

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES DEL CONTRACTE DE SERVEIS D'ASSESSORAMENT, PLANIFICACIÓ, NEGOCIACIÓ I INSERCIÓ D'ESPAIS PUBLICITARIS, CONTINGUTS I/O ACCIONS ESPECIALS EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ I EN ELS MITJANS PROPIS DE COMPANYIES AÈRIES I TOUR OPERADORS PER AL FOMENT I DIVULGACIÓ DE L'AEROPORT DE GIRONA I DE LA DESTINACIÓ COSTA BRAVA PIRINEU DE GIRONA.

Els plecs de clàusules administratives particulars i de prescripcions tècniques particulars que regulen aquesta licitació es poden consultar al Perfil del Contractant de la Diputació de Girona.

Índex de continguts

1. Antecedents
2. Objecte del contracte
3. Descripció dels serveis (Lot 1)
4. Descripció dels serveis (Lot 2)
5. Equip humà
6. Gestió del servei (ambdós lots)
7. Intermediació (ambdós lots)
8. Altres formes d'intermediació (ambdós lots)
9. Facturació i justificació (ambdós lots)

1. Antecedents

Que el turisme és una activitat d'alt valor estratègic per al desenvolupament de l'economia del territori i que l'Aeroport de Girona és una de les infraestructures clau per al sector turístic per l'accessibilitat que ofereix a una part important de la demanda.

Que el transport aeri esdevé una de les principals vies d'accés a la destinació així com una font per a la promoció i el desenvolupament turístic, especialment en territoris com el nostre que disposen d'aeroports regionals.

Que la Diputació de Girona, l'Agència Catalana de Turisme, Aeroports Públics de Catalunya, SLU, la Delegació Territorial del Govern de la Generalitat a Girona, la Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Girona, han subscrit un conveni, en data 14 de juny de 2023 amb l'objecte de regular les condicions de la col·laboració entre les parts per al desenvolupament de les accions per a l'establiment d'un nou model de governança per a l'Aeroport de Girona, així com la promoció turística i econòmica de Girona, de la Costa Brava, del Pirineu de Girona i de la seva zona d'influència.

Els plecs de clàusules administratives particulars i de prescripcions tècniques particulars que regulen aquesta licitació es poden consultar al Perfil del Contractant de la Diputació de Girona.

2. Objecte del contracte.

L'objecte d'aquest contracte consisteix en la prestació dels serveis d'assessorament, planificació, negociació i inserció d'espais publicitaris, continguts i/o accions especials en els mitjans de comunicació i en els mitjans propis de companyies aèries i tour operadors per al foment i la divulgació de l'aeroport de Girona i de la destinació Costa Brava Pirineu de Girona, serveis que queden especificats en els punts 2 i 3 d'aquest Plec de prescripcions tècniques particulars.

La licitació es divideix en 2 lots:



● **Lot 1.** Serveis de disseny de l'estratègia i pla de mitjans de la Diputació de Girona pel foment i divulgació de l'aeroport de Girona i de la destinació Costa Brava Pirineu de Girona, la planificació, la negociació de les tarifes i descomptes, la contractació dels espais publicitaris, i l'anàlisi i seguiment de les campanyes publicitàries.

● **Lot 2.** Serveis de disseny de l'estratègia i pla de mitjans/suports propis d'operadors turístics, d'aerolínies i agències de viatge online (OTAs); la planificació, la negociació de les tarifes i descomptes, la contractació dels espais publicitaris/suports, i l'anàlisi i seguiment de les campanyes publicitàries en mercats nacionals i internacionals (en endavant Co-màrqueting amb tour operadors).

Les empreses licitadores es podran presentar i adjudicar tots dos lots.

2.1. Definició d'objectius:

La Diputació de Girona té per objectius:

- Diversificar les companyies que operen a l'aeroport de Girona.
- Ampliar les rutes i el nombre de passatges de l'aeroport.
- Desestacionalitzar l'arribada de visitants més enllà dels mesos d'estiu.
- Promoure la presència de l'oferta turística de la destinació als canals de venda dels operadors turístics.
- Potenciar la venda i reserva de vols i paquets turístics de la destinació.
- Potenciar la presència d'oferta complementària més enllà del turisme de sol i platja.
- Donar a conèixer els valors i posicionar les dues marques Costa Brava i Pirineu de Girona, promocionant la seva complementarietat de les dues marques turístiques

3. Descripció dels serveis (Lot 1)

Els serveis a contractar són:

3.1. Assessorament estratègic:

Disseny de l'estratègia de mitjans basat en les anàlisis del *target group*, les audiències i comportaments d'aquest davant els mitjans/suports i l'entorn del mercat publicitari. La Diputació de Girona definirà en un brífing els objectius de cada campanya.

L'empresa adjudicatària haurà de presentar aquells estudis i anàlisis que siguin necessaris per a prendre decisions estratègiques i tàctiques, incloses en el procés de planificació i compra dels espais publicitaris, sobre:

- El mercat i el sector: competència, tendències actuals i futures, etc.
- Els mitjans i suports: nous players, formats i tecnologies, comparatives
- d'eficiència i rendibilitat, etc.

3.2. Planificació de mitjans:

L'empresa adjudicatària haurà de presentar un pla de mitjans per a cadascuna de les seves campanyes corresponent acompanyat de tots els aspectes tàctics i del mix de mitjans, assessorant en tot moment sobre la inversió més òptima per a assolir els objectius de cadascuna de les campanyes. Aquest pla de mitjans haurà de recollir la durada, distribució de les insercions, formats, cobertura i KPIs de mesura, en base al



mix de mitjans proposat, i haurà de ser presentat per l'adjudicatari en el termini d'un mes a partir de l'entrada en vigor del contracte.

Fruït de la conjuntura turística i econòmica global, aquest pla haurà de ser flexible per tal de poder adaptar les campanyes a les necessitats del moment. Cal tenir en compte que poden aparèixer campanyes no previstes que no estiguin contemplades en el brifing presentat per la Diputació Girona. En aquest cas, la Diputació de Girona presentaran a l'empresa adjudicatària un nou brifing on s'indicarà el pressupost assignat a aquesta campanya.

Aquest pla s'haurà de justificar mitjançant criteris qualitatius i quantitatius, així com mitjançant dades d'abastament estimades (audiència, cobertura i altres mètriques).

Aquesta recomanació haurà de justificar-se mitjançant criteris qualitatius i quantitatius, com les dades d'abastament estimades (audiència, cobertura, afinitat i altres mètriques) a través de les fonts d'estimació d'audiències, en cas de no tenir-ne, a través dels estudis propis o dels mateixos mitjans i suports.

Orientativament, els mitjans i canals objecte d'aquest contracte són:

- Publicacions en les seves edicions impreses i/o digitals. S'inclouen tant els mitjans generalistes, com els especialitzats en turisme. Es valoraran formats especials com a contingut o encartaments.
- Mitjans digitals. S'inclou display als principals buscadors i d'altres xarxes i suports, amb formats que van des dels banners als brand days, i amb aplicació de tecnologia programàtica i remarketing; SEM; video ads; social ads; mobile ads; publicitat nativa; email marketing; branded content; paid social; digital ambassadors; accions ad-hoc;... per complir amb els diferents objectius establerts: awareness, consideració, captació de leads, recurrència...
- Publicitat exterior. S'inclouen autobusos, circuits d'opis i mupis, campanyes a taxis, metro, FGC, tren, circuits de cartells,... amb formats convencionals i/o audiovisuals.
- Campanyes de televisió i ràdio. Es contemplen formats convencionals (spots) o falques, però també mencions, branded content, co-branded o desenvolupaments ad-hoc.
- Altres accions especials. Accions de transmèdia, innovació en mitjans, propostes que provenguin de l'empresa adjudicatària i d'altres suggerides per la Diputació de Girona en relació a les noves oportunitats que apareguin al mercat.

No obstant, el llistat anterior no és tancat ni definitiu.

3.3. Mediació en la negociació:

Mediació en les negociacions dels espais publicitaris, tant convencionals com especials, i d'inserció de contingut amb els responsables dels suports seleccionats per a les campanyes que dugui a terme la Diputació de Girona.

L'empresa adjudicatària haurà de negociar els millors preus/descomptes, estant al dia



dels preus de mercat. A l'oferta s'haurà de fer constar sempre la tarifa bruta o base del mitjà, la nova tarifa negociada per l'empresa licitant, l'import de la comissió de l'agència i l'import final (que haurà de sumar la tarifa negociada + comissió de l'agència).

El descompte mínim s'aplica sobre tots els formats possibles, sobre la tarifa vigent de cada suport. És un descompte net abans d'IVA, resultant després d'aplicar tots els descomptes i càrrecs, inclòs el servei d'agència.

3.4. Contractació dels espais:

L'empresa adjudicatària reservarà i contractarà els espais proposats als plans de cada campanya. També tramitarà les insercions publicitàries, l'assessorament en el disseny de formats d'anuncis i es responsabilitzarà de definir i comunicar les especificacions tècniques de les creativitats i de l'enviament de les mateixes entre el dissenyador de la Diputació de Girona i cada mitjà/suport.

3.5. Seguiment i control:

L'empresa adjudicatària portarà a terme el control i verificació de la correcta inserció dels espais contractats, comprovant la ubicació, la qualitat, els resultats i l'optimització de les campanyes de forma continuada, així com el compliment de les accions especials contractades. L'empresa adjudicatària haurà d'informar i actuar en cas d'incidència. L'empresa adjudicatària haurà d'especificar i justificar quins KPIs/indicadors utilitzarà per tal de determinar la desviació o la correcta evolució de la campanya, segons s'escaigui.

3.6. Tancament de campanya:

L'empresa adjudicatària, en finalitzar la campanya, haurà d'aportar una memòria de tancament de campanya que reculli el detall de les insercions tal com es van publicar, incloent-hi els possibles canvis produïts durant aquesta i les justificacions corresponents per tal de motivar els canvis eventuais (per incidència i per acció correctora) en relació amb la planificació aprovada. Aquest tancament haurà d'incloure un informe-valoració amb l'objectiu de treure conclusions aplicables a futures campanyes i possibles propostes de millora.

3.8. Tancament de campanya i anàlisi de resultats

L'empresa adjudicatària, en finalitzar l'any natural, haurà d'aportar una memòria de tancament per lot amb el desglossament de cada campanya realitzada durant tota la temporada i la valoració final dels resultats, aprenentatges i propostes de millora.

Durant l'any es realitzaran de forma periòdica reunions de de seguiment i de treball entre l'empresa adjudicatària i el personal responsable de la Diputació

4. Descripció dels serveis (Lot 2)

Els serveis a contractar són:

4.1. Assessorament tàctic i planificació:

Recomanació del mix de mitjans/suports propis d'aerolínies, turoperadors i agències de viatge online (OTAs): insercions publicitàries, contingut, accions especials,



esdeveniments, etc. Dimensionar les campanyes adreçades a turistes potencials, conjuntament amb la Diputació de Girona i segons objectius, destinació, *target group* i altres detalls definits en el brífing.

S'entenen per mitjans propis d'aerolínies, turoperadors i OTAs, tots els punts de contacte que els hi pertanyin: la web, les xarxes socials, el màrqueting directe, les publicacions, els espais a les aeronaus o als aeroports, etc.

Els plans de mitjans propis del sector podran anar complementats amb mitjans externs, col·laboradors d'aerolínies, turoperadors o OTAs. L'empresa adjudicatària també els valorarà, com a part de les planificacions i assessorarà la Diputació de Girona sobre aquests. Estimació de l'abastament de les campanyes a través de les fonts del mercat, les dades dels mateixos mitjans o les eines pròpies o del mercat.

4.2. Assessorament en la negociació:

L'empresa adjudicatària haurà de treballar conjuntament amb la Diputació de Girona per arribar a acords avantatjosos en termes de rendibilitat de la inversió i eficàcia dels punts de contacte, aportant els seus coneixements de les audiències / preus de mercat publicitari i la seva experiència en negociació.

L'empresa adjudicatària haurà de negociar els millors preus/descomptes, estant al dia dels preus de mercat. A l'oferta s'haurà de fer constar sempre la tarifa bruta o base del mitjà, la nova tarifa negociada per l'empresa licitant, l'import de la comissió de l'agència i l'import final (que haurà de sumar la tarifa negociada + comissió de l'agència).

El descompte mínim s'aplica sobre tots els formats possibles, sobre la tarifa vigent de cada suport. És un descompte net abans d'IVA, resultant després d'aplicar tots els descomptes i càrrecs, inclòs el servei d'agència.

4.3. Contractació dels espais:

L'empresa adjudicatària, prèvia aprovació de la Diputació de Girona, haurà de contractar els plans de mitjans de les campanyes, així com gestionar el lliurament del material necessari (especificacions tècniques i dates màximes).

4.4. Seguiment i control:

L'empresa adjudicatària portarà a terme el control i verificació de la correcta inserció dels espais contractats, comprovant la ubicació, la qualitat i els resultats de les campanyes de forma continuada, així com el compliment de les accions especials contractades. L'empresa adjudicatària haurà d'informar i actuar en cas d'incidència.

4.5. Tancament de campanya:

L'empresa adjudicatària, en finalitzar la campanya, haurà d'aportar una memòria de tancament de campanya que reculli el detall de les insercions tal com es van publicar, incloent-hi els possibles canvis produïts durant aquesta i les justificacions corresponents per tal de motivar els canvis eventuais (per incidència i per acció correctora) en relació amb la planificació aprovada. Aquest tancament haurà d'incloure un informe-valoració amb l'objectiu de treure conclusions aplicables a futures campanyes.



5. Equip humà

En quant a l'equip mínim de treball per a l'execució del present contracte en tots els lots, haurà d'estar format, com a mínim, per:

- Cap de projecte (director/a de comptes). Haurà de disposar d'un mínim de 3 anys d'experiència, dominar les estratègies online i offline i aportar solucions en les diferents especialitats digitals: branding, performance, social media, analytics. Es requereix cert coneixement del sector turístic.
- Un executiu /va de comptes i coordinador/a global de la campanya. Haurà de disposar d'un mínim de 3 anys d'experiència treballant en una agència de mitjans i dominar els canals online i offline. Es requereix que sigui una persona fixa assignada al compte amb certa sensibilitat envers el turisme.

Aquests dos perfils no poden ser assignats a la mateixa persona.

L'empresa adjudicatària haurà de disposar, durant tota l'execució del contracte, del personal necessari per desenvolupar l'objecte contractual, el qual ha d'acomplir amb les especificitats tècniques establertes en aquest plec.

La Diputació de Girona podrà requerir a l'empresa adjudicatària, en qualsevol moment de l'execució del contracte, perquè acrediti els requisits establerts en aquest apartat.

El Cap de Projecte serà el responsable i l'interlocutor davant de la Diputació de Girona. L'empresa adjudicatària, amb el termini màxim de dos dies hàbils a comptar des de l'endemà de la recepció del contracte, haurà de comunicar a la Diputació de Girona el nom i cognoms, telèfon i correu electrònic de la persona responsable.

Aquesta persona haurà de centralitzar les relacions entre l'empresa adjudicatària i la Diputació de Girona de forma que, entre d'altres coses, serà l'encarregada de gestionar totes les peticions de serveis demanats, així com de resoldre les incidències que puguin sorgir, a més de lliurar la informació que se li sol·liciti en relació al contracte i la seva execució. Aquesta persona haurà d'exercir les tasques de coordinació tècnica dels treballs, entre les quals es troben la distribució de les tasques a l'equip de treball assignat, vetllar per la qualitat dels treballs i la supervisió i organització de les mateixes.

Els canvis de les persones responsables del projecte hauran de ser comunicats immediatament a la Diputació de Girona.

6. Gestió del servei (ambdós lots)

La Diputació de Girona, com a Unitat Gestora, farà les peticions de les estratègies i/o les planificacions de les campanyes previstes per portar a terme. Aquestes peticions es faran preferentment mitjançant correu electrònic amb les dades necessàries o annexant brífings específics. L'empresa adjudicatària trametrà l'estratègia i/o planificació de mitjans requerides en la petició, preferentment via correu electrònic, en el termini general màxim de cinc dies a comptar des de la recepció del correu electrònic, tret dels casos en què s'especifiqui un termini més curt o ampli.

La Diputació de Girona, remetrà la conformitat de l'estratègia i/o planificació, si escau, amb les esmenes que es considerin convenientes. L'empresa adjudicatària contractarà els espais publicitaris o de contingut de la campanya aprovada, i gestionarà el lliurament del material necessari per a l'execució de les accions corresponents.



7. Intermediació (ambdós lots)

De conformitat amb les competències de la Diputació de Girona aquesta té, entre altres, donar suport a accions de foment del turisme, per tal de contribuir al dinamisme i al foment del desenvolupament econòmic i social de l'àmbit territorial que li és propi. Entre les tasques que li corresponen per donar desplegar les seves competències hi ha la de donar suport material i/o tècnic a les iniciatives i activitats d'entitats amb finalitats semblants en àmbits d'actuació més reduïts i procurar-ne la coordinació. És per això que la Diputació de Girona treballa conjuntament amb Patronats Municipals, Entitats Comarcals, Associacions Empresariales, Generalitat de Catalunya i agents del sector turístic de la demarcació, tant públics com privats. D'aquesta feina conjunta es poden derivar col·laboracions en l'àmbit de les campanyes publicitàries, en les quals la Diputació de Girona podrà contractar la inserció de publicitat o contingut a través de l'empresa adjudicatària del present procediment.

La gestió d'aquestes col·laboracions es portarà a terme per part de la Diputació de Girona i, en conseqüència, aquest serà qui definirà el pes que tindran els eventuais col·laboradors en forma de nombre d'insercions o de percentatge d'audiència sobre el total de la campanya i a qui l'adjudicatari del contracte emetrà la facturació, aplicant els preus nets màxims o descomptes mínims de l'oferta econòmica presentada en la present licitació.

8. Altres formes d'intermediació (ambdós lots)

La Diputació de Girona es reserva el dret de contractar els serveis objecte d'aquesta licitació amb els diferents mitjans, sense necessitat d'acudir a l'agència de mitjans que resulti adjudicatària en aquesta licitació i sense que aquesta contractació generi cap despesa en concepte de càrrec d'agència.

A efectes merament informatius es podria fer ús d'aquesta contractació excepcional en supòsits en què fos precis l'ús de mitjans molt especialitzats per sectors o que determinats mitjans formin part d'acords tancats relacionats amb esdeveniments turístics, culturals, esportius, festius, solidaris o d'altres tipus.

No obstant això, en el supòsit en què la contractació es tramiti mitjançant l'empresa adjudicatària de la present licitació, aquesta tindrà dret a percebre de la Diputació de Girona el càrrec d'agència especificat en l'oferta econòmica sobre l'import que resulti d'aquest acord excepcional.

Excepcionalment, la Diputació de Girona es reserva el dret de negociar directament un descompte amb un mitjà, que es justifiqui arrel d'una necessitat concreta de comunicació, així com per la contractació de supòsits en què sigui precis l'ús de mitjans molt especialitzats i específics. En aquest cas l'empresa adjudicatària realitzarà totes les gestions posteriors a la negociació i per tant, tindrà dret a percebre de la Diputació de Girona el càrrec d'agència especificat en l'oferta econòmica sobre l'import que resulti d'aquesta acord excepcional.

9. Facturació i justificació (ambdós lots)

Cada factura haurà d'anar acompanyada d'un document en format "Excel" que inclourà:

Capçalera:

-Referència de l'expedient i ordre de publicitat.



- Campanya.
- Data.
- Mitjà.

Desglossament:

- Suport i edició (si escau).
- Data d'inserció.
- Format.
- Modalitat de compra (C/GRP, descompte, CPM,...).
- Preu base (preu unitari o cost unitari segons tarifes vigents).
- Nombre d'insercions, impressions, etc.
- Import brut (preu base x nombre d'insercions).
- Descompte aplicat.
- Import net (resultat d'aplicar el descompte negociat).
- Càrrec d'agència
- Import net + càrrec d'agència.
- Descompte resultant (percentatge de la diferència entre l'import brut i l'import net + càrrec d'agència sobre l'import brut).

Totals:

- Import net total.
- Càrrec d'agència total.
- Import net + càrrec d'agència total.
- Import de l'IVA vigent aplicat.
- Import total IVA inclòs.

Documents justificatius: L'empresa adjudicatària també annexarà els justificants que tingui al seu abast, sigui per les fonts del mercat contractades o per les acreditacions pròpies dels mitjans, o dels servidors externs, com a comprovants de les insercions portades a terme en els diferents mitjans i suports. Aquests poden ser: *pdf* de les insercions impreses, certificat d'emissió en ràdio o televisió, informe de l'*adserver* i captures de pantalla en mitjans digitals o fotografia en *jpg* en el mitjà exterior.

10. Obligacions dels adjudicataris

10.1 Obligacions generals

1. Assignar un equip tècnic humà suficient amb la dedicació necessària per tal de garantir el bon desenvolupament de l'objecte del contracte segons els requeriments tècnics establerts, i que haurà de disposar de l'experiència específica mínima requerida.
2. L'adjudicatari haurà d'estar disponible per a reunions internes amb la Diputació de Girona en funció de les necessitats del projecte, així com amb els òrgans de govern del Patronat, en cas de que li sigui requerit.
3. En cas de que sigui requerit per la Diputació de Girona, l'adjudicatari s'encarregarà de realitzar les actes de les reunions amb la comissió de seguiment, que hauran de lliurar degudament signades pels responsables assistents. Caldrà lliurar tots aquests documents originals a la Diputació de Girona..
4. L'adjudicatari haurà de complir amb els terminis establerts en aquest plec, així com entregar el pla de mitjans per a cada un dels lots i les seves campanyes, la



memòria de tancament, així com tots els informes i documents requerits per la Diputació de Girona.

5. L'adjudicatària es farà càrrec de les despeses ordinàries de desplaçament, manutenció, allotjament i resta de despeses derivades de l'execució del contracte, sigui quina sigui la destinació, tant si és nacional com internacional.
6. El contractista també està obligat a complir les normes vigents en matèria fiscal, laboral, de Seguretat Social i de seguretat i higiene en el treball, restant el Patronat eximit de responsabilitat per qualsevol incompliment.
7. El termini màxim de pagament de l'adjudicatari a tercers derivats de l'execució d'aquest contracte, serà de 30 dies naturals un cop la Diputació li hagi abonat la corresponent factura per la prestació del servei. El no compliment d'aquesta obligació pot esdevenir en una infracció greu del contracte, amb la corresponent imposició d'una multa econòmica.

9.2. Regles especials respecte del personal de l'empresa contractista

1. Correspon exclusivament a l'empresa contractista la selecció del personal que, acreditant l'experiència exigida en els plecs, formarà part de l'equip de treball adscrit a l'execució del contracte, sense perjudici de la verificació per part de la Diputació de Girona del compliment d'aquells requisits.
2. L'empresa contractista procurarà que existeixi estabilitat en l'equip de treball, i que les variacions en la seva composició siguin puntuals i obeeixin a raons justificades, en ordre a no alterar el bon funcionament del servei, informant en tot moment a la Diputació de Girona.
3. En relació amb els treballadors destinats a l'execució d'aquest contracte, l'empresa contractista assumeix l'obligació d'exercir de manera real, efectiva i continua, el poder de direcció inherent a tot empresari. En particular, assumirà la negociació i el pagament dels salaris, la concessió de permisos, llicències i vacances, les substitucions dels treballadors en els casos de baixa o absència, les obligacions legals en matèria de Seguretat Social, inclòs l'abonament de cotitzacions i el pagament de prestacions, quan procedeixi, les obligacions legals en matèria de prevenció de riscos laborals, l'exercici de la potestat disciplinària, així com quants drets i obligacions es deriven de la relació contractual entre empleat i ocupador.
4. El Cap de projecte, que haurà d'estar integrat en la pròpia plantilla de l'empresa licitadora, tindrà, entre les seves obligacions, les següents tasques:
 - Actuar com a interlocutor de l'empresa contractista davant la Diputació de Girona, canalitzant, d'una banda, la comunicació entre aquella i el personal integrant de l'equip de treball adscrit al contracte i, d'una altra banda, de la Diputació de Girona, en tot el relatiu a les qüestions derivades de l'execució del contracte.
 - Distribuir el treball entre el personal encarregat de l'execució del contracte, i impartir a aquests treballadors les ordres i instruccions de treball que siguin necessàries en relació amb la prestació del servei contractat.
 - Supervisar el correcte compliment per part del personal integrant de l'equip de treball de les funcions que té encomanades, així com controlar l'assistència d'aquest personal al lloc de treball.
 - Organitzar el règim de vacances del personal adscrit a l'execució del contracte, havent de coordinar-se adequadament l'empresa contractista com la Diputació de Girona, per no alterar el bon funcionament del servei.
 - Informar a la Diputació de Girona sobre les variacions, ocasionals o permanents, en la composició de l'equip de treball adscrit a l'execució del contracte.

