

Informe justificatiu de la celebració d'un contracte

Contracte: Contracte públic	Unitat promotora: Secretaria General
Tipus: Serveis	
Expedient: PTOP-2027-31	Procediment: restringit
	Criteris d'adjudicació: diversos
Títol: Contractació del servei de conceptualització, disseny i creació d'una nova marca per als serveis de transports públics de la Generalitat Catalunya i elaboració del seu manual.	

	Import base	IVA	Import total
Valor estimat del contracte (sense IVA)	278.400,00 €	58.464,00 €	336.864,00 €
Pressupost licitació	207.000,00 €	43.470,00 €	250.470,00 €
Termini d'execució	6 mesos a partir de l'1 de gener de 2027, o de la data de formalització del contracte si es produeix amb posterioritat a la data esmentada.		

Aquest contracte està subjecte a regulació harmonitzada.

1. Justificació de la necessitat de contractar

El Gabinet Tècnic, adscrit a la Secretaria General del Departament, té assignades, tal com estableix el Decret 155/2022, de 30 d'agost, d'estructuració del Departament de la Vicepresidència i de Polítiques Digitals i Territori i d'acord amb el Decret 293/2022, de 2 de novembre, de reestructuració del Departament de Territori, les competències en matèria de publicitat, informació i difusió, així com les competències d'impulsar i supervisar, en coordinació amb l'Oficina de Comunicació del Gabinet de la Consellera, les actuacions de difusió externa del Departament pels diferents mitjans, telemàtics o presencials, disponibles.

En l'exercici d'aquestes funcions, s'ha posat de manifest la necessitat de disposar d'un sistema de marca coherent i unificat que permeti identificar de manera clara i reconeixible el conjunt de serveis de transport públic impulsats per la Generalitat de Catalunya.

Actualment, el sistema de marques associades al transport públic presenta una elevada fragmentació i una manca de coherència global, fruit d'una evolució no homogènia al llarg del temps, que dificulta la seva comprensió per part de la ciutadania i no permet projectar una imatge unitària del transport públic com a servei essencial i estratègic de país.

Aquesta necessitat s'emmarca en un context de transformació del sistema de mobilitat de Catalunya, caracteritzat, entre d'altres factors, pel traspàs del servei de Rodalies, el futur canvi del marc concessional del transport interurbà per carretera, la implantació de la T-mobilitat a tot el territori i la incorporació de nous serveis i infraestructures de transport públic. Aquest escenari fa necessari reforçar la comunicació institucional i dotar el sistema de transport públic d'una identitat

comuna, clara i coherent, que faciliti la informació a la ciutadania i posi en valor l'acció de la Generalitat de Catalunya en aquest àmbit.

Els mitjans personals i materials del Gabinet Tècnic són insuficients per assumir internament la realització del servei objecte de la contractació, en els termes i condicions que es detallen en el plec de prescripcions tècniques. Per aquest motiu, el Gabinet Tècnic considera necessari, un cop valorada i desestimada la possibilitat d'assumir el servei amb els recursos humans i materials propis, contractar externament els serveis descrits en l'objecte.

2. Determinació del preu del contracte

a) Determinació del preu. Preu a tant alçat.

El sistema de determinació del preu és per preu a tant alçat, d'acord amb una estimació basada en els costos de les diferents prestacions identificades que integren l'objecte del contracte. Els preus unitaris estimats s'han obtingut a partir de preus de mercat i de les conclusions de l'estudi de marques de transport PTOP-2022-324.

Els preus màxims de licitació es troben detallats al següent quadre:

Prestació	Descripció	Preu (IVA exclòs)
Conceptualització, disseny i creació d'una nova marca per als serveis de transports públics de la Generalitat de Catalunya i elaboració del seu manual.	Conceptualització de l'estratègia de marca per construir una personalitat de marca rellevant. Creació del nom de la marca mare/paraigua (<i>naming</i>), comprovació (<i>disaster check</i>), registre i compra de dominis. Disseny d'identitat de la marca mare-paraigua. Disseny de l'ecosistema: creació i realització del manual d'identitat corporativa amb totes les eines visuals i narratives per assolir una implementació coherent multicanal. Audiobrànding: desenvolupament de la identitat auditiva de la marca (<i>sound brand</i>). Disseny del sistema de senyalística i la seva aplicació en entorns físics.	207.000,00 €

Als imports no s'hi inclouen les despeses de producció ni implementació de la senyalització.

b) Justificació del càlcul del pressupost de licitació

El pressupost base de licitació s'ha calculat com la suma dels preus corresponents a cadascuna de les prestacions necessàries per assolir els objectius del projecte, d'acord amb els preus de mercat.

D'acord amb totes les consideracions anteriors, hem arribat a la conclusió que el pressupost màxim de licitació és de **207.000,00 € IVA exclòs**.

3. Determinació del valor estimat del contracte (VEC) i del pressupost màxim de licitació

El valor estimat del contracte (VEC) s'ha obtingut a partir del pressupost base de licitació sense l'IVA.

El pressupost base de licitació és el següent:

Import IVA exclòs	Import IVA	Import total, IVA inclòs
207.000,00 €	43.470,00 €	250.470,00 €

D'acord amb l'article 101 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic (en endavant, LCSP), el valor estimat del contracte (VEC) es determina tenint en compte l'import total, sense IVA, incloent el pressupost base de licitació, les modificacions previstes i qualsevol altre import que s'hagi de satisfer als licitadors.

En aquest sentit, de conformitat amb l'article 101.2.b) de la LCSP, en el càlcul del valor estimat s'han d'incloure també les quanties previstes en concepte de pagaments als candidats o licitadors. Així mateix, d'acord amb l'article 183.4 de la LCSP, en procediments que inclouen premis o compensacions als participants, aquests imports s'han de tenir en compte en la determinació del valor estimat.

En aquest cas, d'acord amb allò previst per l'article 160.2 de la LCSP s'estableix una compensació de 6.000,00 euros, IVA exclòs, per a cadascun dels licitadors que, havent estat seleccionats en la fase 1, presentin oferta dins de termini en la fase 2 i no resultin adjudicataris del contracte, en els termes de la clàusula dissetena del PCAP i amb el règim de pagament i d'exclusió que s'hi estableix, atès que la seva participació en la licitació comporta el desenvolupament d'una part de l'objecte del contracte, consistent en l'obtenció d'una proposta de model de marca. L'import de la compensació s'ha determinat prenent com a referència els preus de mercat aplicables a aquest tipus de serveis creatius i l'experiència de l'òrgan de contractació en licitacions de característiques similars.

L'empresa que resulti adjudicatària del contracte no té dret, en cap cas, a aquesta compensació. Per tant, si el contracte s'adjudica, el nombre màxim de compensacions és de quatre, per un import màxim global de 24.000,00 euros. Únicament en els supòsits de desistiment del procediment, de decisió de no adjudicar o no subscriure el contracte amb posterioritat a l'obertura de les ofertes o de declaració de la licitació com a deserta —en els quals no hi ha empresa adjudicatària—, el nombre màxim de compensacions és de cinc, per un import màxim global de 30.000,00 euros. Atès que, d'acord amb l'article 101.2.b) de la LCSP, el valor estimat del contracte ha d'incloure l'import

màxim que l'òrgan de contractació pot arribar a satisfer als licitadors, s'hi incorpora la quantia de 30.000,00 euros, d'acord amb l'article 160.2 de la LCSP i la clàusula dissetena del PCAP.

Les possibles modificacions del contracte responen a la necessitat d'introduir ajustos o adaptacions en el desenvolupament del sistema de marca. Aquestes modificacions es troben especificades en l'apartat B.3 del quadre de característiques del Plec de clàusules administratives particulars. En qualsevol cas, la suma de les modificacions previstes dins del contracte no pot superar el 20% del preu inicial del contracte.

El valor estimat del contracte total és de 278.400,00 euros IVA exclòs. Per al càlcul del valor estimat es té en compte el pressupost de licitació, sense IVA, calculat de la manera esmentada anteriorment amb el modificat previst i els pagaments associats a la participació en la segona fase del procediment.

Així doncs, el valor estimat del contracte és:

Import pressupost licitació (sense IVA)	Modificat 20%	Pagaments als licitadors de la fase 2 (import màxim previst)	VEC total IVA exclòs
207.000,00 €	41.400,00 €	30.000,00 €	278.400,00 €

4. Justificació de la no divisió en lots

D'acord amb el que estableix l'article 99.3 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic (LCSP), es considera justificat no dividir el contracte en lots.

L'objecte del contracte consisteix en la conceptualització, definició i desenvolupament d'un sistema integral de marca per als serveis de transports públics de la Generalitat de Catalunya. Es tracta d'un únic projecte estratègic i creatiu, en què totes les prestacions que l'integren es troben estretament interrelacionades i han de respondre a un mateix concepte de marca.

La divisió en lots faria excessivament difícil la correcta execució del contracte des del punt de vista tècnic, atesa la necessitat de coordinar de manera permanent totes les prestacions que integren el sistema de marca i garantir-ne la coherència conceptual, funcional i gràfica. L'execució separada per diferents contractistes podria comprometre la coherència del sistema de marca i la qualitat del resultat final.

Per tot l'exposat, es conclou que la no divisió en lots resulta la solució més adequada per garantir la correcta execució del contracte, d'acord amb el que preveu l'article 99.3 de la LCSP.

5. Proposta d'utilització de procediment de contractació

Es proposa utilitzar el procediment restringit, d'acord amb els articles 160 a 165 de la Llei 9/2017, de contractes del sector públic (LCSP), atesa la naturalesa estratègica, creativa i altament especialitzada de l'objecte del contracte.

El projecte té per objecte la definició i disseny d'una nova marca per als transports públics de la Generalitat de Catalunya, així com les bases del seu sistema d'identitat i aplicació. Es tracta, per tant, d'un projecte amb una forta component conceptual i creativa, que requereix la participació d'empreses amb experiència específica en projectes de marca institucional i sistemes d'identitat corporativa d'alta complexitat.

Per a la valoració adequada de les propostes es considera necessari que, en la fase 2 d'oferta, les empreses presentin una primera conceptualització de la proposta de marca, que permeti valorar la qualitat de l'enfocament creatiu, la comprensió del repte estratègic i la coherència amb els objectius del projecte.

Aquesta conceptualització no constitueix un exercici merament orientatiu o fictici, sinó que forma part del desenvolupament real del projecte que posteriorment haurà de continuar i desenvolupar l'empresa adjudicatària.

Atesa la complexitat i la dedicació professional que requereix l'elaboració d'aquesta proposta conceptual inicial, es considera adequat limitar el nombre de licitadors que accedeixen a aquesta fase, mitjançant una fase prèvia de selecció basada en criteris objectius relacionats amb la solvència i experiència de les empreses.

Així mateix, amb l'objectiu de compensar el treball professional requerit en aquesta fase, es preveu una compensació econòmica per a les empreses que arribin a la segona fase i que finalment no resultin adjudicatàries, en els termes que s'estableixen en aquest plec.

Aquest procediment permet garantir, d'una banda, la concurrència i la transparència en la selecció de les empreses candidates, mitjançant una fase prèvia de selecció basada en criteris objectius, i de l'altra, la qualitat de les propostes presentades en la fase final del procediment, adequant el procés de contractació a les característiques específiques del servei a contractar. Així mateix, la compensació econòmica prevista per a les empreses que accedeixin a la segona fase i no resultin adjudicatàries contribueix a compensar parcialment l'esforç tècnic i creatiu que comporta l'elaboració de les propostes requerides i afavoreix la participació d'empreses especialitzades.

El procediment es desenvoluparà en dues fases diferenciades:

- **Fase 1. Fase de selecció:** en aquesta fase les empreses interessades han de presentar la seva sol·licitud de participació i la documentació requerida per demostrar la seva capacitat tècnica i econòmica. L'òrgan de contractació avaluarà les sol·licituds i seleccionarà fins a un màxim de 5 empreses.
- **Fase 2. Fase restringida: les empreses seleccionades en la fase anterior seran convidades a presentar les seves ofertes detallades.** L'òrgan de contractació avaluarà aquestes ofertes d'acord amb els criteris d'adjudicació establerts a l'apartat O.2 del quadre de característiques i adjudicarà el contracte al licitador que presenti la millor oferta relació qualitat – preu.

6. Fase 1: selecció de candidats – Sobre A

Aquesta fase és oberta a totes les empreses que es vulguin presentar a aquesta licitació.

Se seleccionaran els cinc (5) licitadors que compleixin els requisits de capacitat, solvència i adscripció de mitjans establerts en aquest plec i que obtinguin la millor puntuació en aplicació dels criteris de selecció següents, valorats fins a un màxim de 100 punts. La selecció de les cinc empreses millor puntuades no resta condicionada a l'assoliment de cap puntuació mínima.

Criteris de selecció	Punts
1. Experiència demostrada del sol·licitant en participar en projectes d'arquitectura de marca i sistemes d'identitat complexos (fins a 70 punts). S'atorgaran 5 punts per cada projecte acreditat que impliqui el disseny i desenvolupament d'una arquitectura de marca o d'un sistema d'identitat aplicable a múltiples marques, serveis o unitats organitzatives, fins a un màxim de 70 punts. Es considerarà projecte vàlid aquell que hagi inclòs, com a mínim: - Definició d'arquitectura de marca (estructura de marca mare, submarques o sistema jeràrquic). - Integració o harmonització de múltiples marques o serveis sota un sistema comú. - Desenvolupament d'un sistema d'identitat corporativa aplicable a diversos entorns o serveis. Fins a un màxim de 70 punts. Per acreditar cada projecte caldrà aportar contracte, factura o qualsevol altre document admissible en dret acreditant l'objecte del servei i l'import, per import igual o superior a 10.000 € (IVA exclòs). Alternativament, es podrà aportar certificat emès o signat pel client en què consti la feina realitzada, l'objecte del servei i el seu import.	70
2. Experiència demostrada del sol·licitant en participar en projectes de comunicació desenvolupats per al sector públic o entitats de complexitat institucional. S'atorgaran 5 punts per cada projecte acreditat desenvolupat per administracions públiques, empreses públiques o entitats de naturalesa institucional, fins a un màxim de 30 punts. Per acreditar cada projecte caldrà aportar contracte, factura o qualsevol altre document admissible en dret acreditant l'objecte del servei i l'import, per import igual o superior a 10.000 € (IVA exclòs). Alternativament, es podrà aportar certificat emès o signat pel client en què consti la feina realitzada, l'objecte del servei i el seu import.	30

En cas d'empat en la puntuació obtinguda en la fase 1 del procediment, passaran a la fase 2 les empreses candidates segons l'ordre de presentació de les sol·licituds de participació, fins a un màxim de 5 empreses seleccionades.

7. Fase 2: presentació i valoració de les propostes (sobres B i C)

D'acord amb l'article 145 de la LCSP la valoració de les propostes es farà mitjançant l'aplicació d'una pluralitat de criteris d'adjudicació. Aquests criteris s'articulen en diverses fases eliminatòries d'acord amb l'article 146.3 de la LCSP. Aquests criteris d'adjudicació són els següents:

A) Criteris sotmesos a judici de valor (sobre B)

Els criteris sotmesos a judici de valor es consideren fonamentals en aquest contracte ja que la qualitat tècnica, conceptual i creativa de l'adjudicatari és molt important. Es necessita poder valorar la creativitat i execució gràfica de la idea creativa per poder decidir si els possibles adjudicataris podran dur a terme l'objecte del contracte amb les millors condicions, independentment del preu ofert.

Aquesta fase consisteix en presentar una proposta tècnica, els continguts de la qual es detallen al brífing que es recull a l'annex 1 del PPT.

La proposta tècnica es puntuarà amb un **màxim de 45 punts** i es valoraran aspectes, tant conceptuals com formals i funcionals, que contribueixin a assegurar que la nova marca sigui clara, coherent, reconeixible i escalable, i que permeti ordenar i unificar l'ecosistema actual de marques i aplicacions associades al transport públic.

És per aquest motiu que les empreses licitadores han de presentar una proposta tècnica amb 35 pàgines com a màxim que, d'acord amb al punt 7 del brífing que consta a l'annex 1 del PPT haurà d'incloure els següents elements:

- Exposició i argumentari de la plataforma de marca (posicionament, valors, personalitat i proposta de valor).
- Proposta de nom de la marca i eslògan de marca (*naming* i *baseline*) amb justificació conceptual.
- Proposta d'arquitectura de marca i criteris generals d'harmonització amb marques, submarques i operadors existents.
 - Marca mare (fase 0).
 - Marca autobús (fase 0).
 - Serà una marca que englobarà tots els serveis d'autobusos interurbans de la Generalitat de Catalunya (Clic.cat, Connect, Exprés.cat i altres serveis interurbans que no tenen un nom propi com a servei).
 - Proposa de *naming* i de disseny.
 - Marca híbrida amb [Clic.cat](#) (fase 2).

- Proposta conceptual d'identitat visual corporativa (logotip i sistema gràfic) i criteris generals d'aplicació.

Els criteris de valoració de l'oferta tècnica s'han determinat en 5 criteris que permeten valorar tant els aspectes formals de la (qualitat del disseny, coherència i consistència del sistema de marca) com els aspectes conceptuals i funcionals (solidesa conceptual, adequació als objectius del projecte i sistema viabilitat funcional de la proposta), amb la finalitat d'identificar l'oferta que ofereixi la millor qualitat per al desenvolupament de l'objecte del contracte.

1. Criteri 1: Estratègia i concepte global de marca (plataforma + nom de marca (*naming*)), es valorarà la solidesa del plantejament estratègic i la qualitat conceptual de la marca mare-paraigua (plataforma de la marca i nom de la marca), així com el seu encaix amb la naturalesa de servei públic del sistema de transport i amb els objectius del projecte. Aquest criteri es valorarà amb un màxim de 15 punts.

Aquest criteri es basa en els requisits següents:

- Claredat estratègica: la plataforma defineix de manera sòlida el posicionament, els valors i la proposta de valor de la marca.
- Originalitat i adequació conceptual: la proposta és innovadora, no cau en tòpics ni idees ja recurrents i és adequada a la naturalesa institucional i de servei públic del projecte
- Qualitat del nom de marca i eslògan de marca (*naming* i *baseline*): proposta clara, memorable, coherent i correctament argumentada.
- Capacitat de la proposta per actuar com a marca mare i estructurar un sistema de marques escalable.

La puntuació esglaonada per aquest criteri es basa en la ponderació següent:

	Ponderació	Puntuació
Idea i concepte creatiu òptim: compleix els 4 requisits	100%	15 punts
Idea i concepte creatiu notable: compleix 3 dels 4 requisits	75%	11,25 punts
Idea i concepte creatiu correcte: compleix 2 dels 4 requisits	50%	7,5 punts
Idea i concepte creatiu amb algunes mancances: compleix 1 dels 4 requisits	25%	3,75 punts
Idea i concepte creatiu amb moltes mancances: no compleix aquests requisits	0%	0 punts

2. Criteri 2: Coherència global del sistema de marca, es valorarà el grau de coherència i integració del conjunt de propostes presentades (plataforma de marca, nom de marca (*naming*), arquitectura de marca i proposta conceptual d'identitat visual corporativa (logotip i sistema gràfic) així com els criteris generals d'aplicació), de manera que tots els elements responguin a un mateix concepte estratègic i construeixin un sistema de marca unitari, consistent i fàcilment reconeixible.

Aquest criteri es valorarà amb un màxim de 5 punts. La puntuació esglaonada per aquest criteri es basa en la ponderació següent:

	Ponderació	Puntuació
--	------------	-----------

Coherència òptima: tots els elements del sistema de marca responen de manera clara i consistent a un únic concepte estratègic; no es detecten contradiccions entre la plataforma de marca, el nom de marca (naming), l'arquitectura de marca, la proposta conceptual d'identitat visual corporativa (logotip i sistema gràfic) i els criteris generals d'aplicació.	100%	5 punts
Coherència notable: el sistema de marca és majoritàriament coherent, tot i que es detecten lleugeres incoherències o aspectes millorables en algun element secundari que no comprometen la comprensió global del conjunt	75%	3,75 punts
Coherència correcta: la proposta presenta una coherència general suficient, però incorpora incoherències entre diversos elements del sistema que debiliten la unitat global de la marca.	50%	2,5 punts
Coherència limitada: la proposta mostra una integració insuficient dels diferents elements, amb mancances clares de coherència que dificulten la percepció del sistema de marca com un conjunt unitari.	25%	1,25 punts
Manca de coherència: els diferents elements del sistema es presenten de manera desconnectada, sense una lògica comuna ni un concepte estratègic integrador reconeixible.	0%	0 punts

3. Criteri 3: Adequació de la proposta als objectius del projecte, es valorarà la capacitat de la proposta presentada per donar resposta de manera adequada, viable i sostenible a la complexitat real del sistema de transports públics de la Generalitat de Catalunya, així com la seva aplicabilitat en un entorn institucional, multicanal i amb múltiples actors implicats.

Aquest criteri té per objectiu avaluar si la proposta de marca, més enllà de la seva qualitat conceptual i formal, és funcionalment adequada per ordenar, gestionar i desplegar un sistema de marca de gran escala vinculat a un servei públic essencial. Aquest apartat es valorarà amb un màxim de 10 punts.

Aquest criteri es basa en els requisits següents:

- Adequació al context institucional i de servei públic: la proposta s'adapta al caràcter públic del sistema de transport i al rol institucional de l'Administració.
- Qualitat de la proposta d'arquitectura de marca per ordenar l'ecosistema de marques, submarques, serveis i operadors existents, així com la seva coherència amb el model d'implantació progressiva plantejat.
- Facilitat d'implantació i evolució del sistema de marca: la proposta és viable d'implantar de manera progressiva i permet la seva evolució futura sense perdre coherència.
- Claredat dels nivells de comunicació i relació amb la ciutadania: la proposta facilita una comunicació comprensible, accessible i ordenada amb la ciutadania en els diferents punts de contacte.
- Orientació a la gestió i aplicació en entorns multicanal: la proposta defineix uns criteris generals d'aplicació que permeten una futura implantació coherent del sistema en entorns digitals i físics.

La puntuació esglaonada per aquest criteri es basa en la ponderació següent:

	Ponderació	Puntuació
La proposta compleix tots requisits	100%	10 punts
La proposta compleix 4 dels 5 requisits	75%	7,5 punts
La proposta compleix 3 dels 5 requisits	50%	5 punts
La proposta compleix 2 dels 5 requisits	25%	2,5 punts
La proposta compleix menys de 2 requisits	0%	0 punts

4. Criteri 4: Disseny i qualitat formal del sistema d'identitat visual, es valorarà la qualitat formal de la proposta d'identitat visual corporativa, és a dir, el logotip, el sistema gràfic, la composició visual i els recursos gràfics proposats, així com la seva capacitat distintiva, llegibilitat i aplicabilitat d'acord amb els criteris generals d'aplicació proposats. Aquest apartat es valorarà amb un màxim de 10 punts.

Aquest criteri es basa en els requisits següents:

- El sistema gràfic aporta distinció i reforça el reconeixement de marca.
- La proposta presenta una qualitat formal elevada, amb un disseny coherent, equilibrat i visualment atractiu.
- Els recursos gràfics faciliten la comprensió, la identificació i la llegibilitat de la marca.
- Els criteris generals d'aplicació permeten una implementació clara i funcional del sistema d'identitat visual.

La puntuació esglaonada per aquest paràmetre anteriors es basa en la ponderació següent:

	Ponderació	Puntuació
Disseny i qualitat formal òptims: compleix els 4 requisits	100%	10 punts
Disseny i qualitat formal notables: compleix 3 dels 4 requisits	75%	7,5 punts
Disseny i qualitat formal correctes: compleix 2 dels 4 requisits	50%	5 punts
Disseny i qualitat formal amb algunes mancances: compleix 1 dels 4 requisits	25%	2,5 punts
Disseny i qualitat formal amb moltes mancances: no compleix aquests requisits	0%	0 punts

5. Criteri 5: To i estil, es valorarà que l'estil i el to utilitzat doni compliment als condicionants detallats en el punt 5 del brífing que es troba a l'annex 1 del PPT. Aquest apartat es valorarà amb un màxim de 5 punts.

Aquest criteri es basa en els requisits següents:

- Transformació i innovació: expressar canvi, evolució i mirada de futur.
- Claredat i simplificació: contribuir a ordenar i fer més comprensible el sistema de transport públic.

- Proximitat i orientació a la ciutadania: fomentar una comunicació directa, accessible i centrada en les persones.
- Solidesa institucional: reforçar el paper de la Generalitat de Catalunya com a actor impulsor i vertebrador del sistema de transport públic.

La puntuació esglaonada per aquest criteri es basa en la ponderació següent:

	Ponderació	Puntuació
To i estil òptim: compleix els 4 requisits	100%	5 punts
To i estil notable: compleix 3 dels 4 requisits	75%	3,75 punts
To i estil correcte: compleix 2 dels 4 requisits	50%	2,5 punts
To i estil amb algunes mancances: compleix 1 dels 4 requisits	25%	1,25 punts
To i estil amb moltes mancances: no compleix aquests requisits	0%	0 punts

Els licitadors han d'assolir una puntuació mínima de 25 punts en els criteris d'adjudicació sotmesos a judici de valor. En cas que no s'assoleixi aquesta puntuació mínima quedaran exclosos de la licitació.

Amb l'objectiu de garantir una millor distribució de les puntuacions i afavorir la qualitat de les ofertes presentades, s'aplicarà, a la valoració final dels criteris anteriors, la fórmula de puntuació establerta en la Directriu 1/2020 per als criteris sotmesos a judici de valor. Aquesta fórmula només s'aplicarà en el cas que la valoració d'una o de més ofertes en el criteri superi el 85% de la valoració que es pugui donar com a màxim. En el cas que cap empresa obtingui una valoració superior al 85% en el criteri, la puntuació obtinguda en aquest criteri serà igual a la valoració obtinguda.

La fórmula proposada per puntuar els criteris sotmesos a judici de valor, sempre que la valoració en el criteri d'una o de diverses empreses superi el 85% de la valoració màxima del criteri, és:

$$P_{cp} = P_c \times \frac{VT_{op}}{VT_{mv}}$$

P_{cp}= Puntuació criteri de l'oferta a puntuar
 P_c= Puntuació màxima del criteri.
 V_T_{op}= Valoració tècnica del criteri de l'oferta que es puntua
 V_T_{mv}= Valoració tècnica del criteri de l'oferta millor valorada.

Es considera que aquest llindar del 85% (la Directriu 1/2020 preveu un llindar mínim del 50%) per aplicar la fórmula de puntuació de cada criteri, garanteix que només s'apliqui la fórmula de puntuació en el cas que hi hagi ofertes valorades de forma molt positiva en el criteri, afavorint per tant la qualitat de les ofertes.

B) Criteris automàtics (sobre C)

Els criteris que s'han de valorar de forma automàtica seran l'experiència professional addicional del director/a creatiu, del director/a d'art i del/de la dissenyador/a gràfic/a com a criteris automàtics qualitatius (fins a 15 punts), i el preu (fins a 40 punts).

1. L'experiència professional addicional del/de la director/a creatiu/iva

En aquest criteri es valorarà els anys d'experiència professional addicional del director/a creatiu/iva, partint del requisit mínim de 8 anys que estableix el contracte fins a un **màxim de 7 punts**.

Es valorarà l'increment d'anys d'experiència del/de la director/a creatiu/iva. Aquest increment d'experiència és addicional a l'exigit a l'apartat G.3 del quadre de característiques del PCAP.

El/la director/a creatiu/iva serà el professional responsable de liderar el projecte des d'un punt de vista estratègic, participar en la definició de la plataforma de marca i del concepte global del sistema de marca, dirigir i coordinar els equips de treball, planificar i assignar les tasques, i vetllar per la coherència i la correcta execució del projecte d'acord amb l'objecte del contracte.

És per aquest motiu que considerem que és important que tingui una bona experiència professional atès que això li aportarà major criteri a l'hora de prendre decisions i major capacitat de lideratge i resolució de problemes. Alhora, una major experiència professional implica un coneixement més ampli de projectes de marca desenvolupats en l'àmbit públic i institucional, així com el context comunicatiu i organitzatiu de Catalunya.

Criteri	Puntuació
Experiència professional addicional del/de la director/a creatiu/iva igual o superior a 12 anys	7
Experiència professional addicional del/de la director/a creatiu/iva igual o superior a 10 anys i inferior a 12 anys	5
Experiència professional addicional del/de la director/a creatiu/iva superior a 8 anys i inferior a 10 anys	3

Els licitadors hauran d'acreditar documentalment aquest criteri objectiu mitjançant currículum vitae en format Europass, a incloure en el sobre C, i en cap cas en el sobre A o B, ja que això resultaria causa d'exclusió. En cas de no aportar aquesta documentació acreditativa d'aquest fet, s'entendrà que no existeix aquest compromís i per tant la puntuació serà de 0 punts respecte a aquest criteri. A més, a efectes de valoració d'aquest criteri, només es tindran en compte els anys sencers d'experiència acreditada, de manera que les fraccions inferiors a un any no seran objecte de còmput.

2. L'experiència professional addicional del/de la director/a d'art

En aquest criteri es valorarà els anys d'experiència professional addicional del/de la director/a d'art partint del requisit mínim de 5 anys que estableix el contracte fins a un **màxim de 5 punts**.

Es valorarà l'increment d'anys d'experiència del/de la director/a d'art. Aquest increment d'experiència és addicional a l'exigit a l'apartat G.3 del quadre de característiques del PCAP.

El/la director/a d'art serà el professional responsable de la definició de la identitat visual de la marca, del desenvolupament del sistema gràfic i dels criteris d'aplicació, així com de garantir la qualitat formal, la coherència visual i l'escalabilitat del sistema de marca en els diferents entorns d'aplicació.

És per aquest motiu que considerem que és important que tingui una bona experiència professional atès que això li aportarà major criteri en el disseny de sistemes d'identitat complexos, en la definició de criteris de manualització i en l'aplicació coherent de la marca en múltiples contextos, especialment en projectes de caràcter institucional i de servei públic.

Criteri	Puntuació
Experiència professional addicional del/de la director/a d'art igual o superior a 10 anys	5
Experiència professional addicional del/de la director/a d'art igual o superior a 8 anys i inferior a 10 anys	3
Experiència professional addicional del/de la director/a d'art superior a 5 anys i inferior a 8 anys	1

Els licitadors hauran d'acreditar documentalment aquest criteri objectiu mitjançant currículum vitae en format Europass, a incloure en el sobre C, i en cap cas en el sobre A o B, ja que això resultaria causa d'exclusió. En cas de no aportar aquesta documentació acreditativa d'aquest fet, s'entendrà que no existeix aquest compromís i per tant la puntuació serà de 0 punts respecte a aquest criteri. A més, a efectes de valoració d'aquest criteri, només es tindran en compte els anys sencers d'experiència acreditada, de manera que les fraccions inferiors a un any no seran objecte de còmput.

3. L'experiència professional addicional del/de la dissenyador/a gràfic/a

En aquest criteri es valorarà els anys d'experiència professional addicional del/la dissenyador/a gràfic/a, partint del requisit mínim de 3 anys que estableix el contracte fins a un **màxim de 3 punts**.

Es valorarà l'increment d'anys d'experiència del/de la dissenyador/a gràfic/a. Aquest increment d'experiència és addicional a l'exigit a l'apartat G.3 del quadre de característiques del PCAP.

El/la dissenyador/a gràfic/a serà el professional responsable de donar suport al desenvolupament del sistema gràfic de la marca, a la definició i desplegament dels criteris visuals establerts, així com a l'elaboració d'exemples d'aplicació del sistema d'identitat en entorns físics i digitals, d'acord amb les directrius definides en el projecte.

És per aquest motiu que considerem que és rellevant disposar d'un/a professional amb una experiència acreditada, ja que una major trajectòria professional aporta un criteri tècnic més sòlid en el desenvolupament de sistemes d'identitat complexos, una millor capacitat per adaptar el disseny a contextos institucionals i una major garantia de coherència, qualitat formal i aplicabilitat del sistema de marca al llarg del projecte.

Alhora, una major experiència professional implica un coneixement més ampli de projectes de marca desenvolupats en l'àmbit públic i institucional, així com el context comunicatiu i organitzatiu de Catalunya.

Criteri	Puntuació
Experiència professional addicional del/de la dissenyador/a gràfic/a igual o superior a 8 anys	3
Experiència professional addicional del/de la dissenyador/a gràfic/a igual o superior a 6 anys i inferior a 8 anys	2
Experiència professional addicional del/de la dissenyador/a gràfic/a igual o superior a 3 anys i inferior a 6 anys	1

Els licitadors hauran d'acreditar documentalment aquest criteri objectiu mitjançant currículum vitae en format Europass, a incloure en el sobre C, i en cap cas en el sobre A o B, ja que això resultaria causa d'exclusió. En cas de no aportar aquesta documentació acreditativa d'aquest fet, s'entendrà que no existeix aquest compromís i per tant la puntuació serà de 0 punts respecte a aquest criteri. A més, a efectes de valoració d'aquest criteri, només es tindran en compte els anys sencers d'experiència acreditada, de manera que les fraccions inferiors a un any no seran objecte de còmput.

4. Oferta econòmica

En relació amb els criteris avaluable de manera automàtica, mitjançant l'aplicació de fórmules, es proposa un criteri econòmic: la valoració del preu. Es proposa atorgar un pes **màxim de 40 punts** al preu.

En relació amb aquest criteri s'aplica la fórmula per puntuar l'oferta econòmica establerta a la Directriu 1/2020 d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica de la Direcció General de Contractació Pública.

S'aplicarà la fórmula següent per puntuar l'oferta econòmica:

$$P_v = \left[1 - \left(\frac{O_v - O_m}{IL} \right) \times \left(\frac{1}{VP} \right) \right] \times P$$

On:

P_v = Puntuació de l'oferta a Valorar

P = Punts criteri econòmic

O_m = Oferta Millor

O_v = Oferta a Valorar

IL = Import de Licitació

VP = Valor de ponderació

La puntuació econòmica s'arrodonirà al segon decimal.

Es proposa que el **valor de ponderació (VP)** associat al pes específic del criteri preu sigui 1,40 en aplicació de la Directiu 1/2020, d'aplicació de fórmules de valoració i puntuació de les proposicions econòmica i tècnica.

8. Justificació dels criteris d'adjudicació

Segons el que disposa l'article 116.4 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic, en l'expedient s'ha de justificar adequadament l'elecció del procediment i la dels criteris que es tindran en consideració per adjudicar el contracte.

Sobre la base del principi d'igualtat i el principi de transparència, l'elecció del procediment del contracte que ens ocupa es durà a terme per mitjà de procediment restringit de conformitat amb el que disposen els articles 160 a 164 de la LCSP. Aquest procediment es considera el més adequat atesa la naturalesa estratègica, conceptual i altament especialitzada de l'objecte del contracte, ja que permet una selecció prèvia de les empreses licitadores en funció de criteris objectius de solvència, que només empreses amb la capacitat tècnica i professional suficient siguin convidades a presentar oferta, i assegura alhora una competència efectiva entre operadors qualificats.

Així mateix, i de conformitat amb l'article 145 de la LCSP, s'estableix que "l'adjudicació dels contractes es realitzarà utilitzant una pluralitat de criteris d'adjudicació d'acord amb la millor relació qualitat-preu", i a més a més "la millor relació qualitat-preu s'avaluarà d'acord amb criteris econòmics i qualitatius". L'article 146 de la LCSP, que estableix que quan s'utilitzen una pluralitat de criteris d'adjudicació, per a determinar els mateixos, sempre que sigui possible, es donarà preferència a aquells criteris que facin referència a característiques de l'objecte del contracte que poden valorar-se mitjançant xifres o percentatges que s'obtenen per l'aplicació de les fórmules matemàtiques establides en els plecs.

Per tant, tenim en compte aquesta reflexió i amb la finalitat de garantir una comparació objectiva del valor relatiu dels licitadors que permeti determinar, en condicions de competència efectiva, quina oferta té la millor relació qualitat-preu, els criteris de valoració s'ha prioritzat elements objectius i valorables matemàticament i a més a més el criteri "preu" té un pes molt significatiu donades les característiques d'aquest contracte, on totes les exigències i peculiaritats del mateix s'estableixen clarament en el Plec de prescripcions tècniques (PPT).

Per tant, per tal que l'empresa adjudicatària compti amb l'excel·lència necessària en l'àmbit de l'estratègia i el disseny de marca institucional, tal com es requereix en aquest contracte, s'apliquen criteris de valoració qualitatius i quantitatius.

En concret, s'estableixen cinc criteris de valoració, quatre dels quals qualitatius –proposta tècnica amb 45 punts, l'experiència professional addicional del director/a creatiu/va amb 7 punts, l'experiència professional addicional del director/a d'art amb 5 punts i l'experiència professional addicional del/de la dissenyador/a gràfica amb 3 punts –, i un de quantitatiu –el preu amb 40 punts–

La proposta tècnica garanteix que es pugui valorar la qualitat creativa, estratègica i de disseny gràfic que te l'empresa adjudicatària davant l'encàrrec encomanat a l'annex 1 del PPT.

L'experiència professional del/la director/a creatiu/a, del/ director/ d'art i del/de la dissenyador/a gràfic/a assegura la qualitat, la capacitat tècnica, el coneixement del sector i el lideratge de l'equip de treball, per una banda, i la qualitat de la definició conceptual i formal del sistema de marca objecte del contracte.

9. Justificació dels criteris de solvència tècnica, professional, econòmica i financera

Quant a la solvència, l'apartat 1 de l'article 65 de la LCSP disposa que només podran contractar amb el sector públic les persones naturals o jurídiques, espanyoles o estrangeres, que tinguin plena capacitat d'obrar, no estiguin incurses en cap prohibició de contractar i acreditin la seva solvència econòmica i financera i tècnica o professional.

D'altra banda, l'apartat 1 de l'article 74 de la LCSP indica que per subscriure contractes amb el sector públic els empresaris han d'acreditar que compleixen les condicions mínimes de solvència econòmica i financera, i professional o tècnica que determini l'òrgan de contractació. Aquest requisit s'ha de substituir pel de la classificació quan aquesta sigui exigible de conformitat amb el que disposa aquesta Llei.

L'apartat 2 d'aquest article disposa que els requisits mínims de solvència que hagi de reunir l'empresari i la documentació requerida per acreditar-los s'han d'indicar en l'anunci de licitació i s'han d'especificar en el plec de clàusules administratives particulars del contracte (en endavant, PCAP), han d'estar vinculats al seu objecte i han de ser proporcionals a aquest.

Per altra banda, l'article 76 de la LCSP assenyala que en els contractes d'obres, de serveis, concessió d'obres i concessió de serveis, així com en els contractes de subministrament que incloguin serveis o treballs de col·locació i instal·lació, es pot exigir a les persones jurídiques que especifiquin, en l'oferta o en la sol·licitud de participació, els noms i la qualificació professional del personal responsable d'executar la prestació. Els òrgans de contractació poden exigir als candidats o licitadors, fent-ho constar en els plecs, que, a més d'acreditar la seva solvència o, si s'escau, classificació, es comprometen a dedicar o adscriure a l'execució del contracte els mitjans personals o materials suficients per a això. Aquesta adscripció ha de ser raonable, justificada i proporcional a l'entitat i característiques del contracte, de manera que no limiti la participació de les empreses a la licitació.

Al mateix temps, d'acord amb el que preveu l'article 86 de la LCSP, la solvència econòmica i financera i tècnica o professional s'acreditarà mitjançant l'aportació dels documents fixats per l'òrgan de contractació d'entre els previstos en els articles 87 a 91 d'aquesta Llei.

En relació amb la **solvència econòmica i financera**, tenint en compte tant el pressupost base de licitació com el valor estimat del contracte i amb l'objectiu de fer efectiu el principi de no discriminació i igualtat de tracte entre els licitadors, s'ha considerat raonable i proporcionat establir una solvència per la qual els licitadors han d'acreditar disposar d'un volum anual de negoci de l'empresa licitadora referit a l'any de major volum de negoci dels darrers tres anys per un import igual o superior a l'indicat a l'apartat següent, amb l'objectiu de garantir que qualsevol licitador que pretengui presentar una oferta compti amb les garanties necessàries i perquè, arribat el cas, pugui prestar el servei amb total garantia des d'aquest punt de vista. En aquest cas, a més de tractar-se d'una solvència econòmica inferior a una vegada i mitja el valor estimat del contracte, resulta

proporcional pel que fa a l'objecte del contracte en relació amb el pressupost base de licitació, de manera que garanteix, des del punt de vista econòmic, la potencialitat suficient per a una correcta execució del contracte.

Per acabar, l'article 90 de la LCSP assenyala que «en els contractes de serveis, la **solvència tècnica o professional** dels empresaris s'ha d'apreciar tenint en compte els seus coneixements tècnics, eficàcia, experiència i fiabilitat, cosa que s'ha d'acreditar, segons l'objecte del contracte, per un o diversos dels mitjans següents, a elecció de l'òrgan de contractació.» En aquest cas es tindrà en compte:

«a) Una relació dels principals serveis o treballs efectuats de la mateixa o similar naturalesa que els que constitueixen l'objecte del contracte en el curs de, com a màxim els tres últims anys, en la qual se n'indiqui l'import, la data i el destinatari, públic o privat. Quan li ho requereixin els serveis que depenen de l'òrgan de contractació, els serveis o treballs efectuats s'han d'acreditar mitjançant certificats expedits o visats per l'òrgan competent, quan el destinatari sigui una entitat del sector públic; quan el destinatari sigui un subjecte privat, mitjançant un certificat expedit per aquest o, a falta d'aquest certificat, mitjançant una declaració de l'empresari, acompanyada dels documents en poder seu que acreditin la realització de la prestació; si s'escau, aquests certificats els ha de comunicar directament a l'òrgan de contractació l'autoritat competent.»

10. Criteris de solvència tècnica, professional, econòmica i financera

Els licitadors hauran de disposar de la suficient solvència econòmica i financera i tècnica o professional següent (articles 87.1 a) i 90.1.a) de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic (LCSP).

a) Solvència econòmica i financera

D'acord amb el que estableixen els articles 86 i 87 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic, es defineixen criteris de solvència econòmica i financera adequats, proporcionals i vinculats a l'objecte del contracte. Atesa la naturalesa del contracte de serveis, el seu caràcter harmonitzat i el seu valor estimat de 278.400,00 € (sense IVA), així com un termini d'execució de 6 mesos, es considera adequat exigir a les empreses licitadores un volum anual de negocis mínim igual o superior a 200.000 €.

L'acreditació de la suficiència d'aquest mitjà de solvència s'ha de fer mitjançant l'aportació dels comptes anuals aprovats i dipositats al Registre Mercantil, si l'empresa està inscrita en aquest registre, i en cas contrari pels dipositats al registre oficial en el qual estigui inscrit. Els empresaris individuals no inscrits al Registre Mercantil han d'acreditar el volum anual de negocis mitjançant els seus llibres d'inventaris i comptes anuals legalitzats pel Registre Mercantil.

b) Solvència tècnica i professional

D'acord amb l'article 90 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic, la solvència tècnica o professional s'ha d'acreditar mitjançant la relació dels principals serveis o treballs realitzats d'igual o similar naturalesa als que constitueixen l'objecte del contracte, executats en el curs de com a màxim els tres últims anys. Aquesta relació ha d'incloure: import, dates i destinatari, públic o privat. L'import en l'any de més execució d'aquest període haurà de ser, com a mínim, de 191.000 € (sense IVA).

Els serveis o treballs efectuats s'acreditaran mitjançant certificats expedits o visats per l'òrgan competent, quan el destinatari sigui una entitat del sector públic; quan el destinatari sigui un subjecte privat, mitjançant un certificat expedit per aquest o, a falta d'aquest certificat, mitjançant una declaració de l'empresari acompanyada de la documentació de què disposi que acrediti la realització de la prestació.

c) Adscripció o dedicació de mitjans personals i materials a l'execució del contracte

A més de la solvència determinada, s'han d'adscriure o dedicar a l'execució del contracte els mitjans personals exigits a continuació, amb el caràcter d'obligació contractual essencial als efectes de l'article 211 de la LCSP:

- Director/a creatiu/va, que ha de tenir una experiència laboral mínima de 8 anys en una empresa del sector realitzant tasques similars a les de l'objecte del contracte, i les funcions del qual seran liderar el projecte des d'un punt de vista estratègic, participar en la definició de la plataforma de marca i del concepte global del sistema de marca, dirigir i coordinar els equips de treball, planificar i assignar les tasques, i vetllar per la coherència i la correcta execució del projecte d'acord amb l'objecte del contracte. La necessitat d'aquesta experiència es justifica per la dimensió estratègica del projecte i per la complexitat associada a la definició d'un sistema de marca transversal, amb capacitat d'integració de múltiples operadors, serveis i entorns d'aplicació.
- Director/a d'art, que ha de tenir una experiència laboral mínima de 5 anys en una empresa del sector realitzant tasques similars a les de l'objecte del contracte. Serà responsable de la definició de la identitat visual de la marca, del desenvolupament del sistema gràfic i dels criteris d'aplicació, així com de garantir la qualitat formal, la coherència visual i l'escalabilitat del sistema de marca en els diferents entorns d'aplicació. La necessitat d'aquesta experiència es justifica per la complexitat tècnica i visual del projecte, així com per la necessitat de desenvolupar un sistema gràfic coherent, escalable i aplicable a múltiples suports, canals i entorns físics vinculats al sistema de transport públic de Catalunya.
- Executiu/va de comptes, que ha de tenir una experiència laboral mínima de 3 anys en una empresa del sector realitzant tasques similars a les de l'objecte del contracte. S'haurà de coordinar amb els responsables de comunicació i difusió del Departament i amb els diferents participants del procés creatiu i de producció fins al lliurament dels materials.
- Dissenyador/a gràfic/a, que ha de tenir una experiència laboral mínima de 3 anys en una empresa del sector realitzant tasques similars a les de l'objecte del contracte. Donarà suport al desenvolupament del sistema gràfic de la marca, a la definició i desplegament dels criteris visuals establerts, així com a l'elaboració d'exemples d'aplicació del sistema d'identitat en entorns físics i digitals, d'acord amb les directrius definides en el projecte.

Els licitadors hauran d'incloure i pel que fa a l'adscripció de mitjans únicament en aquest sobre A la declaració que figura com a ANNEX 1.1 que inclou en un dels seus apartats la declaració genèrica de compromís d'adscripció dels mitjans que figuren descrits en aquest apartat G.3, és a dir, on UNICAMENT s'indica que es compromet a aportar tots els mitjans establerts en l'apartat G.3 del Quadre de característiques, sense EN CAP CAS, detallar-los.

Tota l'experiència laboral exigida haurà de ser acreditada finalment mitjançant la presentació del currículum vitae en format Europass individualment per a cada persona però, MOLT IMPORTANT,

tenint en compte que ÚNICAMENT el licitador proposat com adjudicatari en el moment en que se li requereixi la documentació per poder adjudicar el contracte haurà de presentar aquesta documentació I, PER TANT, EN CAP CAS S'HA D'INCLOURE EN EL SOBRE A AQUEST TIPUS DE DOCUMENTACIÓ, si no, únicament l'esmentada declaració d'adscripció de mitjans genèrica, que figura com a Annex 1. Això amb independència d'aquella documentació que si s'hagi d'incloure en el sobre C, corresponent als criteris d'adjudicació de preu o altres criteris objectius.

11. Condicions especials d'execució

D'acord amb l'article 202.1 de la LCSP, es proposa com a condicions especials d'execució del contracte les següents:

En primer lloc, l'empresa contractista, en el desenvolupament de la prestació, no utilitzarà llenguatge sexista en cap documentació escrita ni visual relacionada amb el contracte i vetllarà perquè hi hagi la màxima paritat possible entre el personal que treballi per desenvolupar els encàrrecs d'aquest contracte.

L'empresa adjudicatària del contracte, en el termini d'un mes a partir de la data de formalització del contracte haurà de presentar una declaració responsable conforme s'ha aconseguit la màxima paritat possible entre el personal que treballarà en el contracte. D'altra banda, la unitat promotora revisarà tots els continguts que generi l'empresa contractista, en el desenvolupament de la prestació, per tal de detectar si hi ha cap ús de llenguatge sexista.

En segon lloc, pel que fa a les condicions de caràcter lingüístic, l'empresa contractista haurà d'emprar el català en les seves relacions amb l'Administració de la Generalitat derivades de l'execució de l'objecte del contracte. Així mateix, haurà d'emprar almenys el català en els rètols, publicacions, avisos i en la resta de comunicacions de caràcter general que es derivin de l'execució de les prestacions.

Igualment, l'empresa contractista haurà de lliurar els treballs objecte del contracte, almenys, en llengua catalana. En particular, haurà de redactar en català la documentació del projecte, així com els manuals i la documentació tècnica que es generi com a resultat de la prestació, tant en suport paper com digital.

Així mateix, l'empresa contractista, i si escau les empreses subcontractistes, quedaran subjectes en l'execució del contracte a les obligacions derivades de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, i de la resta de normativa aplicable. En l'àmbit territorial de l'Aran, caldrà ajustar-se al que disposa la Llei 35/2010, d'1 d'octubre, de l'occità, aranès a l'Aran.

L'incompliment d'aquestes condicions especials d'execució comportarà, la penalització econòmica que no podrà excedir del 10 % del preu del contracte i, com a màxim acumulat, el 50% del preu del contracte. L'import de la penalitat s'imputarà a la factura corresponent.

12. Coordinació d'activitats empresarials

El contracte implica la presència física, puntual o continuada, de personal aliè als centres de treball del Departament?

NO

Per delegació
Resolució TER/803/2025, de 6/03/2025
DOGC 9369 de 12/03/2025
Jaume Tintoré Balasch
Director de Serveis
Signat electrònicament