobrecoste económico.

Al término de los trabajos, la recepción del servicio se entenderá realizada cuando el **CDZM**, como responsable del contrato, haya dado la conformidad al pago del último hito de facturación.

Para la ejecución de sus funciones, la empresa adjudicataria seguirá las instrucciones del **CDZM** y de la asistencia técnica del proyecto, ante las que presentará sus propuestas y dará cuenta de sus actuaciones.

Los trabajos se desarrollarán en las instalaciones de la empresa adjudicataria, y la interlocución con el **CDZM** y la asistencia técnica del proyecto se realizará por medios telemáticos, sin perjuicio de que el equipo de trabajo deberá ejecutar aquellas acciones del contrato que cuentan con carácter presencial en las localizaciones acordadas con el **CDZM**

El **CDZM** podrá fijar reuniones periódicas o puntuales con la empresa adjudicataria para realizar un seguimiento de la ejecución y valorar posibles incidencias.

Asimismo, para la óptima prestación del servicio, la empresa adjudicataria dotará a su equipo docente de las herramientas necesarias para su correcta ejecución.

13. PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS

Los trabajos contratados, en su totalidad o en cualquiera de sus fases, serán propiedad del **CDZM** y, en consecuencia, podrán solicitar en cualquier momento las entregas de los documentos o materiales que la integren, con todos sus antecedentes, datos o procedimientos en cualquier tipo de formato editable.

En consecuencia, los trabajos que sean objeto de propiedad intelectual se entenderán expresamente cedidos por la adjudicataria al **CDZM** para uso en el marco del proyecto.

Si para la realización del objeto del contrato se precisan derechos de propiedad intelectual, la adjudicataria deberá aportar con su oferta la correspondiente cesión de su titular para los efectos del cumplimiento del contrato, teniendo en cuenta la anterior previsión.