

INFORME TÈCNIC JUSTIFICATIU PEL PROCEDIMENT NEGOCIAT PER RAONS TÈCNIQUES DEL CONTRACTE RELATIU ALS SERVEIS DE REDISSENY I EVOLUCIÓ DEL LOGOTIP I EL PROPI NOM DEL PARC ZOOLÒGIC DE BARCELONA DE SERVEIS MUNICIPALS, SA

I.- ANTECEDENTS

Context

El Zoo de Barcelona, ubicat en el Parc de la Ciutadella, és una institució pública que va obrir les seves portes el 1892. Des de llavors ha estat una espai d'aprenentatge per a famílies, grups escolars i investigadors que s'ha anat adaptant a mesura que canviava la societat, no només per la manera en què s'acullen els animals, sinó per la profunda metamorfosi en la filosofia de treball, la definició d'objectius comuns i estratègies i metodologies de treball en xarxa, l'establiment de criteris de màxim rigor amb relació al benestar animal, la divulgació de missatges conservacionistes i de coneixement que són transmesos als visitants. La permanent transformació dels zoos a favor de la conservació, la sortida a treballar a la natura (fora dels zoos) per pal·liar els problemes de pèrdua de la biodiversitat en origen i, en definitiva, la manifesta aportació dels zoos moderns a la protecció i conservació d'espècies i hàbitats, és un valor afortunadament creixent i molt reconegut en concret del zoo de Barcelona dins de l'entorn professional.

El Nou Model de Zoo

Durant l'any 2016 l'Ajuntament de Barcelona va encarregar a un grup de treball format per diferents representants de la ciutadania que debatessin sobre el tipus de zoo amb el qual se sentirien més identificats. A partir de les conclusions a les què van arribar, el Zoo de Barcelona ha estat treballant en un Nou Model de Zoo, aprovat per unanimitat al plenari municipal l'any 2019, que ha marcat el full de ruta amb el benestar animal com a element imprescindible a totes les actuacions.

Aquest nou model de Zoo es basa en tres eixos centrals:

- **L'educació i sensibilització** en el respecte de la biodiversitat del planeta.
- **L'impuls de la recerca** i dels projectes a la natura que millorin la seva situació.
- **La conservació de la fauna** autòctona, mediterrània i d'aquelles espècies del món que estiguin amenaçades o en perill d'extinció.

L'objectiu és que el Zoo de Barcelona esdevingui el punt de trobada principal per desenvolupar aquests tres eixos anteriors, que esdevingui la llar dels naturalistes de

Catalunya i, sobretot, que sigui un referent en educació ambiental perquè les futures generacions esdevinguin agents del canvi.

El nostre públic

El Zoo rep aproximadament 820.000 visitants anuals, majoritàriament famílies amb nens i nenes que el visiten de manera esporàdica, però també dels membres compromesos del Zoo Club (integrat majoritàriament per unes 25.000 famílies amb nens). Per l'Escola del Zoo hi passen al voltant de 15.000 persones l'any, entre escolars i participants en les activitats educatives que s'hi organitzen (de pagament i incloses en el preu de l'entrada), a més dels universitaris i dels estudiants de secundària que fan diferents treballs de recerca al Zoo.

La nostra missió i visió en l'actualitat

La missió del Zoo de Barcelona és intervenir activament en la conservació, la recerca científica i la divulgació de la biodiversitat del planeta i dels seus hàbitats naturals per contribuir a la conservació de la natura i a la lluita contra la degradació constant de la majoria d'hàbitats naturals, treballant en xarxa amb altres zoos, administracions, institucions i centres universitaris i científics; duent a terme diferents projectes de conservació i recerca tant a la natura com dins del recinte; i transmetent als visitants lliures, escolars o familiars, la importància del respecte a la natura per tal de preservar la biodiversitat.

La nostra visió és esdevenir una entitat de referència en educació ambiental i en l'àmbit de la conservació de la biodiversitat mundial (especialment en la Mediterrània), sota criteris de sostenibilitat i en un marc de relacions ètic i responsable.

Una nova proposta de valor

Hem retreballat la nostra proposta de valor i propòsit, que passa de posar el focus només en la tasca que fem, a posar-lo sobretot en l'impacte social que generem: **Volem preservar la biodiversitat del planeta generant experiències positives que impulsin accions de canvi en la societat.**

El Zoo del futur, és avui

Ja hem començat l'etapa de transformació del Zoo de Barcelona, per adaptar-lo físicament i conceptualment a aquest nou paradigma i a aquest nou propòsit. S'està treballant un nou pla mestre que comença a evolucionar el Zoo cap al que demana la societat actual i la situació de context en el que estem. D'aquesta manera, doncs,

també haurà d'evolucionar la pròpia identitat del Zoo (nom i logo), ja que serà la porta visible d'aquest nou model. Una identitat que ha de fer el canvi en el mateix sentit en que ho fa la pròpia institució.

II.- CONSIDERACIONS TÈCNIQUES

A la dècada dels 90 l'il·lustrador i dissenyador espanyol Javier Mariscal va conceptualitzar i dissenyar el logotip del Parc Zoològic de Barcelona:



El Zoo de Barcelona necessita evolucionar la seva identitat corporativa i ho farà dins del marc de la seva transformació global. Per aquest motiu, requereix els serveis de redisseny i evolució del logotip i el propi nom de l'entitat.

Amb l'objectiu d'avaluar com havia de ser aquest servei de redisseny i evolució del logotip i el propi nom de l'entitat es van realitzar diferents informes de percepció, tant interns com externs, que van evidenciar que ni les treballadores i els treballadors del Zoo ni la ciutadania volen perdre en la seva totalitat l'escènica de la imatge corporativa del Zoo, ja que el record dels temps passats són positius; no obstant, sí que en creuen necessària l'evolució per actualitzar-lo al context actual de la ciutat i del món en general.

Fruït d'aquesta evidència es va estudiar el projecte amb una visió tècnica i es va consensuar el següent: Encomanar aquest servei a un nou proveïdor pot comportar riscos a nivell de reputació i tècnic, ja que l'actual peça està molt ben valorada per qui la va fer i com la va fer en el seu moment. No volem perdre qualitat ni volem deslligar el logotip del *caché* de la persona que va crear-lo, l'il·lustrador i dissenyador Javier Mariscal. A més, el fet de treballar amb el mateix creador de l'original és la forma més segura de no perdre l'esperit inicial de la identitat del Zoo i, alhora, ens permetrà explicar aquesta transformació del Zoo de Barcelona cap a un nou model des d'un concepte d'evolució i no de canvi total.

III.- DURADA I IMPORT DEL CONTRACTE

Durada

La durada del contracte serà d'(1) any, iniciant-se l'1 de maig de 2024 i finalitzarà el 30 d'abril de 2025.

Import

L'import s'estableix en TRENTA-DOS MIL EUROS (32.000,00€) abans IVA.

IV- PROCEDIMENT DE CONTRACTACIÓ

De conformitat amb els punts anteriors, es considera necessari contractar per raons tècniques i d'exclusivament informe tècnic justificatiu pel procediment negociat per raons tècniques del contracte relatiu al servei de redisseny i evolució del logotip i el propi nom del Parc Zoològic de Barcelona de Serveis Municipals, SA a Fco. Javier Mariscal Errando.

D'acord amb l'article 168 a) 2º LCSP es pot acudir al procediment sense publicitat per adjudicar un contracte de serveis:

Quan les obres, subministrament o serveis només puguin ser encomanats a un empresari determinat per alguna de les següents raons: (...) que no existeixi competència per raons tècniques; o que procedeixi la protecció de drets exclusius, inclosos els drets de propietat intel·lectual i industrial. La no existència de competència per raons tècniques i la protecció de drets exclusius, inclosos els drets de propietat intel·lectual i industrial només s'aplicaran quan existeixi una alternativa o substitut raonable i quan l'absència de competència no sigui conseqüència d'una configuració restrictiva dels requisits i criteris per adjudicar el contracte.

V.- CONCLUSIONS

Per tot l'exposat, donant per reproduïts tots i cadascun dels arguments que integren el present informe, es proposa ELEVAR a l'Òrgan de contractació:

PRIMER.- INICIAR Procediment Negociat sense publicitat previst a la Llei 9/2017 del 8 de novembre de Contractes del Sector Públic, per tal d'adjudicar el contracte relatiu servei de redisseny i evolució del logotip i el propi nom del Parc Zoològic de Barcelona de Serveis Municipals, SA a **Fco. Javier Mariscal Errando** per un termini d'**UN (1) ANY**, amb data d'inici a 1 de maig de 2024, i un import de **TRENTA-DOS MIL EUROS (32.000,00€) abans IVA**.

SEGON.- ADJUDICAR mitjançant Procediment Negociat sense publicitat previst a la Llei 9/2017 del 8 de novembre de Contractes del Sector Públic, per tal d'adjudicar el contracte relatiu servei de redisseny i evolució del logotip i el propi nom del Parc Zoològic de Barcelona de Serveis Municipals, SA amb **Fco. Javier Mariscal Errando** per un termini

*d'UN (1) ANY, amb data d'inici a 1 de maig de 2024, i un import de **TRENTA-DOS MIL EUROS (32.000,00€) abans IVA.***

***TERCER.- REQUERIR** la documentació necessària a l'empresa adjudicatària per la formalització del present contracte, en particular, la constitució de la garantia definitiva per import del 5% d'adjudicació.*

***QUART.- FORMALITZAR** la present adjudicació amb el contracte corresponent.*

Barcelona,

Sr. Antoni Alarcon Puerto
Director Parc Zoològic de Barcelona
Barcelona de Serveis Municipals, SA