Àrea de Desenvolupament Econòmic i Turisme
Gerència de Serveis de Turisme
Oficina de Màrqueting Turístic

MEMÒRIA JUSTIFICATIVA DE LA CONFIGURACIÓ DE L'EXPEDIENT DE CONTRACTACIÓ DE SERVEIS RELATIU L'ELABORACIÓ I ACOMPANYAMENT A LA IMPLEMENTACIÓ INICIAL D'UN PLA DE MÀRQUETING TURÍSTIC SOSTENIBLE I RESPONSABLE DE LA DESTINACIÓ "PROVÍNCIA DE BARCELONA" 2027-2030 DE LA GERÈNCIA DE SERVEIS DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ DE BARCELONA

Promotor	Oficina de Màrqueting Turístic
Núm. d'expedient	2026/0018827
Codi de classificació	3085 Contractacions de serveis per procediment obert simplificat
Núm. d'expedient/s relacionat/s	No procedeix

D'acord amb el que disposa l'article 28 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic, per la qual es transposen a l'ordenament jurídic espanyol les directives del Parlament Europeu i del Consell 2014/23/UE i 2014/24/UE, de 26 de febrer de 2014 (LCSP), mitjançant l'acte d'Inici que consta en l'expedient s'han motivat les necessitats que es pretenen cobrir amb aquest contracte i les raons per les quals el contracte que es vol iniciar és idoni per satisfer-les.

Per aquests motius, i de conformitat amb les previsions de l'article 116 de la LCSP, es justifica la configuració de l'expedient de contractació en els termes següents:

1) Consultes preliminars al mercat

Per configurar aquest expedient de contractació no s'han realitzat consultes preliminars al mercat, atès que ja es disposa de tota la informació necessària per a configurar l'expedient.

2) Tipus de contracte:

En aquesta contractació únicament es regulen prestacions previstes en l'article 17 de la LCSP, corresponents a un contracte de serveis.

Es tracta d'un servei de consultoria de caràcter intel·lectual, en els termes que preveu la disposició addicional 41 de la LCSP.

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.
Codi Segur de Verificació (CSV): 63231928ec6b4db2ba76 Adreça de validació: https://seuelectronica.diba.cat

3) Inclusió de clàusules socials, mediambientals o d'innovació

S'ha considerat oportú incloure en el contracte consideracions de tipus social, tant les recollides com a criteris de desempat (clàusula 1.12 del PCAP) com les recollides a la clàusula 2.2. del PCAP, relativa a les condicions especials d'execució i detallades al punt 10 de la present memòria.

4) Divisió en lots de l'objecte del contracte

No resulta adient la divisió del contracte en lots, perquè dificultaria la seva correcta execució des del punt de vista tècnic, atès que es considera que l'empresa que elabori el Pla de màrqueting turístic de la destinació "Província de Barcelona" és la que està en millor posició per dur a terme l'acompanyament a la implementació inicial del Pla esmentat, pel seu profund coneixement del document i per tal d'assegurar una millor coordinació i comunicació.

Així mateix, la divisió del contracte en lots comportaria el risc de perdre la visió global i transversal de la marca "Província de Barcelona". L'execució independent de les diverses parts d'aquest pla dificultaria la correcta coordinació dels treballs. El contingut d'un lot condiciona necessàriament la resta, i fraccionar el contracte faria excessivament difícil i onerosa la tasca de l'equip redactor.

D'altra banda, s'ha de garantir l'alineament amb les directrius de la Diputació de Barcelona exigint un únic interlocutor i una direcció de projecte unificada, per evitar disfuncions entre diferents adjudicataris.

5) Manca de mitjans

D'acord amb les previsions de l'article 116.4 f) de la LCSP, els mitjans personals de què disposa la Gerència de Serveis de Turisme no són suficients per a dur a terme el contracte, motiu pel qual esdevé necessària la contractació d'una empresa externa.

De conformitat amb les previsions de l'article 308.2 de la LCSP, en cap cas aquest contracte suposa la contractació de personal per part de la Diputació de Barcelona, sinó única i exclusivament la contractació de la prestació d'un servei per les raons exposades a l'acte d'inici i per no disposar dels mitjans per portar-lo a terme. A l'extinció del contracte no es produirà cap consolidació de les persones que hagin realitzat els treballs objecte del contracte com a personal propi de la Diputació de Barcelona.

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.
Codi Segur de Verificació (CSV): 63231928ec6b4db2ba76 Adreça de validació: https://seuelectronica.diba.cat

6) Procediment

En compliment del que estableix l'art. 116.4 a) de la LCSP, el procediment seleccionat ha estat el procediment obert simplificat, procediment previst per a contractes amb valor estimat inferior a 140.000,00 € (iva exclòs), en el qual es permet presentar oferta a qualsevol licitadora interessada, sempre que compleixi els requisits de solvència exigits en els plecs.

7) Criteris d'adjudicació

En compliment del que estableixen els articles 116.4c i 145 de la LCSP, s'ha escollit una pluralitat de criteris d'adjudicació, d'acord amb el detall següent:

Descripció del criteri	Ponderació	Tipus criteri
Preu	30%	Automàtic
Millora de l'equip adscrit a l'execució del contracte	32%	Automàtic
Ampliació de la documentació a presentar en la fase de diagnosi	22%	Automàtic
Aportació d'un document de pla de comunicació de la destinació «Província de Barcelona» 2027-2030	14%	Automàtic
Augment del nombre de presentacions del Pla i presentacions externes	2%	Automàtic

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.
Codi Segur de Verificació (CSV): 63231928ec6b4db2ba76 Adreça de validació: https://seuelectronica.diba.cat

La finalitat que es vol aconseguir amb cada un dels criteris és la següent:

Criteri 1. Preu: Aconseguir el preu més baix i així la Diputació de Barcelona podrà disposar de més recursos econòmics per prestar altres serveis als ciutadans i a les entitats locals de la seva demarcació.

D'acord amb l'article 146.2 de la LCSP, la fórmula utilitzada en la valoració del criteri preu és la formula proporcional directa, que es determina com a preferent de conformitat amb el Decret núm. 18175, de 19 de desembre de 2024.

La fórmula garanteix un repartiment equitatiu de les puntuacions entre totes les licitadores, de manera que es respecta el criteri de proporcionalitat.

Criteri 2. Millora de l'equip adscrit a l'execució del contracte

Aquest criteri es considera rellevant dins del conjunt de criteris d'adjudicació, atès que la naturalesa del contracte, de marcat caràcter intel·lectual i estratègic, fa que la qualitat del resultat final depengui directament de la capacitació, l'experiència i l'especialització de l'equip humà que l'executa.

La qualitat dels serveis objecte del contracte depèn en gran mesura de la capacitació, especialització i experiència de l'equip adscrit. Per aquest motiu, es considera pertinent desglossar aquest criteri en diversos subcriteris que permetin valorar de manera específica l'adequació dels perfils professionals proposats a les necessitats del projecte.

2.1 Incorporació a l'equip de treball d'un/a analista de dades
Es puntua la incorporació d'una persona amb expertesa en anàlisi de dades, amb capacitat per recollir, tractar i interpretar informació quantitativa i qualitativa rellevant. Aquest perfil resulta clau per fonamentar la presa de decisions estratègiques en evidències objectives, garantir una diagnosi rigorosa i contribuir a la definició d'indicadors de seguiment i avaluació del Pla.

2.2 Incorporació a l'equip de treball d'un/a expert/a en màrqueting digital o en generació de continguts

Es puntua la incorporació d'un perfil especialitzat en màrqueting digital o en generació de continguts, atesa la rellevància creixent dels canals digitals en la promoció turística. Aquesta expertesa permet assegurar una planificació adequada de les estratègies digitals, incloent-hi la presència en línia, la gestió de continguts, l'optimització del posicionament i l'anàlisi del comportament de les persones usuàries.

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.
Codi Segur de Verificació (CSV): 63231928ec6b4db2ba76 Adreça de validació: https://seuelectronica.diba.cat

Criteri 3. Ampliació de la documentació a presentar en la fase de diagnosi

Es puntua l'aportació de documents addicionals que contribueixin a enriquir i aprofundir la fase de diagnosi, atès que aquesta constitueix una etapa clau del projecte sobre la qual es fonamenta la definició posterior de l'estratègia de màrqueting. Una diagnosi completa, rigorosa i ben contextualitzada és imprescindible per garantir la coherència i l'eficàcia del Pla.

En aquest sentit, els elements que es valoren responen a la necessitat d'incorporar coneixement comparat, informació de mercat actualitzada i eines operatives que permetin una millor comprensió de l'entorn competitiu i de l'ecosistema turístic.

3.1)Aportació de benchmark d'altres destinacions similars, a nivell nacional

Es puntua l'aportació d'un estudi comparatiu sobre les estratègies de màrqueting desenvolupades per destinacions turístiques d'àmbit nacional amb característiques equiparables a la província de Barcelona. Aquest exercici de *benchmarking* permet identificar bones pràctiques, models d'èxit i possibles àrees de millora, facilitant la contextualització del posicionament actual i aportant referents útils per a la definició estratègica.

3.2) Aportació de benchmark d'altres destinacions similars, a nivell internacional

Es puntua l'anàlisi de destinacions de referència en l'àmbit internacional que siguin comparables en termes de dimensió, diversificació de producte o model de gestió. Aquesta perspectiva internacional resulta especialment rellevant per incorporar tendències emergents, innovacions en màrqueting turístic i enfocaments diferencials que poden enriquir el Pla i reforçar la seva competitivitat.

3.3) Aportació d'inventari d'operadors turístics.

Es puntua la presentació d'una base de dades en format obert que inclogui un mínim de 50 operadors turístics (agències de viatges, *touroperadors*), tant d'àmbit nacional com internacional, amb seu fora de la província de Barcelona, amb les corresponents dades comercials de contacte. Aquesta informació constitueix una eina operativa de gran valor per a la fase de desenvolupament i implementació del Pla, ja que facilita la identificació de canals de comercialització, possibles aliances i accions de promoció, contribuint així a una orientació més pràctica i executable de les propostes.

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.
Codi Segur de Verificació (CSV): 63231928ec6b4db2ba76 Adreça de validació: https://seuelectronica.diba.cat

3.4) Aportació d'un estudi prospectiu de tendències turístiques 2027-2030: 6 punts.

Es puntua l'aportació d'un estudi complementari a la diagnosi del Pla que analitzi les principals tendències i factors que poden incidir en l'evolució de l'activitat turística durant el període de vigència del mateix. Aquest estudi complementaria permetrà oferir el marc general en el que es troba la destinació i de quina manera l'afectarà el desenvolupament de les noves tendències, com la digitalització, identificant els riscos i oportunitats als que haurem de fer front i emmarcant en ells el desenvolupament del present Pla.

En conjunt, aquests subcriteris permeten valorar la capacitat de les empreses licitadores per aportar coneixement addicional i aplicat, més enllà dels requisits mínims, reforçant la qualitat de la diagnosi i, en conseqüència, la solidesa del Pla de màrqueting resultant.

Criteri 4: Aportació d'un document de pla de comunicació de la destinació «Província de Barcelona» 2027-2030

Es puntua l'aportació d'un document específic de pla de comunicació vinculat als objectius definits en el Pla de màrqueting i a l'anàlisi prèvia dels elements de comunicació i marca identificats en la fase de diagnosi. Aquest document ha de tenir una extensió suficient que en garanteixi el desenvolupament adequat i ha d'incloure tant la definició dels objectius i la segmentació de públics com l'estratègia i les propostes d'accions, calendari d'execució i quadre d'indicadors de seguiment de resultat de les accions comunicatives. També ha d'incloure un protocol operatiu de coordinació de la comunicació amb els ens de promoció turística i recomanacions per a la gestió de la reputació digital.

La incorporació d'aquest criteri respon a la importància estratègica de la comunicació en la implementació efectiva del Pla de màrqueting turístic. No es tracta únicament de definir una estratègia, sinó d'assegurar la seva correcta translació en accions comunicatives coherents, segmentades i alineades amb el posicionament de la destinació.

En aquest sentit, es pretén valorar la capacitat de les empreses licitadores per concretar propostes operatives, viables i adaptades als diferents públics objectiu, així com per integrar la dimensió de marca i relat territorial dins de les accions de comunicació. Aquest exercici permet anticipar la qualitat de la fase d'implementació i reforça la utilitat pràctica del Pla.

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.
Codi Segur de Verificació (CSV): 63231928ec6b4db2ba76 Adreça de validació: https://seuelectronica.diba.cat

Criteri 5: Augment del nombre de presentacions del Pla i presentacions externes

Es puntua l'ampliació del nombre de presentacions que l'empresa adjudicatària es compromet a dur a terme conjuntament amb la Diputació de Barcelona, més enllà del mínim establert en el plec de prescripcions tècniques.

Aquest criteri respon a la necessitat de garantir una adequada difusió, socialització i validació del Pla entre els diferents agents implicats, així com a facilitar espais de contrast, retorn i alineament institucional. L'increment del nombre de sessions de presentació contribueix a millorar la comprensió del Pla, afavoreix la implicació dels actors clau i reforça les possibilitats d'una implementació efectiva.

Així mateix, aquestes presentacions permeten adaptar i ajustar els continguts a diferents públics (personal tècnic, responsables polítics, agents del sector, etc.), afavorint una millor transferència del coneixement generat i una major capacitat d'impacte del projecte.

8) Dades econòmiques del contracte

El **valor estimat del contracte**, als efectes d'allò que disposen l'article 101 i concordants de la LCSP, és de 53.810,63 €**,** IVA exclòs, atès que no es preveuen modificacions ni pròrrogues.

El **pressupost base de licitació** de la contractació es fixa en la quantitat de 65.110,85 €, IVA inclòs, desglossat en la forma que s'indica tot seguit:

Pressupost (iva exclòs)	Import IVA (21%)	Pressupost (IVA inclòs)
53.810,63 €	11.300,23 €	65.110,86 €

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.
Codi Segur de Verificació (CSV): 63231928ec6b4db2ba76 Adreça de validació: https://seuelectronica.diba.cat

El pressupost base de licitació s'ha fixat d'acord amb el detall següent:

	Imports
Costos directes: Salaris personal Formació i desplaçaments Seguretat Social	 28.626,53€ 2.862,65€ 11.021,21€
Costos indirectes Estructura (lloguer d'espais, subministraments, assegurances i altres despeses d'administració)	6.995,38 €
Beneficis	4.304,85 €
IVA (21%)	11.300,23 €
Total	65.110,86 €

Els costos salarials s'han fixat tenint en compte la base mínima que determina el XIX Conveni col·lectiu estatal d'empreses de consultoria, tecnologies de la informació i estudis de mercat i de l'opinió pública, de 4 d'abril de 2025 (codi de conveni 99001355011983), publicat en el BOE número 92, de 16 d'abril de 2025, i la revisió salarial publicada al BOE núm.100, de 24 d'abril de 2026, ajustats d'acord amb el salari mitjà de mercat, tenint en compte els perfils i l'experiència requerida al personal adscrit a l'execució del contracte.

El cost salarial desagregat per categoria professional es fixa d'acord amb el següent detall:

Perfil professional requerit al PPT	**Categoria professional segons conveni**	**% Dedicació jornada**
Coordinador/a	Àrea 4. Grup A	15%
Gestor/a del projecte	Àrea 4. Grup C nivell 1	45%
Expert/a en comunicació	Àrea 4. Grup C nivell 1	10%

El referit conveni no fixa cap desagregació per gènere, motiu pel qual els salaris seran idèntics per a la realització de les tasques de la mateixa categoria amb independència

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.
Codi Segur de Verificació (CSV): 63231928ec6b4db2ba76 Adreça de validació: https://seuelectronica.diba.cat

de que el treball sigui executat per un home o una dona, existint únicament diferències com a conseqüència de les diferents antiguitats dels treballadors o altres circumstàncies previstes legalment.

9) <u>Condicions mínimes de solvència i altres requeriments exigits per presentar-se a la licitació o per executar el contracte</u>

Els requeriments i la solvència mínima exigida a les empreses per presentar-se a la licitació s'han fixat de manera proporcional tenint en compte l'objecte i el pressupost del contracte i, alhora, que es pugui donar compliment a les previsions del plec de prescripcions tècniques i del plec de clàusules administratives particulars.

Concretament, s'ha previst que les empreses hagin d'acreditar els requeriments mínims següents:

	Mitjans d'acreditació escollits	**Motivació dels requisits mínims exigits**
Solvència econòmica	Import mínim anual de volum de negocis	S'ha mantingut l'import mínim anual previst a l'article 11.4.a) del Reglament General de la Llei de Contractes de les Administracions Públiques, per considerar-se correcte per la naturalesa del contracte.
Solvència tècnica	Relació dels serveis o treballs principals per un import anual mínim	S'ha mantingut l'import mínim anual previst a l'article 11.4.b) del Reglament General de la Llei de Contractes de les Administracions Públiques, per considerar-se correcte per la naturalesa del contracte.

D'acord amb el que estableix l'article 76.2 de la Llei de contractes del sector públic (LCSP), s'exigeix a les empreses licitadores el compromís d'adscriure a l'execució del contracte determinats mitjans personals que es consideren mínims i imprescindibles per garantir la correcta prestació del servei.

La definició dels perfils professionals requerits respon a la naturalesa del contracte, de caràcter eminentment intel·lectual, estratègic i especialitzat, i es troba directament vinculada amb el seu objecte, consistent en l'elaboració d'un Pla de màrqueting turístic.

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.
Codi Segur de Verificació (CSV): 63231928ec6b4db2ba76 Adreça de validació: https://seuelectronica.diba.cat

En aquest sentit, es requereix la concurrència de competències específiques en direcció estratègica, anàlisi, màrqueting i comunicació, així com experiència contrastada en el sector turístic.

Els requisits establerts respecten en tot moment els principis de proporcionalitat, en tant que es limiten a allò estrictament necessari per assegurar una execució adequada del contracte; de no discriminació, atès que permeten la participació d'un ampli ventall de titulacions equivalents i trajectòries professionals comparables; i de lliure concurrència, en la mesura que no introdueixen restriccions injustificades ni requisits desproporcionats que puguin limitar l'accés a la licitació.

Les empreses licitadores s'han de **comprometre a adscriure al contracte, com a mínim, els mitjans personals** següents, juntament amb les millores que s'hagin ofert:

Tècnics/ques	Experiència i formació requerida	Justificació
Coordinador/a	Titulat universitari oficial, en matèria directament vinculada a la gestió i administració d'empreses, el màrqueting i la comunicació estratègica: grau de turisme, administració i direcció d'empreses, economia, comerç internacional, periodisme, publicitat i relaciones públiques, màrqueting o bé qualsevol titulació universitària amb màster en comunicació estratègica i corporativa o màrqueting Experiència en coordinació d'un mínim de 2 plans de màrqueting de destinacions turístiques locals o supralocals.	Assegurar el desenvolupament operatiu del Pla i donar suport a la coordinació general. Els requisits de formació i experiència són coherents amb les funcions assignades i permeten garantir la capacitat per traduir les conclusions de la diagnosi en propostes estratègiques i accions concretes. L'experiència prèvia en projectes similars, especialment en l'àmbit turístic local o supralocal, es considera un element clau per assegurar l'adequació metodològica i la qualitat dels resultats,

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.
Codi Segur de Verificació (CSV): 63231928ec6b4db2ba76 Adreça de validació: https://seuelectronica.diba.cat

		sense que això impliqui una restricció indeguda de la concurrència, atès que es tracta d'un requisit habitual i justificat per la naturalesa dels serveis a prestar.
Gestor/a del projecte	Titulat/da universitari oficial, en matèria directament vinculada a la comunicació o gestió de marques (grau de turisme, Administració i Direcció d'Empreses, economia, periodisme, publicitat, comunicació i relaciones públiques, o màrqueting) o bé qualsevol titulació universitària amb màster en comunicació estratègica i corporativa o màrqueting. Experiència en coordinació d'un mínim de 2 plans de màrqueting de destinacions turístiques locals o supralocals.	Aquest perfil té per objectiu assegurar el desenvolupament operatiu del Pla i donar suport a la coordinació general. Els requisits de formació i experiència són coherents amb les funcions assignades i permeten garantir la capacitat per traduir les conclusions de la diagnosi en propostes estratègiques i accions concretes. L'experiència prèvia en projectes similars, especialment en l'àmbit turístic local o supralocal, es considera un element clau per assegurar l'adequació metodològica i la qualitat dels resultats, sense que això impliqui una restricció indeguda de la concurrència, atès que es tracta d'un requisit habitual i justificat per la naturalesa dels serveis a prestar.

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.
Codi Segur de Verificació (CSV): 63231928ec6b4db2ba76 Adreça de validació: https://seuelectronica.diba.cat

Expert/a en comunicació	Titulat/da universitari oficial, en matèria directament vinculada a la comunicació i gestió digital de productes o de marques (grau de turisme, Administració i Direcció d'Empreses, economia, periodisme, comunicació, publicitat i relaciones públiques o màrqueting) o bé qualsevol titulació universitària amb màster en comunicació estratègica i corporativa o màrqueting. Experiència professional d'un mínim de 3 anys en l'àmbit del màrqueting o la comunicació en turisme.	La incorporació d'un perfil especialitzat en comunicació respon a la importància d'aquesta dimensió dins del Pla de màrqueting, especialment pel que fa a la definició del posicionament, la gestió de marca i la planificació de les accions comunicatives. Els requisits de titulació i experiència (mínim de 3 anys) es consideren proporcionats i adequats per garantir un nivell suficient de competència tècnica, assegurant alhora la participació d'un nombre ampli de professionals qualificats. Aquest perfil contribueix a garantir la coherència i l'efectivitat de les propostes comunicatives, aspecte directament vinculat a l'objecte del contracte.

En conjunt, la configuració de l'equip mínim respon a la necessitat de cobrir de manera equilibrada i complementària les diferents dimensions del projecte (estratègica, analítica, operativa i comunicativa), assegurant-ne la qualitat i viabilitat.

Els requisits establerts són adequats, proporcionats i no discriminatoris, i mantenen una vinculació directa amb l'objecte del contracte, de conformitat amb els principis rectors de la contractació pública. Aquesta configuració contribueix a garantir una execució eficaç del contracte i un resultat final alineat amb les necessitats de la Diputació de Barcelona.

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.
Codi Segur de Verificació (CSV): 63231928ec6b4db2ba76 Adreça de validació: https://seuelectronica.diba.cat

10) Condicions especials d'execució

D'acord amb l'article 202 de la LCSP, en aquesta contractació es preveuen les condicions especials d'execució següents:

Condició especial	Finalitat
Obligació d'entrega per part de la contractista de la documentació que li sigui requerida en relació amb les subcontractistes.	Assegurar el compliment de la legalitat vigent quant a subcontractació i garantir el compliment del conveni laboral aplicable en relació al personal de l'empresa subcontractista.
Així mateix garantir que el salari de les persones adscrites a l'execució del contracte siguin iguals per a homes i dones en aquelles categories o grups professionals equivalents.	Promoure la igualtat entre homes i dones, així com garantir el compliment de la legalitat vigent.
Obligació de l'empresa de fer ús no sexista del llenguatge, evitar qualsevol imatge discriminatòria de les dones o estereotips sexistes, i fomentar amb valors d'igualtat la presència equilibrada, la diversitat i la corresponsabilitat, en tota la documentació, publicitat, imatge o materials necessaris per a l'execusió del contracte.	Evitar la discriminació per raó de sexe, i per qualsevol altra causa.
Obligació de l'empresa a sotmetre's a la normativa nacional i europea en matèria de protecció de Dades.	Vetllar per el compliment de la normativa en matèria de Protecció de Dades

11) Durada del contracte i possibles pròrrogues

La durada del contracte s'ha fixat per un termini de 12 mesos, a comptar des de l'inici de la prestació.

Addicionalment, s'hauran de complir els següents terminis parcials:

1a Fase: Diagnosi inicial: màxim 4 mesos. Inclourà el lliurament inicial en un màxim de un mes des de l'inici del contracte del document de descripció de la metodologia que

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.
Codi Segur de Verificació (CSV): 63231928ec6b4db2ba76 Adreça de validació: https://seuelectronica.diba.cat

s'utilitzarà en el projecte, indicant la proposta d'esquema de l'inventari, proposta de procés participatiu, proposta d'anàlisi i calendari d'execució previst.

2a Fase: Pla de Màrqueting i presentacions internes: màxim 4 mesos.

3a Fase: Acompanyament en la implementació del Pla i presentacions externes: màxim 4 mesos

El contracte no serà prorrogable.

Aquests terminis es consideren correctes per a l'adequada execució de les prestacions, ja que es requereix l'anàlisi exhaustiva de dades territorials, i facilitar una fase d'implementació i validació real.

D'altra banda, la demarcació de Barcelona abasta centenars de municipis molt diversos. Avaluar l'oferta i la demanda de comarques tan diferents exigeix un temps mínim per a l'anàlisi, el treball de camp i la recollida de dades.

Finalment, l'elaboració d'un pla exigeix processos de concertació territorial i validació amb diferents actors (ens de promoció locals, Diputació de Barcelona, sector privat, etc.), un procés llarg que s'estén durant tot l'any.

12) Termini per adjudicar el contracte

L'adjudicació del contracte s'ha de realitzar en el termini de 2 mesos previst en l'article 158 de la LCSP.

13) Constitució de garantia provisional

En aquesta contractació no s'exigeix la presentació de garantia provisional.

14) Constitució de garantia definitiva

En aquesta contractació s'exigeix la presentació de la garantia definitiva en els termes que preveu l'article 107 de la LCSP.

15) Termini de garantia del contracte

En aquesta contractació es preveu un termini de garantia del contracte de tres mesos, a comptar des de la data recepció i/o conformitat de la prestació contractada.

El termini de garantia es considera necessari atesa la naturalesa intel·lectual i estratègica de les prestacions objecte del contracte. Els documents elaborats en el marc del projecte (diagnosi, pla de màrqueting, pla d'acció, sistemes d'indicadors, quadres de comandament i documentació associada) requereixen un període d'utilització efectiva per part de la Diputació de Barcelona que permeti verificar-ne la coherència interna, la

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.
Codi Segur de Verificació (CSV): 63231928ec6b4db2ba76 Adreça de validació: https://seuelectronica.diba.cat

consistència metodològica, la traçabilitat de les dades emprades i la correcta articulació entre els diferents documents lliurats.

El termini de garantia permet detectar eventuals omissions, incoherències, errors metodològics o deficiències tècniques que només es poden posar de manifest un cop la documentació ha estat utilitzada pels equips responsables de la seva execució i seguiment. En aquests supòsits, l'empresa contractista haurà de realitzar les correccions necessàries sense cost addicional per a la Diputació de Barcelona.

16) Revisió de preus

En aquesta contractació no es preveu revisió de preus en els termes que preveu l'article 103 de la LCSP.

17) Penalitats

D'acord amb l'article 192 de la LCSP, s'han previst en el PCAP diferents penalitats pel compliment defectuós o incompliment parcial del contracte.

També s'han previst penalitats per l'incompliment del règim de la subcontractació.

18) Cessió del contracte

En aquesta contractació es permet la cessió del contracte en els termes que preveu l'article 214 de la LCSP.

19) Subcontractació del contracte

D'acord amb l'article 215 de la LCSP, es permet la subcontractació parcial del contracte, si bé es limita en relació amb aquelles tasques que es consideren crítiques per a la seva correcta execució.

En cap cas l'empresa adjudicatària podrà subcontractar les tasques, considerades crítiques, de coordinació del projecte, ni les tasques relacionades amb la comissió de seguiment i de suport en la presentació del pla (Fase 2), ja que incideixen directament en la direcció estratègica, la coherència global del projecte i la qualitat del resultat final, així com en la interlocució amb l'òrgan contractant.

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.
Codi Segur de Verificació (CSV): 63231928ec6b4db2ba76 Adreça de validació: https://seuelectronica.diba.cat

Metadades del document

Núm. expedient	2026/0018827
Tipus documental	Memòria
Títol	Memòria Justificativa.pdf
Codi classificació	3085 - Contractacions de serveis per procediment obert simplificat

Signatures

Signatari		Acte	Data acte
Anna Maria Sanchez Orensanz (TCAT)	Responsable directiu Servei Promotor	Signa	09/10/2026, 08:08

Validació Electrònica del document

Codi (CSV)	Adreça de validació	QR
63231928ec6b4db2ba76	https://seuelectronica.diba.cat	