



Este documento se ha obtenido directamente del original que contenía la firma auténtica y, para evitar el acceso a datos personales protegidos, se ha ocultado el código que permitiría acceder al original.

## **PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS PARA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE GESTIÓN DE Y CREACION DE CONTENIDOS DE LA PÁGINA WEB DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE MADRID**

## ÍNDICE

### I. INTRODUCCIÓN

### II. OBJETO DEL CONTRATO

1. INTRODUCCIÓN
2. OBJETIVOS
3. ACTUACIONES A DESARROLLAR

3.1. Creación y Gestión de contenidos de la web

3.2. Versión Multilingüe

3.3. Posicionamiento Web SEO

3.4. Documentación e informes de planificación

### III. SEGUIMIENTO DEL CONTRATO

1. REUNIONES PERIODICAS
2. INFORMES MENSUALES
3. INFORMES FINALES

### IV. PERSONAL ADSCRITO AL CONTRATO

### V. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

### VI. PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS

### VII. CONFIDENCIALIDAD DE LOS TRABAJOS

## I. INTRODUCCIÓN

La Comunidad de Madrid tiene atribuida la competencia exclusiva en materia de turismo por el artículo 26.1.21 del Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid, aprobado por la Ley Orgánica 3/1983, de 25 de febrero, de Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid.

Entre las competencias que tiene atribuida la Dirección General de Turismo están, entre otras, las de coordinación, fomento y planificación del sector y de la actividad turística y la sostenibilidad; la elaboración de estrategias y planes que faciliten la creación y promoción de productos de alto valor añadido para el turismo, con capacidad desestacionalizadora, así como la promoción del sector turístico madrileño a nivel nacional e internacional.

Dentro de la estrategia de promoción de sus productos, destinos y recursos turísticos desarrollada por la Administración regional, el *marketing online* cobra una importancia creciente. Atender de manera especializada y con un alto nivel de competencia profesional la comunicación y promoción *on line* de la región es una necesidad que surge del nuevo modelo de búsqueda de los turistas y la necesidad de los diferentes destinos de posicionarse adecuadamente en este entorno digital.

Entre los objetivos de promoción turística a alcanzar, entre otros instrumentos a través del marketing digital se encuentra:

- Incremento de la **notoriedad de Madrid en los mercados turísticos** y **segmentación** de los contenidos de comunicación digital de manera adecuada a los diferentes mercados.
- **Atracción de nuevos turistas de alto valor** que contribuyan a la generación de mayores ingresos y empleo turístico de calidad.
- **Descentralización y desconcentración territorial** en la promoción turística y, por tanto, en la comunicación digital.
- **Diversificación motivacional**, incidir en la promoción de los **diversos productos** turísticos de la Región, mostrando la variedad de la oferta turística de la misma (Patrimonio Mundial en Madrid, Villas de Madrid, Turismo Cultural, Turismo Activo y de Naturaleza, Ciclamadrid, Enogastronomía, Turismo de Compras, Turismo Idiomático, Turismo familiar etc.) y búsqueda de propuestas que sean experiencias novedosas.
- **Diversificación temporal**, buscando la **desestacionalización**.

- **Captación del turista de calidad**, caracterizado no sólo por su elevado nivel de gasto, sino también por su carácter respetuoso con el destino. Se busca que la experiencia turística en Madrid enriquezca y prestigie al turista y a la marca turística de Madrid.

En este contexto, se hace precisa la contratación de los servicios que permita una adecuada gestión, creación, actualización y traducción de contenidos de la página web de promoción turística de la Comunidad de Madrid **www.turismomadrid.es**

Además, se considera necesario abordar la construcción de un servicio de Newsletter de calidad que logre fidelizar a los profesionales del sector turístico

## II.- OBJETO DEL CONTRATO

### 1.- INTRODUCCIÓN

El presente contrato tiene por objeto la contratación de servicios para la creación y la gestión de los contenidos de la web de promoción turística de la Comunidad de Madrid

La página web debe desempeñar un papel esencial como canal de comunicación directa con los usuarios. La finalidad última de la gestión de la web es mejorar la proyección turística de la Comunidad de Madrid en los diferentes mercados, mostrando una imagen actual y moderna de la región a través la presentación de su diversificada oferta, tanto por la variedad de sus diferentes productos turísticos, como por la variedad de sus distintas zonas geográficas. Todo ello conducente a promocionar a la Comunidad de Madrid como destino turístico de calidad.

La estrategia de contenidos se basará en la realización para cada mercado (nacional e internacional) de contenidos orientados a los intereses de los segmentos de turistas identificados, adaptándose a las nuevas tendencias que van surgiendo durante la ejecución del contrato.

Los contenidos elaborados por el contratista han de ser originales y de calidad han de adaptarse a los intereses de los distintos segmentos de usuarios identificados. Su estilo de redacción debe ser sencillo y directo, que permita la lectura ágil y entretenida, evitándose las frases complejas. No obstante, no ha de perderse nunca el carácter de comunicación institucional que poseen y, especialmente, nunca han de perder el carácter riguroso y veraz. Además, han de ser contrastados antes de su publicación y han de ser actualizados periódicamente, evitándose su obsolescencia.

Es importante que los contenidos incorporen un relato diferencial de Madrid, basado en la calidad de la experiencia, que inspiren el viaje y emocionen.

Los contenidos deberán tener en cuenta: la segmentación por perfiles, la fase en que se encuentre el eventual turista en relación con el destino (antes, durante, después), deberán responder a las diferentes motivaciones y tipologías de perfiles.

La empresa adjudicataria deberá elaborar:

- **Manual de Estilo**

- **Guía de Herramientas y soportes:** la empresa adjudicataria debe proponer una guía adecuada de herramientas a utilizar.

Esta documentación se ha de entregar en formato PDF en el plazo máximo de dos meses desde la formalización del contrato

## 2.- OBJETIVOS

Los objetivos genéricos que la D. G. de Turismo y Hostelería de la Comunidad de Madrid persigue son los siguientes:

- a. Ser un elemento de inspiración para el turista que está decidiendo acerca del destino de su viaje, llamando su atención, de manera que la página responda a las necesidades de cada tipología de turista.
- b. Ofrecer toda la información necesaria, útil y de calidad sobre los diferentes elementos del viaje: planificación, recursos turísticos, información práctica de destino.
- c. Fidelizar a los turistas que ya han visitado la Comunidad de Madrid o que tienen una especial vinculación con nuestra región
- d. Mejorar el posicionamiento de la página frente a las de otros destinos competidores
- e. Facilitar el seguimiento de eventos de ocio, turismo activo y de naturaleza, turismo de compras, gastronómico y turismo cultural

### 3.- ACTUACIONES A DESARROLLAR

Las actuaciones a desarrollar comprenden:

- a. *Creación y Gestión de contenidos de la web, incluyendo redacción mensual de newsletter a profesionales del sector turístico.*
- b. *Traducción automática y postedición de los contenidos de la web a los idiomas especificados.*
- c. Posicionamiento web natural (SEO) del portal en español y en el resto de idiomas que se especifican en el pliego.

#### 3.1 Creación y Gestión de contenidos de la web

Una página web de promoción turística de destino debe servir para inspirar el viaje, para informarse sobre el mismo y para facilitar su organización, así como para fidelizar turistas. Es esencial, por tanto, contar con contenidos permanentemente actualizados. Las acciones a realizar serán las siguientes:

- 1) Soporte en la actualización y mejora de los contenidos estáticos de la web
- 2) Soporte en la propuesta y actualización de contenidos dinámicos (agenda, destacado, experiencias y noticias).
- 3) Soporte en geolocalización de recursos turísticos.
- 4) Montaje de piezas audiovisuales para la home a partir de recursos aportados por la D.G. de Turismo o por terceros. Mínimo 4 piezas, de 30 segundos, durante vigencia del contrato
- 5) Aportación de fotografías, tanto de bancos de imágenes profesionales como de fotógrafo profesional. Referente a las fotografías de elaboración propia se entregarán los derechos de explotación (reproducción, comunicación pública, distribución y transformación) a la Dirección General de Turismo y Hostelería, con carácter indefinido y sin límite de medios en los que publicarse.
- 6) Diseño de banners, mapas digitales y creatividades varias
- 7) Actualización de enlaces y retirada de contenidos e imágenes obsoletos en toda la página web
- 8) Creación de Newsletter mensual a profesionales

La empresa adjudicataria llevará a cabo las siguientes actividades:

Actualizaciones mensuales de la home page en los siguientes aspectos cuando sea necesario, con un límite de 1 vez al día de lunes a viernes:

- La búsqueda y redacción de 7 noticias semanales de actualidad, agenda y planes e turismo, expresadas en castellano y en inglés americano. Los contenidos de la versión en castellano e inglés americano pueden no ser coincidentes, atendiendo a los contenidos de interés para cada público objetivo y a criterio de la Dirección General de Turismo y Hostelería
- Redacción de textos especiales y adicionales según las necesidades determinadas por la Dirección General de Turismo, hasta un máximo de 5 al mes (con carácter excepcional)
- Elaboración de noticias urgentes: entrega en 12 horas (con carácter excepcional).
- Actualización de enlaces y retirada de contenidos e imágenes obsoletas en toda la página web.

Las incidencias de diseño y gestión de la web que puedan solventarse mediante el perfil de usuario que tendrá el adjudicatario se deberá realizar en un plazo máximo de 24 horas

- Desarrollo de un servicio de Newsletter para público profesional (editado en español e inglés) Se trata de realizar una adaptación de los contenidos de promoción a los profesionales de todo el mundo - agencias de viajes de distinto carácter, líneas aéreas, turoperadores, prensa, profesionales con los que se relaciona la D. G. de Turismo y Hostelería con el fin de fidelidad su interés por la región de Madrid y mantenerles informados sobre las cuestiones de interés turístico de la región más relevantes.

La lista de suscripción será facilitada por la D. G de Turismo y Hostelería a través de las Bases de Datos con que cuenta al respecto. Se trata, por tanto, de un servicio de Newsletter distinto del destinado a público final, tanto por sus destinatarios, como por la selección de temas. La periodicidad de dichas Newsletter será mensual.

La selección de noticias será coordinada y supervisada por la unidad responsable de la D. G. de Turismo y Hostelería, para lo que se establecerá un calendario de propuesta de noticias por parte de la empresa contratista y de aprobación por parte de la D.G. de Turismo y Hostelería. En todo momento quedará garantizadas la Protección de Datos Personales y los derechos digitales de los usuarios de conformidad con la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, y demás normativa aplicable al respecto. Así como la posibilidad de cancelar la participación en la misma por los destinatarios.

Con respecto a los contenidos, el contratista creará o adaptará los contenidos que sean más apropiados, para conseguir los objetivos anteriormente expuestos y de acuerdo con los criterios e intereses estratégicos de la D. G. de Turismo y Hostelería de la Comunidad de Madrid, así como aquéllos que deban publicarse como consecuencia de los convenios y acuerdos firmados por ésta.

El objeto del servicio de newsletter comprende:

1. El diseño y creación de las plantillas en HTML y CSS en español e inglés para el ámbito profesional.
2. La traducción de los newsletter a inglés americano.
3. La protección de RGPD en los emails, creación de enlaces de baja y/o modificación de suscripción.
4. El envío del newsletter desde la herramienta más apropiada sugerida: Mailchimp o Campaign Monitor.
5. Reporting

### 3.2. VERSIÓN MULTILINGÜE

Incluye la posesición a partir de una traducción automática. Los textos de la web se traducirán utilizando un traductor automático y se corregirán/revisarán a través de un proceso posterior de posesición a los siguientes idiomas: inglés (americano), francés, alemán, italiano, portugués (Brasil), chino simplificado, coreano, japonés, ruso y árabe.

Las traducciones y revisiones se realizarán de acuerdo a la norma ISO 17100:2015 de servicios de traducción que garantiza que las traducciones se realicen por traductores profesionales.

### 3.3 POSICIONAMIENTO WEB SEO

El alcance y difusión de las webs está directamente vinculado con el posicionamiento en los buscadores, de manera especial con el líder en el sector, Google.es y Google.com. El diseño (peso de las imágenes, etiquetado de las imágenes, nombres de archive de las imágenes) y los contenidos de la página estarán siempre Optimizados para SEO para así lograr los mejores resultados de posicionamiento natural. Será obligación del contratista optimizar en todo momento el SEO de esta página web para idioma Español [www.turismomadrid.es](http://www.turismomadrid.es) e Inglés en los buscadores Google.es y Google.com para lo que realizará todas las acciones oportunas y presentará a la Dirección General de Turismo un Informe de Situación Inicial en los primeros quince días naturales de ejecución de este contrato respecto de los estándares de posicionamiento, informe que reiterará al fin de cada mes.

El contratista debe elaborar también en los primeros quince días naturales de vigencia de este contrato una auditoría seo onsite + consultoría seo onpage de la página Home y todas las páginas internas del site. Se debe realizar un estudio de Palabras Clave (Keyword Research): Análisis e investigación de los términos clave más beneficiosos, para captar el mayor tráfico cualificado y óptimo para el portal. Éste debe ser validado por la Comunidad de Madrid (Dirección General de Turismo y Hostelería).

Se realizarán todas las acciones necesarias para que los buscadores tomen la página web en consideración por las palabras clave seleccionadas en el Keyword Research y por tanto se realizará una estrategia de SEO Offpage (Linkbuilding) mediante la creación de links externos que apunten al sitio web, de calidad y de la misma temática de forma natural. Se realizará progresivamente para no correr el riesgo de penalizar el sitio web por spamming o un crecimiento de enlaces entrantes incoherente.

Los indicadores de posicionamiento deberán ser acordados entre el contratista y la D. G. de Turismo y Hostelería. Ésta podrá proponer la realización de acciones y modificaciones que contribuyan a la mejora del posicionamiento, que deberán ser ejecutadas por el contratista.

### 3.4 DOCUMENTACIÓN E INFORMES DE PLANIFICACIÓN

La documentación generada durante la ejecución del contrato es propiedad exclusiva de la Comunidad de Madrid (Dirección General de Turismo y Hostelería), sin que la empresa adjudicataria pueda conservarla ni obtener copia de la misma o facilitarla a terceros, sin la expresa autorización de ésta. Se entregará una copia de la documentación señalada en el apartado 3.4.1 en español Asimismo, se entregará dicha documentación en el soporte digital que se acuerde para facilitar el tratamiento y reproducción de los mismos. La empresa adjudicataria deberá suministrar a la Comunidad de Madrid (Dirección General de Turismo y Hostelería) las nuevas versiones de la documentación que se vayan produciendo. También se entregarán, en su caso, los documentos sobre los que se ha basado el desarrollo, en idéntico soporte a los anteriores. Entre esta documentación se incluirá, como mínimo:

**Planificación mensual:** El contratista bajo coordinación del representante que designe la Comunidad de Madrid (Dirección General de Turismo y Hostelería), será responsable del seguimiento y dinamización de los diferentes servicios de la página. Todos los contenidos que se vayan a incluir en la página, deberán contar con la aprobación previa de la Comunidad de Madrid (Dirección General de Turismo y Hostelería), por lo que deberá presentarse un borrador en castellano de los mismos, teniendo como plazo máximo, 7 días antes de la finalización del mes anterior.

### 3.4.1 Documentación funcional.

3.4.1.1 **Informes mensuales** que se entregarán 7 días antes de fin del mes natural y que deberá contener un plan de noticias a publicar clasificado por semanas, que incluya noticias de actualidad, planes de turismo y eventos destacados de agenda y posibles mejoras de contenidos a aplicar en la web (.actualizaciones de enlaces y retirada de contenidos e imágenes obsoletas).

3.4.1.2 **Informe de análisis de las estadísticas de uso de la web:** Informes específicos a solicitud de la D. G. de Turismo y Hostelería cuyo contenido se determinará por esta y el adjudicatario. Realización de proyecciones, comparaciones, ratios, etc

### 3.4.1.3 Informes de posicionamiento de la web en buscadores:

- Informe inicial de posicionamiento web SEO.
- Informes mensuales de posicionamiento web SEO

## III.SEGUIMIENTO DEL CONTRATO

El carácter social del entorno al que se refiere el presente contrato hace necesario que se establezca un control por parte de la D. G. de Turismo y Hostelería de la Comunidad de Madrid sobre la actividad que la empresa vaya a desarrollar en la web de promoción turística. La reputación online es un factor importante y muy voluble, de tal manera que deben extremarse las precauciones para asegurar que los contenidos no perjudiquen dicha reputación.

Con carácter previo, la D. G. de Turismo y Hostelería informará a la empresa de la línea que deben llevar la gestión de la web de promoción y de la línea que deben llevar los contenidos. De esta manera se asegura el equilibrio entre la necesaria frescura que deben presentar los contenidos en un ámbito como este, sin que se perjudique en modo alguno la imagen de la Comunidad de Madrid.

Igualmente, la información previa por parte de la D. G. de Turismo y Hostelería, garantizará que la actividad en la web se ajusta a lo dispuesto a las líneas estratégicas de promoción turística de esa Dirección General. De la misma manera, la D. G. de Turismo y Hostelería, como administradora de las herramientas indicadas, puede en todo momento hacer el

seguimiento, controlando y modificando los contenidos editados, de manera que, ante cualquier inconveniencia, la capacidad de reacción sea inmediata.

## 1. REUNIONES PERIÓDICAS

Para un adecuado seguimiento del grado de cumplimiento de los objetivos que se marquen al adjudicatario, se celebrarán reuniones periódicas de seguimiento (con periodicidad mínima mensual) de la actividad del mismo. A estas reuniones asistirán, como mínimo, por parte del adjudicatario, el Director de Cuenta, el Responsable SEO; por parte de la D. G. de Turismo y Hostelería, el responsable que se estime pertinente.

### INFORMES MENSUALES

El adjudicatario deberá presentar, con carácter mensual, 7 días antes de la finalización del mes posterior al objeto de análisis un informe en formato PDF.

**1) Progresos en la gestión de la web, el posicionamiento SEO,** la programación de contenidos y estadísticos. El apartado sobre posicionamiento SEO debe constar al menos de:

1. Análisis de Keywords en Google.es y .com
2. Estadísticas de tráfico y posicionamiento en Google
3. Resumen de acciones SEO y conclusiones.

**2) Progresos y análisis de los resultados del envío de los newsletter**

Relación de todos los envíos realizados en el periodo por el adjudicatario, incluyendo la fecha de envío de los newsletter y análisis de apertura, interacción, clic en enlaces, etc. La actividad de control y evaluación, así como la recepción de los informes se llevará a cabo por la Dirección General de Turismo y Hostelería.

### INFORMES FINALES

Al menos con diez días de antelación a la finalización del contrato, el adjudicatario deberá presentar un informe final, en formato PDF que servirá de base a la Recepción del mismo y que incluirá lo siguiente

**a) En cuanto a la web, el posicionamiento SEO, la programación de contenidos:**

Relación de todos los contenidos publicados por el adjudicatario incluyendo la fecha de publicación en web y el enlace a cada uno de ellos, para poder comprobar su correcta publicación. Se deberá especificar cuáles han sido de nueva creación y el coste de cada uno de ellos que se ha imputado como de Actuaciones de Producción.

En su caso, relación de mejoras realizadas a la aplicación de gestión de contenidos, con breve descripción del alcance de las mismas y enlace a la misma para su adecuada comprobación.

Relación de manuales de uso, guías de estilo y protocolos de actuación generados y enlaces de descarga de las versiones más actualizadas.

WEB: Web lista con la última versión del CMS en idioma español y en inglés americano, funcionando correctamente y con todos los contenidos actualizados.

SEO: Relación de los informes mensuales de actividad y resultados presentados, así como de los informes de evaluación presentados y, si procediera, de los eventuales informes de reorientación de la estrategia presentados, adjuntando copia de los mismos.

La actividad de control y evaluación, así como la recepción de los informes se llevará a cabo por Dirección General de Turismo y Hostelería

**b) En cuanto al servicio de newsletter:**

Relación de todos los envíos realizados por el adjudicatario incluyendo la fecha de envío de los newsletter y análisis de apertura, interacción, clic en enlaces, etc. La actividad de control y evaluación así como la recepción de los informes se llevará a cabo por la Dirección General de Turismo y Hostelería.

#### **IV. PERSONAL ADSCRITO A LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO**

El contratista deberá disponer de los recursos técnicos y humanos necesarios para llevar a cabo la prestación del servicio, que en ningún caso tendrá relación laboral con la Comunidad de Madrid

El contratista adscribirá al proyecto un equipo cuya composición mínima será:

- 1 Director de cuenta (o equivalente) que deberá contar con al menos 5 años de experiencia como director de cuenta porque será el interlocutor entre la empresa y D. G. de Turismo y Hostelería de la Comunidad de Madrid y le corresponde la coordinación y dirección de todos los trabajos y del conjunto de la Estrategia. Le corresponde asimismo permitir que el organismo conozca en todo momento el seguimiento del contrato y su programación, pudiendo este dictar cuantas disposiciones considere oportunas para el estricto cumplimiento de lo convenido.
- 1 Diseñador gráfico senior (o equivalente) que debe de contar con al menos, 5 años de experiencia en diseñar páginas web.
- 1 Programador web senior (o equivalente) que debe de contar con al menos, 5 años de experiencia en programar páginas web en Joomla y Droopal. Además, deberá acreditar experiencia en frames progresivos de Java Script (React, Angular y Vue) y experiencia en migración de datos. Le corresponderá el ejercicio de funciones de consultoría y expertise tecnológica, supervisión y dirección de la web.
- 1 Periodista web senior (o equivalente) que debe de contar con al menos, 5 años de experiencia en redacción de noticias de la temática turismo en español e inglés americano.
- 1 Fotógrafo senior que debe de contar con al menos, 5 años de experiencia en la elaboración de material fotográfico redaccional publicitario de ámbito internacional.
- 1 Responsable SEO que debe de contar con al menos, 5 años de experiencia en posicionamiento de páginas web en español e inglés de la temática turismo.
- 1 profesional de comunicación audiovisual y diseño gráfico. Deberá contar con conocimientos técnicos a nivel superior de realización de audiovisuales y experiencia demostrable de mínimo 5 años en el manejo de equipos de producción y postproducción audiovisual.

## V. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

El plazo de duración del presente contrato será de 24 meses desde su formalización, siendo prorrogable por 24 meses más de conformidad con la normativa vigente

## VI. PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS

Todos los trabajos, incluidos en su caso, los estudios y documentos elaborados en ejecución del contrato, serán propiedad de la Comunidad de Madrid (Dirección General de Turismo y Hostelería), quien podrá reproducirlos, publicarlos y divulgarlos, total o parcialmente por tiempo indefinido sin nueva contraprestación, sin que pueda oponerse a ello el adjudicatario autor de los trabajos, cediendo igualmente todos los derechos de uso.

En el caso de las imágenes propias o adquiridas a bancos de imágenes con las que se alimente la página web y sus contenidos, deberán estar libres de derechos o ser estos cedidos a la Comunidad de Madrid, conforme a lo dispuesto en el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual. En todo caso, y en tanto en cuanto sea oportuno conforme a la legislación, se deberán incluir los créditos de autoría de las imágenes usadas. En caso de cualquier uso irregular de imágenes, la Comunidad de Madrid será exonerada por el adjudicatario del contrato de cualquier responsabilidad en materia de Propiedad Intelectual.

El adjudicatario no podrá hacer ningún uso o divulgación de los mismos, bien sea en forma total o parcial, directa o extractada, sin autorización expresa del órgano de contratación.

Los derechos sobre la explotación de la página web corresponden asimismo en exclusiva a la Comunidad de Madrid (Dirección General de Turismo y Hostelería).

La plataforma utilizada en el desarrollo del objeto de la presente contratación, todos los elementos técnicos, claves, códigos, etc., así como toda la documentación que se genere en el desarrollo, creación, y seguimiento del contrato o cualquier otra fase del proyecto, será entregado a la Comunidad de Madrid (Dirección General de Turismo y Hostelería), una vez finalizado el periodo de ejecución y, en todo caso, siempre que sea requerido por éste sin coste adicional. Si el contrato tiene por objeto el desarrollo y la puesta a disposición de productos protegidos por un derecho de propiedad intelectual o industrial, este será cedido

por el contratista a la Comunidad de Madrid (Dirección General de Turismo y Hostelería).

## VII. CONFIDENCIALIDAD DE LOS TRABAJOS

El adjudicatario adquiere el compromiso de custodia fiel y cuidado de la documentación que se le entrega y la información a que tuviese acceso por razón del mismo, no pudiendo aplicar o utilizar los datos obtenidos con fin distinto al que figura en los documentos contractuales, ni cederlo siquiera para su conservación a otras personas.

La empresa adjudicataria y el personal encargado de la realización de las tareas, guardarán secreto profesional sobre todas las informaciones, documentos y asuntos a los que tenga acceso o conocimiento durante la vigencia del contrato, así como del material que se genere de la ejecución del mismo, estando obligados a no hacer públicos o enajenar cuantos datos conozcan como consecuencia o con ocasión de su ejecución, incluso después de finalizar el plazo contractual. Queda prohibido expresamente que el adjudicatario y el personal encargado de la realización de los trabajos, reproduzcan por cualquier medio la documentación o informes que tengan que realizar como consecuencia de la prestación del servicio contratado, así como la cesión onerosa o gratuita, total o parcial a cualquier persona física o jurídica de la información y documentación obtenida durante la ejecución de los trabajos, bajo la responsabilidad a que hubiere lugar, exigible a través de las acciones adecuadas.

En Madrid, a fecha de firma  
LA SUBDIRECTORA GENERAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Firmado digitalmente por: TOLEDO MARTINEZ DE GALINSOGA CAROLINA  
Fecha: 2023.10.30 13:12

Fdo. Carolina Toledo Martínez de Galinsoga