

Pliego de condiciones que regirán la contratación de un servicio de elaboración de un plan de marketing digital para ACEVIN y las Rutas del Vino de España en el marco del proyecto “Experiencias Enoturísticas de España: Observatorio, experiencias innovadoras, economía circular y venta omnicanal de experiencias singulares”, financiado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia y por la Union Europea - NextGenerationEU

## Contenido

|   |    |
|---|----|
| 1.- Introducción al programa Experiencias Enoturísticas de España .....                       | 3  |
| 2.- Encaje en el proyecto Experiencias Enoturísticas de España.....                           | 5  |
| 3.- Objeto del servicio.....  | 5  |
| 4.- Alcance del servicio a prestar: detalle de las actividades .....                          | 7  |
| 5.- Entregables .....   | 14 |
| 6.- Duración del servicio .....   | 15 |
| 7.- Presupuesto y facturación.....  | 15 |
| 8.- Equipo de trabajo mínimo .....  | 15 |
| 9.- Requisitos de capacidad y solvencia .....   | 16 |
| 10.- Lugar y plazo de presentación de ofertas .....   | 19 |
| 11.- Contenido de las ofertas .....   | 19 |
| 12.- Criterios de adjudicación .....  | 21 |
| 13.- Coordinación y seguimiento del servicio .....  | 23 |
| 14.- Calidad en la prestación del servicio .....  | 23 |
| 15.- Forma de ejecución del servicio .....  | 24 |
| 16.- Modificaciones del servicio.....   | 24 |
| 17.- Obligaciones de la empresa adjudicataria en materia de información y<br>publicidad ..... | 24 |
| 18.- Principio de “no causar un daño significativo al medio ambiente” (DNSH) 25               |    |
| 19.- Seguridad, confidencialidad y protección de datos .....                                  | 26 |
| 20.- Normativa de aplicación .....  | 27 |
| 21.- Propiedad de los trabajos.....   | 29 |
| 22.- Régimen jurídico del contrato.....   | 30 |

|   |    |
|---|----|
| Anexo 1: Acuerdo Interno de Contratación de un servicio de elaboración de un plan de marketing digital para ACEVIN y las Rutas del Vino de España en el marco del proyecto “Experiencias Enoturísticas de España: Observatorio, experiencias innovadoras, economía circular y venta omnicanal de experiencias singulares”, financiado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia y por la Union Europea - NextGenerationEU..... | 31 |
| Anexo 2: Modelo de declaración responsable de cumplimiento de los requisitos de capacidad y solvencia .....   | 52 |
| Anexo 3: Modelo de oferta económica .....   | 54 |
| Anexo 4: Modelo de Declaración de Ausencia de Conflicto de Intereses (DACI) .....   | 62 |

## 1.- Introducción al programa Experiencias Enoturísticas de España

El presente servicio se enmarca dentro del proyecto “Experiencias Enoturísticas de España: observatorio, experiencias innovadoras, economía circular y venta omnicanal de experiencias singulares”, aprobado en el marco de la convocatoria 2021 del programa “Experiencias Turismo España”, y dotado con un presupuesto total de 1.757.647 euros.

El pasado 13 de julio de 2021, el Consejo Europeo aprobó el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia “España Puede” del Gobierno de España (en adelante, PRTR), el cual incluye diez políticas tractoras o palancas que van a incidir directamente en aquellos sectores productivos con mayor capacidad de transformación del tejido económico y social. De las diez políticas tractoras, la quinta, “Modernización y digitalización del tejido industrial y de la pyme, recuperación del turismo e impulso a una España nación emprendedora”, contiene medidas específicas para el sector turístico. Estas medidas se plasman en el componente 14 del PRTR, denominado “Plan de modernización y competitividad del sector turístico”, cuyo objetivo central es ayudar a la transformación de algunas de las características del modelo turístico de España.

3

Como parte del componente 14 del PRTR, la inversión 4 “Actuaciones especiales en el ámbito de la competitividad”, proyecto 1 “Desarrollo de producto turístico y modernización del ecosistema turístico”, preveía la elaboración de una Estrategia de Desarrollo de Producto Turístico. Durante su elaboración y maduración se ha hecho evidente la necesidad de utilizar el concepto de experiencia, superando el concepto de producto, por ser más innovador y estar mejor orientado a la nomenclatura que utiliza el propio sector nacional y, sobre todo, internacional.

Por lo tanto, la Estrategia de Desarrollo de Producto Turístico finalmente se concreta y desarrolla en la Estrategia de Creación, Innovación y Fortalecimiento de la Oferta País y el “Programa del apoyo a la creación y desarrollo de productos turísticos” que pretendía contribuir a la creación,

desarrollo y diversificación del producto turístico nacional con vistas a su proyección exterior y a la consolidación de la Marca España como destino turístico, se denominó finalmente Programa “Experiencias Turismo España”.

Con estos antecedentes, la Asociación Española de Ciudades del Vino (en adelante, ACEVIN), de la mano de 32 Rutas del Vino de España asociadas a la propia ACEVIN, presentó el proyecto “Experiencias Enoturísticas de España: observatorio, experiencias innovadoras, economía circular y venta omnicanal de experiencias singulares”, que tiene como uno de sus objetivos fundamentales lograr cierto grado de homogenización en el nivel de servicio de las rutas y en la calidad de la oferta de experiencias ofrecidas por cada una de ellas, permitiendo desarrollar nuevas experiencias innovadoras, diferenciadas, sostenibles y estructuradas que agrupen actividades desarrolladas por varios agentes y empresas del territorio, permitiendo incluso integrar actividades en varias rutas en circuitos de mayor duración.

El proyecto nació de un proceso participativo que permitió poner en común la percepción sobre las necesidades actuales del sector del enoturismo para adaptarse a las nuevas necesidades del mercado. El diagnóstico realizado durante el mencionado proceso participativo permitió identificar una serie de áreas de desarrollo, entre las cuales se encuentra la necesidad de mejora de los canales de comunicación, promoción y venta de las experiencias enoturísticas tanto mediante la implantación de herramientas tecnológicas de venta como mediante la integración omnicanal y la realización de proyectos piloto que permitan evaluar alternativas innovadoras.

## 2.- Encaje en el proyecto Experiencias Enoturísticas de España

El presente servicio se enmarca dentro del pilar 4 del proyecto, “Comunicación y comercialización”, el cual tiene como objetivo dotar a ACEVIN, a los organismos coordinadores de cada una de las Rutas del Vino de España y a las empresas asociadas a estas Rutas de canales de comunicación que permitan informar y persuadir a clientes potenciales sobre la oferta de experiencias enoturísticas disponibles en las Rutas del Vino de España mediante un modelo omnicanal.

Se busca que todos los actores participantes trabajen de forma colaborativa y que se fomenten dentro de las organizaciones y de las mismas rutas alianzas público-privadas que permitan dar a conocer el proyecto, los productos y experiencias creadas durante el mismo, así como los resultados que se obtengan durante su ejecución. Los mensajes serán transmitidos y comunicados de forma segura, eficiente y eficaz para dar a conocer el alcance de todo el proyecto para que más empresas y organizaciones se sumen en busca de generar un mejor desarrollo para sus propias comunidades locales y en agrupaciones con otras.

5

## 3.- Objeto del servicio

El presente documento tiene por objeto regular las condiciones que regirán la contratación de un servicio de elaboración de un plan de marketing digital para ACEVIN y las Rutas del Vino de España.

Los trabajos se centrarán en el ámbito digital (si bien pueden contener algún elemento de marketing tradicional) y deberán ser congruentes y coherentes con la estrategia de marketing de ACEVIN, con el objetivo de reforzar y difundir la marca y los valores del enoturismo y la cultura del vino en España. Se busca incrementar el tráfico y la calidad de las interacciones digitales con las personas usuarias, lo cual redundará en turistas más satisfechos y un incremento de la facturación y la rentabilidad. Concretamente, en esta actuación están implicadas las siguientes Rutas del Vino:

- Ruta del Vino Arlanza
- Ruta del Vino Arribes
- Ruta del Vino Cigales
- Ruta del Vino de Alicante
- Ruta del Vino de Bullas
- Ruta del Vino de Campo de Cariñena
- Ruta del Vino de El Bierzo
- Ruta del Vino de Jumilla
- Ruta del Vino de La Garnacha
- Ruta del Vino de La Mancha
- Ruta del Vino de Navarra
- Ruta del Vino de Rioja Alta
- Ruta del Vino de Ronda y Málaga
- Ruta del Vino de Rueda
- Ruta del Vino de Toro
- Ruta del Vino de Yecla
- Ruta del Vino de Zamora
- Ruta del Vino La Manchuela
- Ruta del Vino Montilla – Moriles
- Ruta del Vino Penedés
- Ruta del Vino Rías Baixas
- Ruta del Vino Ribera del Duero
- Ruta del Vino Rioja Alavesa
- Ruta del Vino Rioja Oriental
- Ruta del Vino Sierra de Francia
- Ruta del Vino Somontano
- Ruta del Vino Utiel – Requena
- Ruta del Vino y el Brandy Marco de Jerez

## 4.- Alcance del servicio a prestar: detalle de las actividades

La empresa adjudicataria deberá abordar los siguientes trabajos:

### 1) Análisis y diagnóstico de las estrategias de comunicación y promoción actuales de ACEVIN y las Rutas del Vino de España

Se realizará un diagnóstico estratégico de marketing, a través de un **análisis DAFO** que permita identificar las principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que se presentan para ACEVIN y las Rutas del Vino de España en términos de comunicación y promoción. Para ello, será necesario que la adjudicataria realice una revisión y análisis de cada una de las plataformas de comunicación de ACEVIN. Asimismo, se analizarán las diferentes vías de promoción actual del Club de Producto Rutas del Vino de España, tanto a nivel nacional como internacional.

7

Se elaborará un informe con el análisis de la web de Rutas del Vino de España y los perfiles en redes sociales, que incluya la identificación de puntos de mejora y la propuesta de medidas concretas de actuación. También se incluirá un breve análisis de la imagen y percepción actual de la marca Rutas del Vino de España.

Asimismo, se identificarán las diferentes tendencias de marketing online y offline en el sector turístico, haciendo especial atención al producto de enoturismo en los destinos de referencia.

A continuación, la adjudicataria realizará una reflexión de los aspectos críticos resultantes del DAFO, ya sean positivos o negativos, de tal forma que se puedan identificar los factores que permitan corregir las debilidades, afrontar las amenazas, mantener las fortalezas y explotar las oportunidades (**análisis CAME**).

### 2) Definición y análisis de públicos objetivo

La adjudicataria establecerá una interlocución con ACEVIN y con las gerencias de cada una de las 28 Rutas del Vino implicadas para delimitar diferentes perfiles o *buyer persona* sobre los que pivotará la estrategia de comunicación. En este sentido, será necesario definir **un mínimo de 8 *buyer persona***, con sus características sociodemográficas y de conducta, con el objetivo de facilitar la articulación de la estrategia dirigida al público final.

### 3) Definición de la identidad verbal de la marca Rutas del Vino de España.

Con el objetivo de establecer un **discurso de marca y valores**, la adjudicataria elaborará un *storytelling* general de Rutas del Vino de España, acorde con los valores que se quieren transmitir, ligado a los principales atractivos de nuestros territorios vitivinícolas, la singularidad de las Rutas del Vino, su cultura y valores. El argumento debe mostrarse experiencial, auténtico, sencillo y con carácter emocional. La construcción del relato escrito debe conectar con los diferentes públicos objetivo o *buyer persona* a los que se quiere llegar.

8

Se definirán los mensajes clave que servirán de base para la promoción y comunicación del Club de Producto Rutas del Vino de España. Se pueden establecer diferentes mensajes clave diferenciados para cada público objetivo. En este punto, la adjudicataria deberá establecer una interlocución y coordinación con la adjudicataria del servicio de creación de un banco de imágenes y material audiovisual para ACEVIN, financiado en el marco de este proyecto. Se pretende que los mensajes clave se vean reflejados, especialmente en el material audiovisual.

Será necesario determinar un **eslogan de marca**, por lo que se creará una frase publicitaria que defina la imagen de Rutas del Vino de España. Deberá ser original, breve, concisa y transmitir los valores de la marca. Se tendrá en cuenta la viabilidad de esta en el registro de Patentes y Marcas, y su posterior registro.

Los mensajes clave y el eslogan de marca serán entregados en idiomas español e inglés.

#### 4) Definición y conceptualización de un Plan de Marketing Digital para las Rutas del Vino de España.

El objetivo general de elaborar un Plan de Marketing de Rutas del Vino de España es reforzar el posicionamiento (principalmente online) de la marca Rutas del Vino de España y las Rutas del Vino integrantes como referencia nacional de enoturismo en España, así como seguir aumentando el número de visitantes a los diferentes territorios enoturísticos, tanto de origen nacional como internacional.

Los objetivos específicos son los siguientes:

- Aumentar la notoriedad y visibilidad de la marca Rutas del Vino de España en el entorno digital.
- Incrementar el tráfico hacia la página web de Rutas del Vino de España.
- Incrementar la audiencia en los perfiles y segmentos de demanda objetivo a través del entorno online.
- Complementar con estrategias de comunicación y promoción offline que ayuden a dar visibilidad a las Rutas de Vino de España.
- Mejorar la interacción y participación de los usuarios en las redes sociales.
- Establecer una estrategia y metodología de trabajo online.
- Seguir fomentando la desconcentración geográfica y diversificación temporal, ligados a la oferta de las Rutas del Vino y sus destinos, ofreciendo un turismo de calidad y sostenible.

Se diseñará la estrategia de Marketing Digital en base a los objetivos descritos anteriormente contemplando la elaboración de un Plan Operativo. La estrategia debe seguir el enfoque de *inbound* marketing, que busca atraer al potencial cliente con contenido útil, relevante y que pueda crear experiencias de valor para el usuario con el objetivo de conseguir *leads* y reconocimiento de la marca.

Será necesario la consideración de los siguientes puntos:

- Identificar los **objetivos de comunicación y promoción**, contemplando cuestiones relacionadas con el reconocimiento de marca, el incremento de la difusión y la fidelización de usuarios finales.
- Seleccionar **públicos objetivo** a los que dirigir la comunicación. En este sentido, además de los *buyer persona* delimitados en la fase anterior, se diseñarán acciones de comunicación específicas para la cadena de valor del enoturismo (empresas).
- Elaborar un **plan de comunicación y promoción** en base a las metas y públicos objetivo elegidos, de tal manera que se prioricen las temáticas, contenidos y herramientas a utilizar. Tendrá un horizonte temporal de 3 años.
- Diseñar un **plan de medios** que concrete los soportes, contenidos y diseños que plasmarán la estrategia de forma operativa. **La adjudicataria deberá elaborar un cronograma detallado de los diferentes planes de acción a ejecutar en los 3 años mencionados en el anterior punto, así como proponer tres escenarios presupuestarios diferentes para su aplicación.** Las cantidades de cada uno de estos tres escenarios serán consensuadas por ACEVIN y las Rutas del Vino de España y serán comunicadas a la adjudicataria en la primera reunión de trabajo tras la adjudicación (nota: en ningún caso se contempla en el marco de este contrato la compra de espacios publicitarios, por lo que la aplicación de alguno de los escenarios presupuestarios definidos requeriría de otras fuentes de financiación por parte de ACEVIN y las Rutas del Vino de España).

10

La empresa adjudicataria deberá establecer una interlocución, a través de ACEVIN, con las empresas adjudicatarias de los restantes contratos formalizados por ACEVIN y las Rutas del Vino de España en el marco del proyecto Experiencias Enoturísticas de España, con el objetivo de coordinar y consensuar la hoja de ruta. Los mencionados contratos son los siguientes:

- Asistencia técnica para la creación de un Observatorio y Sistema de Inteligencia Enoturística.
- Servicio de consultoría de formación en experiencias enoturísticas.
- Servicio de análisis benchmarking e identificación de buenas prácticas en materia de economía circular.
- Servicio para el diseño, desarrollo y puesta en marcha de un portal de experiencias enoturísticas.
- Servicio de creación de un banco de imágenes y material audiovisual para la Asociación Ciudades del Vino de España.

### Página web

La empresa adjudicataria analizará el portal web Rutas del Vino de España para:

- Definir una estrategia de posicionamiento **SEO** multilingüe para mejorar el posicionamiento orgánico en las páginas de resultados de búsqueda de Google. Se incidirá en el SEO On Page o factores internos y en el SEO Off Page o factores externos. La adjudicataria deberá implementar un plan de acción con actuaciones específicas que permitan optimizar el posicionamiento de la página web.
- Plantear una estrategia de posicionamiento **SEM** que permita generar tráfico de calidad hacia la web Rutas del Vino de España. Se definirán los objetivos, se seleccionará el tipo de campaña y se propondrán keywords. En este caso, la adjudicataria no implementará actuaciones específicas ni ejecutará presupuesto en el marco del contrato.

11

### Redes Sociales

La adjudicataria diseñará e implementará un **Social Media Plan** que permita dinamizar y mantener las redes sociales de ACEVIN, dando a conocer su actividad diaria e interactuando con las personas usuarias. La hoja de ruta se basará en la estrategia digital definida e incluirá la definición de objetivos cuantitativos (seguidores, alcance, impresiones, engagement) y cualitativos, el plan de contenidos y acciones operativas, y los segmentos objetivo. Se incluyen:

- La planificación y gestión de los actuales perfiles de ACEVIN en Instagram, Facebook, X (Twitter) y Youtube
- Monitorización de publicaciones e interacción con las personas usuarias.
- Diseño e implementación de un plan de contenidos con objetivos y estrategias específicos para cada red social.
- Ejecución de acciones de dinamización para captar y fidelizar a la comunidad.
- Elaboración de informes de resultados con las principales métricas.
- Interlocución con las 28 Rutas del Vino implicadas para coordinar y complementar las estrategias de Community Management.

Asimismo, la adjudicataria planteará una estrategia de publicidad en redes sociales (Social ADS) que permita aumentar la visibilidad de marca e incrementar la comunidad. En base a un análisis previo, se definirán los objetivos, planes de acción, campañas y presupuesto. En este caso, la adjudicataria no implementará actuaciones específicas ni ejecutará presupuesto en el marco del contrato, si bien el objetivo es dejar al menos una campaña diseñada.

12

#### Estrategia para la campaña actual de ACEVIN #Iloveenoturismo.

La adjudicataria planteará y presupuestará una estrategia de marketing específica que tiene por objetivo fomentar y aumentar la participación de los usuarios en la campaña actual de *#Iloveenoturismo*, establecida como la encuesta de la demanda y que sirve de base para la elaboración del Informe anual del *Análisis de la demanda* de Rutas del Vino de España.

#### Estrategia de publicidad programática

La adjudicataria planteará y presupuestará una estrategia de publicidad programática que contemple la compra automatizada de espacios publicitarios. En este caso, la adjudicataria no implementará actuaciones específicas ni ejecutará presupuesto en el marco del contrato, si bien el objetivo es dejar al

menos una campaña diseñada y cuantificada para diversos escenarios de financiación.

#### 5) Definición de un mecanismo de seguimiento y evaluación de resultados

La adjudicataria elaborará un **cuadro de mando** para el seguimiento de los principales indicadores del plan de marketing digital, contemplando mecanismos de medición para ACEVIN y las Rutas del Vino de España. Deberá incluir un análisis del rendimiento de las acciones recogidas en el plan de trabajo.

#### 6) Creación de diseños y creatividades

El objeto del contrato incluye el diseño y elaboración del material gráfico necesario, debiendo disponer la adjudicataria de todos los derechos de autor de las piezas gráficas, musicales, audiovisuales y de todo tipo elaboradas, los cuales cederá a ACEVIN y las Rutas del Vino implicadas en el contrato.

La adjudicataria consensuará con ACEVIN el *storytelling* sobre el cual se basará la conceptualización creativa de las campañas y aportará un briefing en cuanto a mensaje, elementos gráficos, tono y estilo de comunicación. Las tareas incluirán:

- Diseño y creatividades.
- Redacción, *copywriting* y adaptación a idiomas.
- Adaptaciones a formatos y soportes diferentes (web, piezas display, anuncios para redes sociales, newsletter, etc).

Tal y como se indica en la cláusula 17 del presente pliego, la empresa adjudicataria deberá cumplir con los compromisos en materia de comunicación, encabezamientos y logos que se contienen en el artículo 9 de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, por la que se configura el sistema de gestión del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

## 5.- 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:

- **Plan de trabajo**, en el que se detalle la planificación operativa y cronológica de las diferentes tareas a acometer, haciendo un especial hincapié en los mecanismos de coordinación con los diferentes agentes implicados en el proyecto. Reflejará los principales hitos de entrega y un cronograma detallado de ejecución. Será entregado en un plazo máximo de un mes a contar desde la fecha de comunicación de la adjudicación.
- **Informe de resultados de la fase de diagnóstico**, en el cual se desarrollarán las conclusiones del análisis de las estrategias de comunicación y promoción actuales de ACEVIN y el Club de Producto Rutas del Vino de España.
- **Informe de análisis de los canales de comunicación y promoción de Rutas del Vino de España.**
- **Informe de públicos objetivo y de definición de la identidad verbal de la marca.** Será entregado en un plazo máximo de tres meses a contar desde la fecha de comunicación de la adjudicación.
- **Plan de marketing digital**, en el cual se detallen la estrategia a seguir, el plan de medios, calendarización, escenarios presupuestarios y cuadro de mando de indicadores. Será entregado en un plazo máximo de 5 meses a contar desde la fecha de comunicación de la adjudicación.
- **Memoria final justificativa de los trabajos realizados**, en la cual se expliquen las acciones ejecutadas en el marco del contrato.
- **Copia de todos los documentos acreditativos** de la realización del objeto del servicio.

## 6.- Duración del servicio

El plazo máximo previsto para la ejecución de los trabajos no podrá sobrepasar en ningún caso la fecha del **31 de octubre de 2024**.

El incumplimiento del plazo de ejecución y/o la no realización de alguna de las acciones supondrá un incumplimiento contractual, lo que implicará la devolución de las cantidades recibidas en concepto de pagos parciales, sin perjuicio de la indemnización que corresponda por daños y perjuicios.

## 7.- Presupuesto y facturación

El importe máximo del servicio será de 28.025,00 euros (IVA no incluido).

La facturación será prorrateada entre las Rutas del Vino implicadas. Así, la empresa adjudicataria facturará a cada una de las entidades firmantes del Acuerdo Interno de Contratación (Anexo I), según los porcentajes de pago correspondientes a cada una de ellas, e indicados en el mencionado Acuerdo.

15

Los pagos serán prorrateados entre las Rutas del Vino implicadas y se efectuarán contra factura emitida de conformidad con la normativa vigente. Concretamente, las facturas deberán cumplir lo exigido por el Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.

## 8.- Equipo de trabajo mínimo

El adjudicatario asignará a los trabajos un equipo mínimo de tres profesionales, concretamente:

- Una persona como director de proyecto, con formación superior en marketing y comunicación y una experiencia mínima de cinco años en la dirección y coordinación de proyectos similares.

- Una persona como técnico responsable de contenidos, con formación superior en marketing y comunicación y una experiencia mínima de cinco años en trabajos de marketing digital similares al objeto del contrato.
- Una persona como técnico diseño, con formación superior en diseño gráfico y una experiencia mínima de cinco años en trabajos de diseño gráfico similares al objeto del contrato.

Será responsabilidad del adjudicatario garantizar la continuidad del servicio en caso de cualquier cambio en el equipo de trabajo, que deberá realizarse previa aprobación por parte de ACEVIN.

## 9.- Requisitos de capacidad y solvencia

### 9.1 Capacidad

Están capacitadas para contratar las personas naturales (empresario individual) o jurídicas, que tengan plena capacidad de obrar, no estén incursoas en alguna prohibición de contratar y acrediten su solvencia económica y financiera y técnica o profesional tal como indica el art. 65 de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público.

El adjudicatario deberá tener una finalidad o actividad que tenga relación directa con el objeto del contrato, así como disponer de los medios necesarios y de personal técnico suficiente y cualificado para garantizar el desarrollo de los trabajos de la propuesta.

A estos efectos, los licitadores deberán presentar una declaración responsable de no estar incursoas en prohibición de contratar con arreglo al art. 71 de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público, así como tener un objeto social en el que se incluyan las tareas objeto del contrato.

## 9.2 Solvencia económica y financiera

La solvencia económica y financiera se acreditará mediante la aportación de la siguiente documentación:

- Documentación acreditativa de que la cifra de negocio de servicios similares al objeto de contratación, en alguno de los tres últimos ejercicios, sea igual o superior al valor estimado del contrato, IVA incluido.
- Declaraciones de entidades financieras, a través de un informe de la entidad financiera en el que deberá constar la denominación de esta contratación, y en el que la entidad financiera se pronuncie expresamente sobre la solvencia económica y financiera del licitador para llevar a cabo la ejecución del objeto del contrato.
- En el caso de una sociedad mercantil, se presentarán las cuentas anuales de los 3 últimos ejercicios presentadas en el Registro Mercantil, y los modelos 200 de declaración-liquidación del Impuesto de Sociedades de los 3 últimos ejercicios.
- En el caso de personas físicas:
  - o Si tributa en el IRPF mediante estimación directa:
    - Libro registro de ventas e ingresos de los 3 últimos años
    - Modelo 390 del IVA de los 3 últimos años
    - Modelo 100 de ingreso o devolución de la declaración del IRPF de los 3 últimos años.
  - o Si tributa en el IRPF mediante estimación objetiva:
    - Libro registro de ventas e ingresos de los 3 últimos años y/o modelo 100 de los 3 últimos años.
    - Declaración responsable firmada por el representante legal que acredite que el libro de registro de ventas e ingresos refleja la imagen fiel de la actividad económica de la empresa. En caso de no disponer de este libro, la declaración debe acreditar que el rendimiento neto de la actividad refleja la imagen fiel de la actividad económica de la empresa.

### *9.3 Solvencia técnica y profesional*

La solvencia técnica y profesional se acreditará mediante la relación de los principales servicios o trabajos similares al objeto del contrato realizados en los últimos diez años, indicando importe, fechas y el destinatario, público o privado, de los mismos, precisando si se llevaron a buen término.

En este sentido, el adjudicatario deberá acreditar la ejecución en los últimos diez años, por parte del equipo de trabajo o de la empresa, de al menos:

- Tres trabajos relacionados con el sector turístico o enoturismo.

Los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público o, cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario.

18

Para acreditar su solvencia técnica, en el momento de presentar la oferta, el licitador podrá entregar la relación de trabajos acompañada de una declaración responsable al respecto. En todo caso, de resultar adjudicatario, deberá presentar los certificados expedidos por los destinatarios de los mencionados trabajos.

### *9.4 Disposición común a la solvencia económico – financiera y técnica - profesional*

El licitador podrá presentar simplemente una declaración responsable en el momento de presentación de su oferta, haciendo constar que dispone de la solvencia requerida, sin perjuicio de que, en todo caso, el adjudicatario deberá presentar la documentación exigida en los puntos 9.2 y 9.3.

## 10.- Lugar y plazo de presentación de ofertas

ACEVIN remitirá invitación, vía correo electrónico, a una serie de empresas previamente consensuadas por la agrupación que presentó el proyecto. Estas empresas remitirán sus propuestas de forma telemática a la dirección de correo electrónico [acevin@acevin.es](mailto:acevin@acevin.es) **antes de las 23:59 horas del miércoles 7 de febrero de 2024.**

Adicionalmente, se publicará el presente pliego de contratación en la página web de ACEVIN (<https://www.acevin.es/>)

Las proposiciones fuera de plazo o que no contenga toda la información indicada en el siguiente epígrafe no serán admitidas.

## 11.- Contenido de las ofertas

Las ofertas se enviarán en documentos firmados digitalmente contenidos en tres carpetas. Los documentos deberán presentarse redactados en castellano y son los que a continuación se relacionan:

### **Declaración responsable**

- Carpeta 1. Documentación administrativa. Esta carpeta contendrá una declaración responsable de cumplimiento de los requisitos de capacidad y solvencia exigidos en la cláusula 9, siguiendo el modelo incluido en el Anexo 2 del presente pliego. En caso de resultar adjudicatario, se requerirá el envío de los documentos que acrediten tanto la capacidad para contratar como la solvencia económico-financiera y técnico-profesional descritas en los apartados 9.1, 9.2 y 9.3 del presente pliego, junto con la siguiente documentación:
  - Alta en IAE.
  - En caso de personas jurídicas, escritura de constitución de la sociedad.

- En caso de que el firmante de la solicitud de la licitación no sea el titular, escritura de poderes de representación.
- Declaración de Ausencia de Conflicto de Intereses (DACI), cuyo modelo se adjunta en el Anexo 4 del presente pliego.
- Certificado de estar al corriente de pago de las cuotas de la Seguridad Social.
- Certificado de estar al corriente de pago de las obligaciones tributarias.

En caso de que la adjudicataria no pueda acreditar el cumplimiento de los requisitos de capacidad y solvencia en un plazo de 7 días hábiles desde la fecha de comunicación de la adjudicación, se desestimará la propuesta y se solicitará la documentación al licitador que haya presentado la oferta con la siguiente mayor puntuación.

- Carpeta 2. Oferta técnica. Las empresas licitadoras deberán presentar una memoria técnica, de no más de 40 páginas, tamaño A4, tipo de letra Arial 11 e interlineado sencillo, en la que se detalle:

- Metodología general de la propuesta, en la que se describan:
  - Las funciones y tareas asociadas al cumplimiento del objeto del contrato.
  - La planificación temporal y cronograma de los principales hitos.
  - Composición y organización del equipo de trabajo, adjuntando currículum vitae resumido en el que consten los principales trabajos relacionados con enoturismo y la actividad turística en general.
  - Mecanismos de interlocución con las Rutas del Vino de España para la selección y captación de empresas participantes.
- Propuesta metodológica para la fase de diagnóstico, la definición de públicos objetivos y la identidad verbal de la marca.
- Propuesta metodológica para la definición de la estrategia de marketing digital, la planificación de contenidos, la selección de

- soportes y la definición de mecanismos de seguimiento y evaluación.
- Propuesta metodológica para la elaboración de los escenarios presupuestarios del plan de medios.
  - Propuestas de diseños y creatividades.
- Carpeta 3. Oferta económica. Será formulada conforme al modelo que se adjunta como anexo 3 del presente pliego. Las ofertas deberán indicar, como partida independiente, el importe del Impuesto del Valor Añadido que deba ser repercutido.

## 12.- Criterios de adjudicación

La adjudicación se efectuará a través de la aplicación de los siguientes criterios, tanto evaluables mediante juicio de valor como a través de fórmula matemática:

21

### Criterios evaluables mediante juicio de valor (hasta 95 puntos):

Se valorarán los siguientes aspectos de la oferta técnica:

- Metodología general (hasta 20 puntos), con el siguiente desglose:
  - Descripción de los trabajos, planificación temporal y cronograma (hasta 5 puntos)
  - Experiencia del equipo de trabajo y calidad de los trabajos realizados (hasta 10 puntos)
  - Mecanismos de interlocución y coordinación con las Rutas del Vino de España, y plan de dinamización y difusión (hasta 5 puntos)
- Propuesta metodológica para la fase de diagnóstico, la definición de públicos objetivos y la identidad verbal de la marca (hasta 10 puntos).
- Propuesta metodológica para la definición de la estrategia de marketing digital (hasta 35 puntos). Se valorará la coherencia e integración con la

- estrategia de comunicación de ACEVIN y con el proyecto Experiencias Enoturísticas de España, así como la trazabilidad de todo el proceso, desde la fase de diagnóstico hasta la planificación de soportes y medios.
- Propuesta metodológica para la elaboración de los escenarios presupuestarios del plan de medios (hasta 10 puntos). Se valorará el dimensionamiento de cada uno de los escenarios y su ajuste a las características y posibilidades de financiación de ACEVIN y las Rutas del Vino de España.
  - Propuesta de diseños y creatividades (hasta 20 puntos). Se valorarán aspectos técnicos y conceptuales, así como el estilo y relación con el hecho turístico y experiencial, y el enfoque de sostenibilidad. Se valorará asimismo la cuantificación de diseños y creatividades a los que se compromete la empresa licitadora.

Aquellas propuestas que no alcancen una valoración mínima de 50 puntos serán excluidas de la licitación.

22

Criterios evaluables a través de fórmula matemática (hasta 5 puntos):

Se valorará la oferta económica, asignando un máximo de 5 puntos a la oferta más ventajosa económicamente, valorando el resto de ofertas de forma proporcional según la siguiente fórmula:

$$Pe = Pmax * (Imo / loe)$$

Donde:

- Pe es la puntuación obtenida por la oferta en estudio
- Pmax es la puntuación máxima posible
- Imo es el importe de la mejor oferta
- loe es el importe de la oferta en estudio

### 13.- Coordinación y seguimiento del servicio

La coordinación y seguimiento del servicio descrito corresponderá a ACEVIN y a la asistencia técnica del proyecto.

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 ACEVIN y su asistencia técnica, así como con cada una de las 28 Rutas del Vino implicadas.

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

### 14.- Calidad en la prestación del servicio

23

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 (descrita en la cláusula 20).

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 ACEVIN, como responsable del contrato, haya dado la conformidad al pago del último hito de facturación.

## 15.- Forma de ejecución del servicio

Para la ejecución de sus funciones, la empresa adjudicataria seguirá las instrucciones de ACEVIN 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 ACEVIN 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 ACEVIN y las diferentes Rutas del Vino.

ACEVIN 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 de trabajo de las herramientas necesarias para su correcta ejecución.

24

## 16.- Modificaciones del servicio

En caso en que se produzcan eventualidades que hagan variar la planificación o la organización del proyecto o de su equipo, será ACEVIN quien autorice las soluciones más adecuadas. La empresa adjudicataria no podrá realizar ninguna variación sin la autorización expresa de ACEVIN.

## 17.- Obligaciones de la empresa adjudicataria en materia de información y publicidad

En la ejecución del contrato, la empresa adjudicataria deberá cumplir con los compromisos en materia de comunicación, encabezamientos y logos que se contienen en el artículo 9 de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre,

por la que se configura el sistema de gestión del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Concretamente, en las medidas de información y comunicación desarrolladas en el marco del proyecto se deberán incluir los siguientes logotipos:

- El emblema de la Unión Europea y junto con el emblema de la Unión, se incluirá el texto «Financiado por la Unión Europea – Next Generation EU», de acuerdo con el artículo 9.3 b) de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre (disponible en el siguiente enlace: <https://planderecuperacion.gob.es/identidad-visual>).
- Toda referencia en cualquier medio de difusión sobre las inversiones aprobadas deberá usar como medio de difusión el logo del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (disponible en el siguiente enlace: <https://planderecuperacion.gob.es/identidad-visual>). Los documentos deben incorporar, tanto en su encabezamiento como en su cuerpo de desarrollo, la siguiente referencia: “Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia – Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”.
- Toda referencia en cualquier medio de difusión sobre el proyecto deberá incluir que ha sido financiado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, conforme al artículo 18 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre.

25

En todo momento se utilizará la imagen corporativa de ACEVIN, en cuantos soportes se utilicen en la prestación del servicio al que se refiere el presente pliego.

## 18.- Principio de “no causar un daño significativo al medio ambiente” (DNSH)

La empresa adjudicataria garantizará el pleno cumplimiento del principio de “no causar un perjuicio significativo al medio ambiente” (principio do no significant harm – DNSH), y, en su caso, el etiquetado climático y digital, de acuerdo con lo previsto en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, aprobado por Consejo de Ministros el 27 de abril de 2021 y por el Reglamento (UE) n.º

2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de febrero de 2021, por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia, así como con lo requerido en la Decisión de Ejecución del Consejo relativa a la aprobación de la evaluación del plan de recuperación y resiliencia de España.

## 19.- Seguridad, confidencialidad y protección de datos

ACEVIN proveerá a la empresa adjudicataria de toda la información necesaria para realizar los trabajos asignados. A estos efectos, se adjuntará un contrato de encargo de tratamiento de datos personales, en virtud del cual la empresa adjudicataria pasará a tener la condición de encargado de tratamiento de datos de carácter personal.

El adjudicatario queda expresamente obligado a mantener absoluta confidencialidad y reserva sobre cualquier dato que pudiera conocer con ocasión del cumplimiento del contrato, especialmente los de carácter personal, que no podrá copiar ni utilizar con una finalidad distinta a la que figura en este documento, ni tampoco ceder a otros ni siquiera a efectos de conservación.

26

Este deber subsistirá, aunque se extinga el contrato, hasta que la información llegue a ser de dominio público o que, por otras causas, pierda su consideración de confidencialidad, sin que medie incumplimiento del deber de confidencialidad por cualquiera de las partes contratantes.

La empresa adjudicataria se obliga al cumplimiento de la normativa vigente en materia de protección de datos, Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 (GDPR) y Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Asimismo, se obliga en los términos previstos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, a garantizar total confidencialidad y seguridad de los datos a los que tenga acceso para su tratamiento.

Los trabajos objeto de este contrato deberán ser convenientemente documentados, para lo cual el adjudicatario se compromete a generar toda la documentación aplicable.

## 20.- Normativa de aplicación

Será de aplicación la siguiente normativa general:

- Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, en particular lo dispuesto en materia de procedimientos de control financiero, reintegro y revisión de actos.
- Real Decreto 887/2006, de 21 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones.
- Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014.
- Reglamento (UE) 2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de febrero de 2021 por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia
- Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas
- Ley 19/1988, de 12 de julio, de Auditoría de Cuentas.
- Real Decreto 1619/2012, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.
- Real Decreto 1496/2003, de 28 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación, y se modifica el Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido.
- Orden EHA/2261/2007, de 17 de julio, por la que se regula el empleo de medios electrónicos, informáticos y telemáticos en la justificación de las subvenciones.

- Orden del Ministerio de Economía y Hacienda de 1 de febrero de 1996, por la que se aprueba la Instrucción de operatoria contable a seguir en la ejecución del gasto del Estado, modificada por la Orden HAP/336/2014, de 4 de marzo.
- Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, por la que se configura el sistema de gestión del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.
- Orden EHA/1434/2007, de 17 de mayo, por la que se aprueba la norma de actuación de los auditores de cuentas en la realización de los trabajos de revisión de cuentas justificativas de subvenciones, en el ámbito del sector público estatal, previstos en el artículo 74 del Reglamento de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, aprobado mediante Real Decreto 887/2006, de 21 de julio.

Asimismo, será de aplicación la siguiente normativa específica del programa “Experiencias Turismo España”:

28

- Orden ICT/1244/2022, de 13 de diciembre (BOE 17/12/2022), por la que se modifica la Orden ICT/1524/2021, de 30 de diciembre, por la que se establecen las bases reguladoras de las ayudas para el programa "Experiencias Turismo España" y se aprueba su convocatoria para el ejercicio 2021 en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.
- Orden ICT/182/2022, de 10 de marzo (BOE 15/03/2022), por la que se modifica la Orden ICT/1524/2021, de 30 de diciembre, por la que se establecen las bases reguladoras de las ayudas para el Programa "Experiencias Turismo España" y se aprueba su convocatoria para el ejercicio 2021, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.
- Orden ICT/293/2022, de 31 de marzo (BOE 08/04/2022), por la que se modifica la Orden ICT/1524/2021, de 30 de diciembre, por la que se establecen las bases reguladoras de las ayudas para el Programa "Experiencias Turismo España" y se aprueba su convocatoria para el

ejercicio 2021, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

- Orden ICT/1524/2021, de 30 de diciembre (BOE 11/01/2022) por la que se establecen las bases reguladoras de las ayudas para el Programa “Experiencias Turismo España” y se aprueba su convocatoria para el ejercicio 2021, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia”.

## 21.- Propiedad de los trabajos

La empresa adjudicataria cede expresamente a ACEVIN y a las Rutas del Vino de España implicadas, con carácter exclusivo, sin ninguna limitación temporal ni territorial, los derechos de explotación de la propiedad intelectual de las obras que haya creado o encargado crear por razón de la presente contratación, incluida su explotación en la red Internet, así como los derechos de propiedad industrial que puedan derivarse de esta explotación, con fines promocionales, publicitarios o comerciales.

29

Estos derechos comprenden en particular el derecho de reproducción total o parcial, permanente o provisional, por cualquier medio y en cualquier forma, el derecho de distribución, el derecho de transformación, incluida la traducción y adaptación o cualquier otra modificación, y el derecho de comunicación pública en todo tipo de formatos y soportes, tanto gráficos como audiovisuales y multimedia, por el medio y canal que considere más conveniente.

En consecuencia, ACEVIN y las Rutas del Vino de España implicadas podrán utilizar, ceder, en todo o en parte, a favor de la persona física o jurídica que estimen conveniente, sin limitación, los derechos de propiedad intelectual adquiridos, sin derecho por parte del contratista a percibir compensación adicional.

La empresa adjudicataria se obliga a obtener de los titulares de derechos de propiedad intelectual todas aquellas autorizaciones que sean necesarias para la realización del objeto del presente contrato. En este caso, la empresa

adjudicataria asume la obligación de responder e indemnizar de toda responsabilidad originada o relacionada con reclamaciones que ACEVIN y las Rutas del Vino de España implicadas puedan recibir por infracción de los derechos de propiedad intelectual y / o industrial de terceros.

La empresa adjudicataria no podrá hacer difusión del material objeto de la presente contratación sin consentimiento expreso, previo y por escrito de ACEVIN.

La empresa adjudicataria colaborará con ACEVIN y con las 28 Rutas del Vino implicadas en cualquier proceso de inscripción a favor de éstas de los derechos de propiedad intelectual o industrial cedidos por el contratista en cualquier Registro Público y, en especial, pero sin limitación a éstos, en el Registro de la Propiedad Intelectual y el Registro de la Propiedad Industrial, con independencia de que esta inscripción fuera constitutiva o no de los derechos cedidos o de su propia cesión.

30

El precio de la presente contratación comprende la retribución de los derechos de propiedad intelectual cedidos por el contratista.

La firma del contrato supondrá la formalización de la cesión mencionada.

## 22.- Régimen jurídico del contrato

La presente contratación tiene naturaleza privada. Toda cuestión litigiosa que surja tanto en relación a la preparación y adjudicación, como a los efectos y extinción del presente contrato se sustanciarán ante la jurisdicción ordinaria, previa reclamación ante ACEVIN, que deberá resolver en el plazo de un mes.

Anexo 1: Acuerdo Interno de Contratación de un servicio de elaboración de un plan de marketing digital para ACEVIN y las Rutas del Vino de España en el marco del proyecto “Experiencias Enoturísticas de España: Observatorio, experiencias innovadoras, economía circular y venta omnicanal de experiencias singulares”, financiado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia y por la Union Europea - NextGenerationEU

En Alcázar de San Juan a 2 de enero de 2024

REUNIDOS:

- 1) Dña. ROSA MELCHOR QUIRALTE con DNI 06234161B en representación de ASOCIACIÓN DE CIUDADES DEL VINO (ACEVIN) con domicilio en MARQUÉS DE MUDELA 28, ALCAZAR DE SAN JUAN, 13600 CIUDAD REAL.
- 2) D. MIGUEL ÁNGEL ROJO LÓPEZ con DNI 13073351J en representación de RUTA DEL VINO ARLANZA con domicilio en CALLE AUDIENCIA Nº 6, 09340 LERMA (BURGOS).
- 3) D. JULIÁN MARTÍN JIMÉNEZ con DNI 07815310W en representación de RUTA DEL VINO ARRIBES con domicilio en PLAZA MAYOR 1, VILLARINO DE LOS AIRES, 37160 SALAMANCA.
- 4) D. SERGIO GARCÍA FERRERO con DNI 71140800Y en representación de RUTA DEL VINO CIGALES con domicilio en PLAZA SANTO CRISTO S/N, CORCOS DEL VALLE, 47280 VALLADOLID.
- 5) Dña. MARIA JOSÉ MIÑANO GÓMEZ con DNI 48358067S en representación de RUTA DEL VINO DE ALICANTE con domicilio en CALLE MONJAS 6 – 2º PLANTA, 03002 ALICANTE/ALACANT, ALICANTE.
- 6) Dña. FRANCISCA SÁNCHEZ LORENZO con DNI 48514890R en representación de RUTA DEL VINO DE BULLAS con domicilio en AVDA. DE MURCIA (MUSEO DEL VINO), 75, BULLAS, 30180, MURCIA.

- 7) D. CARLOS BAGUENA BURILLO con DNI 17731747N en representación de RUTA DEL VINO DE CAMPO DE CARIÑENA con domicilio en AVENIDA RIBO LAHOZ 2, BAJO, CARIÑENA, 50400 ZARAGOZA.
- 8) Dña OLGA VERDE VIÉITEZ con DNI 78739327-T en representación de RUTA DEL VINO DE EL BIERZO con domicilio en CENTRO DE INTERPRETACION DE LA VID Y EL VINO, ESPACIO NATURAL LA CUESTA S/N, CAMPONARAYA, 24410 LEON.
- 9) D. JOSÉ ARTURO CASTELLANOS CANALS con DNI 29074956N en representación de RUTA DEL VINO DE JUMILLA con domicilio en PLAZA DEL ROLLO, Nº 1, JUMILLA, 30520 MURCIA.
- 10) Dña VIRGINA GÁLVEZ GIL con DNI 12778864H en representación de RUTA DEL VINO DE LA GARNACHA con domicilio en NUEVA 6, BORJA, 50540 ZARAGOZA.
- 11) Dña. ROCÍO VALENTÍN GONZÁLEZ con DNI 70585315V en representación de RUTA DEL VINO DE LA MANCHA con domicilio en C/ SANTO DOMINGO S/N, ALCÁZAR DE SAN JUÁN, 13600 CIUDAD REAL.
- 12) Dña. MARÍA ROSARIO DOMINGOS GARCÍA con DNI 09743837W en representación de RUTA DEL VINO DE NAVARRA con domicilio en CALLE LAS POZAS, 13 BAJO, OLITE-ERRIBERRI, 31390 NAVARRA.
- 13) Dña. BEGOÑA JIMÉNEZ DÍAZ con DNI 16566729J en representación de RUTA DEL VINO DE RIOJA ALTA con domicilio en C/ VÍCTOR CARDENAL 63, CENTRO SENSORIAL DEL VINO, SAN ASENSIO, 26340 LA RIOJA.
- 14) D. JOSÉ MARÍA LOSANTOS HERNANDO con DNI 13290296Z en representación de RUTA DEL VINO DE RONDA Y MÁLAGA con domicilio en CENTRO INTEGRAL DEL VINO DE LA SERRANÍA DE RONDA, C/ DOLORES IBARRURI 8, RONDA, 29400 MÁLAGA.
- 15) Dña. MARTA SANTANDER MARTÍNEZ BUJANDA con DNI 72725830Z en representación de RUTA DEL VINO DE RUEDA con domicilio en CENTRO CULTURAL ISABEL LA CATÓLICA – C/JUAN DE ÁLAMO 5-7, MEDINA DEL CAMPO, 47400 VALLADOLID.

- 16) Dña. BEATRIZ FERNÁNDEZ PUJO con DNI 71133491B en representación de RUTA DEL VINO DE TORO con domicilio en CALLE CONCEPCIÓN, 3, TORO, 49800 ZAMORA.
- 17) Dña MARIA AURORA PICÓ GÓMEZ con DNI 29071025Z en representación de RUTA DEL VINO DE YECLA con domicilio en PLAZA MAYOR, S/N, YECLA, 30510 MURCIA.
- 18) D. RAMIRO MORÁN VICENTE con DNI 11953517A en representación de RUTA DEL VINO DE ZAMORA con domicilio en PLAZA MAYOR 1, VILLANUEVA DE CAMPEÁN, 49708, ZAMORA.
- 19) D. DIOSDADO CUESTA ATIENZAR con DNI 05113287-L en representación de RUTA DEL VINO LA MANCHUELA con domicilio en CALLE MATADERO 7, FUENTEALBILLA, 02260, ALBACETE.
- 20) D. RAFAEL ÁNGEL LLAMAS SALAS con DNI 34019856G en representación de RUTA DEL VINO MONTILLA-MORILES con domicilio en C/PUERTA DEL AGUILAR, 10 (EDIFICIO SOLERA), MONTILLA, 14550 CÓRDOBA.
- 21) D. LLUÍS VALLS COMAS con DNI 07730851J en representación de RUTA DEL VINO PENEDÈS con domicilio en HERMENEGILD CLASCAR, 1-3, VILAFRANCA DEL PENEDÈS, 08720 BARCELONA.
- 22) D. JOSÉ SIMÓN FERRO con DNI 34872302R en representación de RUTA DEL VINO RÍAS BAIXAS con domicilio en PRAZA DA PEDREIRA Nº10 PAZO MUGARTEGUI, PONTEVEDRA 36002 PONTEVEDRA.
- 23) D. MIGUEL ÁNGEL GAYUBO HERRERO con DNI 45420554Q en representación de RUTA DEL VINO RIBERA DEL DUERO con domicilio en PLAZA DEL TRIGO, NUM. 10, PLANTA 3, ARANDA DE DUERO, 09400 BURGOS.
- 24) Dña ROSA ISABEL GARCÍA BLANCO con DNI 16262952C en representación de RUTA DEL VINO RIOJA ALAVESA con domicilio en MAYOR 68, LAGUARDIA, 01300 ÁLAVA.
- 25) D. PEDRO ANTONIO MONTALVO ÍÑIGO con DNI 16554170N en representación de RUTA DEL VINO RIOJA ORIENTAL con domicilio en PLAZA ORENZANA, 6 – ENTREPLANTA DERECHA, ARNEDO, 26580 LA RIOJA.

- 26)D. FRANCISCO JAVIER GARCÍA HIDALGO con DNI 07982427R en representación de RUTA DEL VINO SIERRA DE FRANCIA con domicilio en CALLE BARRIO NUEVO, 39, VILLANUEVA DEL CONDE, 37658 SALAMANCA.
- 27)D. FERNANDO TORRES CHAVARRÍA con DNI 73200952W en representación de RUTA DEL VINO SOMONTANO con domicilio en COMPLEJO DE SAN JULIÁN, AVDA DE LA MERCED, 64, BARBASTRO, 22300 HUESCA.
- 28)D. EDUARDO VIVES MARTÍNEZ con DNI 072623730M en representación de RUTA DEL VINO UTIEL-REQUENA con domicilio en CALLE CUESTA CARNICERÍAS 9, REQUENA, 46340 VALENCIA.
- 29)D. CÉSAR SALDAÑA SÁNCHEZ con DNI 31615858.N en representación de RUTA DEL VINO Y EL BRANDY MARCO DE JEREZ con domicilio en AVDA ALCALDE ALVARO DOMECCQ, NUM. 2, JEREZ DE LA FRONTERA, 11402 CÁDIZ.

34

Las partes se reconocen capacidad y legitimidad para convenir, a cuyo efecto:

## **EXPONEN**

- 1) Que las 29 entidades forman parte de una candidatura conjunta presentada por 33 entidades en la convocatoria 2021 del programa “Experiencias Turismo España”, cuyas bases reguladoras fueron establecidas en la Orden ICT/1524/2021, de 30 de diciembre (BOE 11/01/2022) y modificadas por la Orden ICT/182/2022, de 10 de marzo (BOE 15/03/2022), la Orden ICT/293/2022, de 31 de marzo (BOE 08/04/2022) y la Orden ICT/1244/2022, de 13 de diciembre (BOE 17/12/2022)
- 2) Que el proyecto presentado se denomina “Experiencias Enoturísticas de España: Observatorio, experiencias innovadoras, economía circular y venta omnicanal de experiencias singulares”.
- 3) Que el proyecto tiene como uno de sus objetivos fundamentales lograr cierto grado de homogenización en el nivel de servicio de las rutas y en la calidad de la oferta de experiencias ofrecidas por cada una de ellas,

permitiendo desarrollar nuevas experiencias innovadoras, diferenciadas, sostenibles y estructuradas que agrupen actividades desarrolladas por varios agentes y empresas del territorio, permitiendo incluso integrar actividades en varias rutas en circuitos de mayor duración.

- 4) Que el 13 de abril de 2022, las entidades firmantes suscribieron un acuerdo de colaboración para constituir una agrupación de entidades sin personalidad jurídica, con el objetivo de ejecutar de forma conjunta el proyecto.
- 5) Que el 26 de mayo de 2023 fue notificada la resolución definitiva de concesión de ayuda, dotada con un presupuesto total de 1.757.647 euros.
- 6) Que el plazo de ejecución del proyecto es de 18 meses a contar desde la fecha de concesión definitiva de la ayuda.
- 7) Que el pilar 4 del proyecto, denominado “Comunicación y comercialización”, tiene como objetivo dotar a ACEVIN, a los organismos coordinadores de cada una de las Rutas del Vino de España y a las empresas asociadas a estas Rutas de canales de comunicación que permitan informar y persuadir a clientes potenciales sobre la oferta de experiencias enoturísticas disponibles en las Rutas del Vino de España mediante un modelo omnicanal.

35

## **ACUERDAN**

Suscribir el presente acuerdo interno para la contratación de un servicio de elaboración de un plan de marketing digital para ACEVIN y las Rutas del Vino de España en el marco del proyecto “Experiencias Enoturísticas de España”, financiado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia y por la Union Europea – NextGenerationEU.

Las entidades firmantes acuerdan contratar conjuntamente el mencionado servicio y delegan la responsabilidad de llevar a cabo la contratación en ACEVIN.

## CLÁUSULAS

### Primera. Necesidad de contratación

A través de este servicio se contratará la elaboración de un plan de marketing digital para ACEVIN y las Rutas del Vino de España. Los trabajos se centrarán en el ámbito digital (si bien pueden contener algún elemento de marketing tradicional) y deberán ser congruentes y coherentes con la estrategia de marketing de ACEVIN, con el objetivo de reforzar y difundir la marca y los valores del enoturismo y la cultura del vino en España. Se busca incrementar el tráfico y la calidad de las interacciones digitales con las personas usuarias, lo cual redundará en turistas más satisfechos y un incremento de la facturación y la rentabilidad.

Concretamente, en esta actuación están implicadas las siguientes Rutas del Vino:

- Ruta del Vino Arlanza
- Ruta del Vino Arribes
- Ruta del Vino Cigales
- Ruta del Vino de Alicante
- Ruta del Vino de Bullas
- Ruta del Vino de Campo de Cariñena
- Ruta del Vino de El Bierzo
- Ruta del Vino de Jumilla
- Ruta del Vino de La Garnacha
- Ruta del Vino de La Mancha
- Ruta del Vino de Navarra
- Ruta del Vino de Rioja Alta
- Ruta del Vino de Ronda y Málaga
- Ruta del Vino de Rueda
- Ruta del Vino de Toro
- Ruta del Vino de Yecla
- Ruta del Vino de Zamora
- Ruta del Vino La Manchuela

- Ruta del Vino Montilla – Moriles
- Ruta del Vino Penedés
- Ruta del Vino Rías Baixas
- Ruta del Vino Ribera del Duero
- Ruta del Vino Rioja Alavesa
- Ruta del Vino Rioja Oriental
- Ruta del Vino Sierra de Francia
- Ruta del Vino Somontano
- Ruta del Vino Utiel – Requena
- Ruta del Vino y el Brandy Marco de Jerez

La necesidad de contratación reside en el hecho de que los servicios necesarios para la correcta ejecución de los trabajos no se encuentran entre las actividades habituales o cotidianas de las entidades beneficiarias del proyecto que suscriben el presente acuerdo.

#### Segunda. Objeto a contratar

37

La empresa adjudicataria deberá abordar los siguientes trabajos:

- 1) Análisis y diagnóstico de las estrategias de comunicación y promoción actuales de ACEVIN y las Rutas del Vino de España

Se realizará un diagnóstico estratégico de marketing, a través de un **análisis DAFO** que permita identificar las principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que se presentan para ACEVIN y las Rutas del Vino de España en términos de comunicación y promoción. Para ello, será necesario que la adjudicataria realice una revisión y análisis de cada una de las plataformas de comunicación de ACEVIN. Asimismo, se analizarán las diferentes vías de promoción actual del Club de Producto Rutas del Vino de España, tanto a nivel nacional como internacional.

Se elaborará un informe con el análisis de la web de Rutas del Vino de España y los perfiles en redes sociales, que incluya la identificación de puntos de

mejora y la propuesta de medidas concretas de actuación. También se incluirá un breve análisis de la imagen y percepción actual de la marca Rutas del Vino de España.

Asimismo, se identificarán las diferentes tendencias de marketing online y offline en el sector turístico, haciendo especial atención al producto de enoturismo en los destinos de referencia.

A continuación, la adjudicataria realizará una reflexión de los aspectos críticos resultantes del DAFO, ya sean positivos o negativos, de tal forma que se puedan identificar los factores que permitan corregir las debilidades, afrontar las amenazas, mantener las fortalezas y explotar las oportunidades (**análisis CAME**).

## 2) Definición y análisis de públicos objetivo

La adjudicataria establecerá una interlocución con ACEVIN y con las gerencias de cada una de las 28 Rutas del Vino implicadas para delimitar diferentes perfiles o *buyer persona* sobre los que pivotará la estrategia de comunicación. En este sentido, será necesario definir **un mínimo de 8 *buyer persona***, con sus características sociodemográficas y de conducta, con el objetivo de facilitar la articulación de la estrategia dirigida al público final.

38

## 3) Definición de la identidad verbal de la marca Rutas del Vino de España.

Con el objetivo de establecer un **discurso de marca y valores**, la adjudicataria elaborará un *storytelling* general de Rutas del Vino de España, acorde con los valores que se quieren transmitir, ligado a los principales atractivos de nuestros territorios vitivinícolas, la singularidad de las Rutas del Vino, su cultura y valores. El argumento debe mostrarse experiencial, auténtico, sencillo y con carácter emocional. La construcción del relato escrito debe conectar con los diferentes públicos objetivo o *buyer persona* a los que se quiere llegar.

Se definirán los mensajes clave que servirán de base para la promoción y comunicación del Club de Producto Rutas del Vino de España. Se pueden establecer diferentes mensajes clave diferenciados para cada público objetivo. En este punto, la adjudicataria deberá establecer una interlocución y coordinación con la adjudicataria del servicio de creación de un banco de imágenes y material audiovisual para ACEVIN, financiado en el marco de este proyecto. Se pretende que los mensajes clave se vean reflejados, especialmente en el material audiovisual.

Será necesario determinar un **eslogan de marca**, por lo que se creará una frase publicitaria que defina la imagen de Rutas del Vino de España. Deberá ser original, breve, concisa y transmitir los valores de la marca. Se tendrá en cuenta la viabilidad de esta en el registro de Patentes y Marcas, y su posterior registro.

Los mensajes clave y el eslogan de marca serán entregados en idiomas español e inglés.

39

#### 4) Definición y conceptualización de un Plan de Marketing Digital para las Rutas del Vino de España.

El objetivo general de elaborar un Plan de Marketing de Rutas del Vino de España es reforzar el posicionamiento (principalmente online) de la marca Rutas del Vino de España y las Rutas del Vino integrantes como referencia nacional de enoturismo en España, así como seguir aumentando el número de visitantes a los diferentes territorios enoturísticos, tanto de origen nacional como internacional.

Los objetivos específicos son los siguientes:

- Aumentar la notoriedad y visibilidad de la marca Rutas del Vino de España en el entorno digital.
- Incrementar el tráfico hacia la página web de Rutas del Vino de España.

- Incrementar la audiencia en los perfiles y segmentos de demanda objetivo a través del entorno online.
- Complementar con estrategias de comunicación y promoción offline que ayuden a dar visibilidad a las Rutas de Vino de España.
- Mejorar la interacción y participación de los usuarios en las redes sociales.
- Establecer una estrategia y metodología de trabajo online.
- Seguir fomentando la desconcentración geográfica y diversificación temporal, ligados a la oferta de las Rutas del Vino y sus destinos, ofreciendo un turismo de calidad y sostenible.

Se diseñará la estrategia de Marketing Digital en base a los objetivos descritos anteriormente contemplando la elaboración de un Plan Operativo. La estrategia debe seguir el enfoque de *inbound* marketing, que busca atraer al potencial cliente con contenido útil, relevante y que pueda crear experiencias de valor para el usuario con el objetivo de conseguir *leads* y reconocimiento de la marca.

40

Será necesario la consideración de los siguientes puntos:

- Identificar los **objetivos de comunicación y promoción**, contemplando cuestiones relacionadas con el reconocimiento de marca, el incremento de la difusión y la fidelización de usuarios finales.
- Seleccionar **públicos objetivo** a los que dirigir la comunicación. En este sentido, además de los *buyer persona* delimitados en la fase anterior, se diseñarán acciones de comunicación específicas para la cadena de valor del enoturismo (empresas).
- Elaborar un **plan de comunicación y promoción** en base a las metas y públicos objetivo elegidos, de tal manera que se prioricen las temáticas, contenidos y herramientas a utilizar. Tendrá un horizonte temporal de 3 años.
- Diseñar un **plan de medios** que concrete los soportes, contenidos y diseños que plasmarán la estrategia de forma operativa. **La**

**adjudicataria deberá elaborar un cronograma detallado de los diferentes planes de acción a ejecutar en los 3 años mencionados en el anterior punto, así como proponer tres escenarios presupuestarios diferentes para su aplicación.** Las cantidades de cada uno de estos tres escenarios serán consensuadas por ACEVIN y las Rutas del Vino de España y serán comunicadas a la adjudicataria en la primera reunión de trabajo tras la adjudicación (nota: en ningún caso se contempla en el marco de este contrato la compra de espacios publicitarios, por lo que la aplicación de alguno de los escenarios presupuestarios definidos requeriría de otras fuentes de financiación por parte de ACEVIN y las Rutas del Vino de España).

La empresa adjudicataria deberá establecer una interlocución, a través de ACEVIN, con las empresas adjudicatarias de los restantes contratos formalizados por ACEVIN y las Rutas del Vino de España en el marco del proyecto Experiencias Enoturísticas de España, con el objetivo de coordinar y consensuar la hoja de ruta. Los mencionados contratos son los siguientes:

41

- Asistencia técnica para la creación de un Observatorio y Sistema de Inteligencia Enoturística.
- Servicio de consultoría de formación en experiencias enoturísticas.
- Servicio de análisis benchmarking e identificación de buenas prácticas en materia de economía circular.
- Servicio para el diseño, desarrollo y puesta en marcha de un portal de experiencias enoturísticas.
- Servicio de creación de un banco de imágenes y material audiovisual para la Asociación Ciudades del Vino de España.

#### Página web

La empresa adjudicataria analizará el portal web Rutas del Vino de España para:

- Definir una estrategia de posicionamiento **SEO** multilingüe para mejorar el posicionamiento orgánico en las páginas de resultados de búsqueda de Google. Se incidirá en el SEO On Page o factores internos y en el

SEO Off Page o factores externos. La adjudicataria deberá implementar un plan de acción con actuaciones específicas que permitan optimizar el posicionamiento de la página web.

- Plantear una estrategia de posicionamiento **SEM** que permita generar tráfico de calidad hacia la web Rutas del Vino de España. Se definirán los objetivos, se seleccionará el tipo de campaña y se propondrán keywords. En este caso, la adjudicataria no implementará actuaciones específicas ni ejecutará presupuesto en el marco del contrato.

### Redes Sociales

La adjudicataria diseñará e implementará un **Social Media Plan** que permita dinamizar y mantener las redes sociales de ACEVIN, dando a conocer su actividad diaria e interactuando con las personas usuarias. La hoja de ruta se basará en la estrategia digital definida e incluirá la definición de objetivos cuantitativos (seguidores, alcance, impresiones, engagement) y cualitativos, el plan de contenidos y acciones operativas, y los segmentos objetivo. Se incluyen:

- La planificación y gestión de los actuales perfiles de ACEVIN en Instagram, Facebook, X (Twitter) y Youtube
- Monitorización de publicaciones e interacción con las personas usuarias.
- Diseño e implementación de un plan de contenidos con objetivos y estrategias específicos para cada red social.
- Ejecución de acciones de dinamización para captar y fidelizar a la comunidad.
- Elaboración de informes de resultados con las principales métricas.
- Interlocución con las 28 Rutas del Vino implicadas para coordinar y complementar las estrategias de Community Management.

Asimismo, la adjudicataria planteará una estrategia de publicidad en redes sociales (Social ADS) que permita aumentar la visibilidad de marca e incrementar la comunidad. En base a un análisis previo, se definirán los objetivos, planes de acción, campañas y presupuesto. En este caso, la adjudicataria no implementará actuaciones específicas ni ejecutará

presupuesto en el marco del contrato, si bien el objetivo es dejar al menos una campaña diseñada.

### Estrategia para la campaña actual de ACEVIN #Iloveenoturismo.

La adjudicataria planteará y presupuestará una estrategia de marketing específica que tiene por objetivo fomentar y aumentar la participación de los usuarios en la campaña actual de #Iloveenoturismo, establecida como la encuesta de la demanda y que sirve de base para la elaboración del Informe anual del *Análisis de la demanda* de Rutas del Vino de España.

### Estrategia de publicidad programática

La adjudicataria planteará y presupuestará una estrategia de publicidad programática que contemple la compra automatizada de espacios publicitarios. En este caso, la adjudicataria no implementará actuaciones específicas ni ejecutará presupuesto en el marco del contrato, si bien el objetivo es dejar al menos una campaña diseñada y cuantificada para diversos escenarios de financiación.

43

### 5) Definición de un mecanismo de seguimiento y evaluación de resultados

La adjudicataria elaborará un **cuadro de mando** para el seguimiento de los principales indicadores del plan de marketing digital, contemplando mecanismos de medición para ACEVIN y las Rutas del Vino de España. Deberá incluir un análisis del rendimiento de las acciones recogidas en el plan de trabajo.

### 6) Creación de diseños y creatividades

El objeto del contrato incluye el diseño y elaboración del material gráfico necesario, debiendo disponer la adjudicataria de todos los derechos de autor de las piezas gráficas, musicales, audiovisuales y de todo tipo elaboradas, los cuales cederá a ACEVIN y las Rutas del Vino implicadas en el contrato.

La adjudicataria consensuará con ACEVIN el *storytelling* sobre el cual se basará la conceptualización creativa de las campañas y aportará un briefing en cuanto a mensaje, elementos gráficos, tono y estilo de comunicación. Las tareas incluirán:

- Diseño y creativities.
- Redacción, *copywriting* y adaptación a idiomas.
- Adaptaciones a formatos y soportes diferentes (web, piezas display, anuncios para redes sociales, newsletter, etc).

Tal y como se indica en la cláusula 17 del presente pliego, la empresa adjudicataria deberá cumplir con los compromisos en materia de comunicación, encabezamientos y logos que se contienen en el artículo 9 de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, por la que se configura el sistema de gestión del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

#### Tercera. Importe máximo del servicio

El importe máximo del servicio será de 28.025,00 euros (IVA no incluido).

#### Cuarta. Participantes en la contratación y porcentaje de pago

Las entidades participantes en la contratación y el porcentaje de pago que asumirá cada una de ellas, sobre el importe de adjudicación, son los siguientes:

- 1) ASOCIACIÓN DE CIUDADES DEL VINO (ACEVIN): 0,00%
- 2) RUTA DEL VINO ARLANZA: 3,57%
- 3) RUTA DEL VINO ARRIBES: 3,57%
- 4) RUTA DEL VINO CIGALES: 3,57%
- 5) RUTA DEL VINO DE ALICANTE: 3,57%
- 6) RUTA DEL VINO DE BULLAS: 3,57%
- 7) RUTA DEL VINO DE CAMPO DE CARIÑENA: 3,57%
- 8) RUTA DEL VINO DE EL BIERZO: 3,57%
- 9) RUTA DEL VINO DE JUMILLA: 3,57%
- 10) RUTA DEL VINO DE LA GARNACHA: 3,57%
- 11) RUTA DEL VINO DE LA MANCHA: 3,57%

- 12) RUTA DEL VINO DE NAVARRA: 3,57%
- 13) RUTA DEL VINO DE RIOJA ALTA: 3,57%
- 14) RUTA DEL VINO DE RONDA Y MÁLAGA: 3,57%
- 15) RUTA DEL VINO DE RUEDA: 3,57%
- 16) RUTA DEL VINO DE TORO: 3,57%
- 17) RUTA DEL VINO DE YECLA: 3,57%
- 18) RUTA DEL VINO DE ZAMORA: 3,57%
- 19) RUTA DEL VINO LA MANCHUELA: 3,57%
- 20) RUTA DEL VINO MONTILLA-MORILES: 3,57%
- 21) RUTA DEL VINO PENEDES: 3,57%
- 22) RUTA DEL VINO RÍAS BAIXAS: 3,57%
- 23) RUTA DEL VINO RIBERA DEL DUERO: 3,57%
- 24) RUTA DEL VINO RIOJA ALAVESA: 3,57%
- 25) RUTA DEL VINO RIOJA ORIENTAL: 3,57%
- 26) RUTA DEL VINO SIERRA DE FRANCIA: 3,57%
- 27) RUTA DEL VINO SOMONTANO: 3,57%
- 28) RUTA DEL VINO UTIEL-REQUENA: 3,57%
- 29) RUTA DEL VINO Y EL BRANDY MARCO DE JEREZ: 3,57%

45

#### Quinta. Responsable de la contratación

Las entidades firmantes acuerdan designar a ACEVIN como entidad coordinadora y responsable del contrato.

#### Sexta. Obligaciones del responsable de la contratación

- Formalizar el proceso de contratación objeto del presente acuerdo, incluyendo la valoración de las diferentes propuestas recibidas.
- Suscribir, en nombre de todos los firmantes, el contrato de servicios con la entidad que resulte adjudicataria, sin perjuicio de que lo estipulado en el pliego de contratación y el contenido de la oferta presentada por la adjudicataria tendrá carácter contractual.
- Actuar como interlocutor único entre las entidades que firman el presente acuerdo y la entidad que resulte adjudicataria.

- Supervisar y coordinar todas las tareas inherentes al contrato, para asegurar su correcta ejecución.
- Validar los diferentes entregables que emanen del objeto del contrato.
- Ejercer como responsable del tratamiento de datos personales en el marco del acuerdo.

#### Séptima. Obligaciones de las entidades firmantes del acuerdo

- Cumplir con toda la normativa legal que sea de aplicación en el marco del Programa “Experiencias Turismo España”.
- Cumplir con todas las obligaciones estipuladas en el acuerdo de agrupación.
- Informar al responsable de la contratación sobre cualquier evento o circunstancia que pueda afectar al correcto desarrollo de las tareas inherentes al contrato.
- Cumplir con las obligaciones de justificación relativas al presente contrato.
- Ejercer como encargadas del tratamiento de datos personales en el marco del acuerdo.
- Mantener absoluta confidencialidad y reserva sobre cualquier dato que pudiera conocer con ocasión del cumplimiento del contrato, especialmente los de carácter personal, que no podrá copiar ni utilizar con una finalidad distinta a la que figura en este documento, ni tampoco ceder a otros ni siquiera a efectos de conservación. Igualmente, este compromiso de confidencialidad se hace extensible a toda la documentación relacionada con el proceso de contratación (ofertas técnicas y/o documentación administrativa de las empresas licitadoras).

46

En prueba de conformidad con lo expresado en este acuerdo interno de contratación, se firma por las partes comparecientes, en número equivalente a las partes firmantes, en Alcázar de San Juan a 2 de enero de 2024.

|   |  |
|---|--|
| 1 Firmado por Dña ROSA MELCHOR QUIRALTE con DNI 06234161B en representación de ASOCIACIÓN DE CIUDADES DEL VINO (ACEVIN) con domicilio en MARQUÉS DE MUDELA 28, ALCAZAR DE SAN JUAN, 13600 CIUDAD REAL . |  |
| 2 Firmado por D. MIGUEL ÁNGEL ROJO LÓPEZ con DNI 13073351J en representación de RUTA DEL VINO ARLANZA con domicilio en CALLE AUDIENCIA Nº 6, 09340 LERMA (BURGOS).                                      |  |
| 3 Firmado por D. JULIÁN MARTÍN JIMÉNEZ con DNI 07815310W en representación de RUTA DEL VINO ARRIBES con domicilio en PLAZA MAYOR 1, VILLARINO DE LOS AIRES, 37160 SALAMANCA .                           |  |
| 4 Firmado por D. SERGIO GARCÍA FERRERO con DNI 71140800Y en representación de RUTA DEL VINO CIGALES con domicilio en PLAZA SANTO CRISTO S/N, CORCOS DEL VALLE, 47280 VALLADOLID .                       |  |
| 5 Firmado por Dña. MARIA JOSÉ MIÑANO GÓMEZ con DNI 48358067S en representación de RUTA DEL VINO DE ALICANTE con domicilio en CALLE MONJAS 6 – 2º PLANTA, 03002 ALICANTE/ALACANT, ALICANTE.              |  |
| 6 Firmado por Dña. FRANCISCA SÁNCHEZ LORENZO con DNI 48514890R en representación de RUTA DEL VINO DE BULLAS con domicilio en AVDA. DE MURCIA (MUSEO DEL VINO), 75, BULLAS, 30180, MURCIA .              |  |

|  |  |
|--|--|
| 7 Firmado por D. CARLOS BAGUENA BURILLO con DNI 17731747N en representación de RUTA DEL VINO DE CAMPO DE CARIÑENA con domicilio en AVENIDA RIBO LAHOZ 2, BAJO, CARIÑENA, 50400 ZARAGOZA .  |  |
| 8 Firmado por Dña. OLGA VERDE VIÉITEZ con DNI 78739327-T en representación de RUTA DEL VINO DE EL BIERZO con domicilio en CENTRO DE INTERPRETACION DE LA VID Y EL VINO, ESPACIO NATURAL LA CUESTA S/N, CAMPONARAYA, 24410 LEON . |  |
| 9 D. JOSÉ ARTURO CASTELLANOS CANALS con DNI 29074956N en representación de RUTA DEL VINO DE JUMILLA con domicilio en PLAZA DEL ROLLO, Nº 1, JUMILLA, 30520 MURCIA.   |  |
| 10 Firmado por Dña VIRGINA GÁLVEZ GIL con DNI 12778864H en representación de RUTA DEL VINO DE LA GARNACHA con domicilio en NUEVA 6, BORJA, 50540 ZARAGOZA.   |  |
| 13 Firmado por Dña. ROCÍO VALENTÍN GONZÁLEZ con DNI 70585315V en representación de RUTA DEL VINO DE LA MANCHA con domicilio en C/ SANTO DOMINGO S/N, ALCÁZAR DE SAN JUÁN, 13600 CIUDAD REAL.                                     |  |
| 12 Firmado por Dña. MARÍA ROSARIO DOMINGOS GARCÍA con DNI 09743837W en representación de RUTA DEL VINO DE NAVARRA con domicilio en CALLE LAS POZAS, 13 BAJO, OLITE-ERRIBERRI, 31390 NAVARRA .                                    |  |

|  |  |
|--|--|
| 13 Firmado por Dña BEGOÑA JIMÉNEZ DÍAZ con DNI 16566729J en representación de RUTA DEL VINO DE RIOJA ALTA con domicilio en C/ VÍCTOR CARDENAL 63, CENTRO SENSORIAL DEL VINO, SAN ASENSIO, 26340 LA RIOJA .                           |  |
| 14 Firmado por D. JOSÉ MARÍA LOSANTOS HERNANDO con DNI 13290296Z en representación de RUTA DEL VINO DE RONDA Y MÁLAGA con domicilio en CENTRO INTEGRAL DEL VINO DE LA SERRANÍA DE RONDA, C/ DOLORES IBARRURI 8, RONDA, 29400 MÁLAGA. |  |
| 15 Firmado por Dña. MARTA SANTANDER MARTÍNEZ BUJANDA con DNI 72725830Z en representación de RUTA DEL VINO DE RUEDA con domicilio en CENTRO CULTURAL ISABEL LA CATÓLICA – C/JUAN DE ÁLAMO 5-7, MEDINA DEL CAMPO, 47400 VALLADOLID .   |  |
| 16 Firmado por Dña. BEATRIZ FERNÁNDEZ PUJO con DNI 71133491B en representación de RUTA DEL VINO DE TORO con domicilio en CALLE CONCEPCIÓN, 3, TORO, 49800 ZAMORA.  |  |
| 17 Firmado por Dña MARIA AURORA PICÓ GÓMEZ con DNI 29071025Z en representación de RUTA DEL VINO DE YECLA con domicilio en PLAZA MAYOR, S/N, YECLA, 30510 MURCIA .  |  |
| 18 Firmado por D. RAMIRO MORÁN VICENTE con DNI 11953517A en representación de RUTA DEL VINO DE ZAMORA con domicilio en PLAZA MAYOR 1, VILLANUEVA DE CAMPEÁN, 49708, ZAMORA .   |  |

|   |  |
|---|--|
| 19 Firmado por D. DIOSDADO CUESTA ATIENZAR con DNI 05113287-L en representación de RUTA DEL VINO LA MANCHUELA con domicilio en CALLE MATADERO 7, FUENTEALBILLA, 02260, ALBACETE .                       |  |
| 20 Firmado por D. RAFAEL ÁNGEL LLAMAS SALAS con DNI 34019856G en representación de RUTA DEL VINO MONTILLA-MORILES con domicilio en C/PUERTA DEL AGUILAR, 10 (EDIFICIO SOLERA), MONTILLA, 14550 CÓRDOBA. |  |
| 21 Firmado por D. LLUÍS VALLS COMAS con DNI 07730851J en representación de RUTA DEL VINO PENEDES con domicilio en HERMENEGILD CLASCAR, 1-3, VILAFRANCA DEL PENEDES, 08720 BARCELONA .                   |  |
| 22 Firmado por D. JOSÉ SIMÓN FERRO con DNI 34872302R en representación de RUTA DEL VINO RÍAS BAIXAS con domicilio en PRAZA DA PEDREIRA Nº10 PAZO MUGARTEGUI, PONTEVEDRA 36002 PONTEVEDRA.               |  |
| 23 Firmado por D. MIGUEL ÁNGEL GAYUBO HERRERO con DNI 45420554Q en representación de RUTA DEL VINO RIBERA DEL DUERO con domicilio en PLAZA DEL TRIGO, NUM. 10, PLANTA 3, ARANDA DE DUERO, 09400 BURGOS. |  |
| 24 Firmado por Dña. ROSA ISABEL GARCÍA BLANCO con DNI 16262952C en representación de RUTA DEL VINO RIOJA ALAVESA con domicilio en MAYOR 68, LAGUARDIA, 01300 ÁLAVA.                                     |  |

|  |  |
|--|--|
| 25 Firmado por D. PEDRO ANTONIO MONTALVO ÍÑIGO con DNI 16554170N en representación de RUTA DEL VINO RIOJA ORIENTAL con domicilio en PLAZA ORENZANA, 6 – ENTREPLANTA DERECHA, ARNEDO, 26580 LA RIOJA.               |  |
| 26 Firmado por D. FRANCISCO JAVIER GARCÍA HIDALGO con DNI 07982427R en representación de RUTA DEL VINO SIERRA DE FRANCIA con domicilio en CALLE BARRIO NUEVO, 39, VILLANUEVA DEL CONDE, 37658 SALAMANCA .          |  |
| 27 Firmado por D. FERNANDO TORRES CHAVARRÍA con DNI 73200952W en representación de RUTA DEL VINO SOMONTANO con domicilio en COMPLEJO DE SAN JULIÁN, AVDA DE LA MERCED, 64, BARBASTRO, 22300 HUESCA.                |  |
| 28 Firmado por D. EDUARDO VIVES MARTÍNEZ con DNI 072623730M en representación de RUTA DEL VINO UTIEL-REQUENA con domicilio en CALLE CUESTA CARNICERÍAS 9, REQUENA, 46340 VALENCIA                                  |  |
| 29 Firmado por D. CÉSAR SALDAÑA SÁNCHEZ con DNI 31615858.N en representación de RUTA DEL VINO Y EL BRANDY MARCO DE JEREZ con domicilio en AVDA ALCALDE ALVARO DOMECCQ, NUM. 2, JEREZ DE LA FRONTERA, 11402 CÁDIZ . |  |

## Anexo 2: Modelo de declaración responsable de cumplimiento de los requisitos de capacidad y solvencia

D./D<sup>a</sup> \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_, en su propio nombre o en representación de \_\_\_\_\_, con NIF de la empresa \_\_\_\_\_, enterado/a de la licitación y de las condiciones, requisitos y obligaciones que se exigen para la adjudicación del contrato de servicio de ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA ACEVIN Y LAS RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA en el marco del proyecto “Experiencias Enoturísticas de España: Observatorio, experiencias innovadoras, economía circular y venta omnicanal de experiencias singulares”, financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU y el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, declara bajo su responsabilidad:

- Que el firmante ostenta la representación de la empresa que presenta la oferta.
- Que no se haya incurrido, ni el/ella, ni la empresa que representa, en ninguno de los supuestos legales de incapacidad ni incompatibilidad para contratar, en cumplimiento de lo dispuesto en el art. 71 de la LCSP
- Que la citada entidad se halla al corriente del cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes y, si las tiene, están garantizadas.
- Que la citada entidad incluye en su objeto social las tareas objeto del presente contrato”.
- Que dispone de los medios necesarios y de personal técnico suficiente y cualificado para garantizar el desarrollo de los trabajos de su propuesta.
- Que cumple con los requisitos de solvencia económica y financiera, así como con la solvencia técnica y profesional, exigidas de conformidad con las estipulaciones contenidas en el Pliego de Condiciones.
- Que se compromete a aportar los documentos acreditativos del cumplimiento de dichos requisitos en cualquier momento que así lo

solicite el órgano de contratación y en todo caso, en el supuesto de que la propuesta de adjudicación recaiga a favor del licitador arriba indicado.

Firma electrónica del representante legal.

## Anexo 3: Modelo de oferta económica

D./D<sup>a</sup> \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_, en su propio nombre o en representación de \_\_\_\_\_, con NIF de la empresa \_\_\_\_\_, enterado/a de la licitación y de las condiciones, requisitos y obligaciones que se exigen para la adjudicación del contrato de servicio de ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA ACEVIN Y LAS RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA en el marco del proyecto “Experiencias Enoturísticas de España: Observatorio, experiencias innovadoras, economía circular y venta omnicanal de experiencias singulares”, financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU y el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, se compromete a la ejecución del contrato conforme a la siguiente oferta económica (importe total ofertado):

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

54

La cláusula 7 del pliego de condiciones estipula que la facturación será prorrateada entre las Rutas del Vino firmantes del Acuerdo Interno de Contratación (Anexo 1 del pliego de condiciones), según los porcentajes de pago correspondientes a cada una de ellas, definidos en la cláusula Cuarta del mencionado Acuerdo, por lo que el desglose de la oferta económica es el siguiente:

- 1) RUTA DEL VINO ARLANZA: 3,57% del importe total ofertado
  - Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
  - IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

2) RUTA DEL VINO ARRIBES: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

3) RUTA DEL VINO CIGALES: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

55

4) RUTA DEL VINO DE ALICANTE: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

5) RUTA DEL VINO DE BULLAS: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

6) RUTA DEL VINO DE CAMPO DE CARIÑENA: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

7) RUTA DEL VINO DE EL BIERZO: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

8) RUTA DEL VINO DE JUMILLA: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

56

9) RUTA DEL VINO DE LA GARNACHA: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

10) RUTA DEL VINO DE LA MANCHA: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

11) RUTA DEL VINO DE NAVARRA: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

12) RUTA DEL VINO DE RIOJA ALTA: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

13) RUTA DEL VINO DE RONDA Y MÁLAGA: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

14) RUTA DEL VINO DE RUEDA: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

15) RUTA DEL VINO DE TORO: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

16) RUTA DEL VINO DE YECLA: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

17) RUTA DEL VINO DE ZAMORA: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

58

18) RUTA DEL VINO LA MANCHUELA: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

19) RUTA DEL VINO MONTILLA-MORILES: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

20) RUTA DEL VINO PENEDÈS: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

21) RUTA DEL VINO RÍAS BAIXAS: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

22) RUTA DEL VINO RIBERA DEL DUERO: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

59

23) RUTA DEL VINO RIOJA ALAVESA: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

24) RUTA DEL VINO RIOJA ORIENTAL: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

25) RUTA DEL VINO SIERRA DE FRANCIA: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

26) RUTA DEL VINO SOMONTANO: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

27) RUTA DEL VINO UTIEL-REQUENA: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

28) RUTA DEL VINO Y EL BRANDY MARCO DE JEREZ: 3,57% del importe total ofertado

- Precio sin IVA: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- IVA (21%): \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)
- Precio total IVA incluido: \_\_\_\_\_ euros (en letra y número)

Todo ello, con plena sujeción al pliego de condiciones que rige el contrato, cuyo contenido declara conocer y acepta plenamente. En la elaboración de esta oferta se han tenido en cuenta las obligaciones derivadas de las disposiciones

vigentes en materia de fiscalidad, protección del medio ambiente, protección del empleo, igualdad de género, condiciones de trabajo, prevención de riesgos laborales e inserción social de las personas con discapacidad.

Firma electrónica del representante legal.

- 1 Indicar si la oferta se realiza en nombre propio o de la empresa que representa.
- 2 Expresar claramente, escrita en letra y número, la cantidad de euros por la que se compromete el proponente a la ejecución del contrato.

## Anexo 4: Modelo de Declaración de Ausencia de Conflicto de Intereses (DACI)

**Programa:** Experiencias Turismo España

**Proyecto:** Experiencias Enoturísticas de España: Observatorio, experiencias innovadoras, economía circular y venta omnicanal de experiencias singulares

**Contrato:** Servicio de elaboración de un plan de marketing digital para ACEVIN y las Rutas del Vino de España en el marco del proyecto “Experiencias Enoturísticas de España”, financiado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia y por la Union Europea - NextGenerationEU

**Órgano convocante de contratación:** Asociación de Ciudades del Vino (ACEVIN)

El abajo firmante, Sr./Sra. [...], con DNI [...], en nombre propio/en su condición de [...] de [...] con NIF [...], y con poder suficiente según obra acreditado en el procedimiento de licitación al margen referenciado, mediante el presente documento,

62

### DECLARA

**Primero.** CONOCER plenamente los pliegos que rigen el contrato referenciado, así como la normativa que le resulta aplicable. Asimismo, CONOCER que el artículo 61.3 «Conflicto de intereses», del Reglamento (UE, Euratom) 2018/1046 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de julio (Reglamento financiero de la UE) establece que «existirá conflicto de intereses cuando el ejercicio imparcial y objetivo de las funciones se vea comprometido por razones familiares, afectivas, de afinidad política o nacional, de interés económico o por cualquier motivo directo o indirecto de interés personal.»

**Segundo.** QUE NI SU PERSONA, NI, EN SU CASO, LA PERSONA JURÍDICA A LA QUE REPRESENTA SE ENCUENTRA INCURSA en ninguna situación que pueda comprometer el cumplimiento de las obligaciones que le resultan exigibles por su participación en el procedimiento de licitación, ni que pudiera

comprometer el cumplimiento de sus obligaciones en caso de resultar adjudicatario en el expediente.

**Tercero.** QUE NI SU PERSONA, NI, EN SU CASO, LA PERSONA JURÍDICA A LA QUE REPRESENTA SE ENCUENTRA INCURSA en una situación de conflicto de interés conforme a lo definido en el artículo 61 del Reglamento Financiero de la UE que pueda dificultar o comprometer de ninguna manera el cumplimiento de las obligaciones referidas en el apartado anterior.

**Cuarto.** QUE LOS ADMINISTRADORES, REPRESENTANTES Y RESTO DE PERSONAS CON CAPACIDAD DE TOMA DE DECISIONES O CONTROL SOBRE [persona jurídica] no se encuentran en la situación de conflicto definida en el apartado Tercero.

**Quinto.** QUE SE COMPROMETE a poner en conocimiento del órgano responsable del expediente, sin dilación, cualquier situación de conflicto de intereses que dé o pudiera dar lugar a comprometer el cumplimiento de las obligaciones referidas.

**Sexto.** QUE HA SUMINISTRADO INFORMACIÓN EXACTA, VERAZ Y COMPLETA en el marco del presente expediente y CONOCE que la falsedad de la presente declaración y la información suministrada acarrearán las consecuencias contractuales, administrativas o judiciales que establezca la normativa de aplicación y la documentación de la licitación y subvención.

63

(Fecha y firma, nombre completo y DNI)