

Esp. zkia.: 2024/083

**BALDINTZA TEKNIKOEN AGIRIA,
DONOSTIAKO UDALARENTZAKO
KOMUNIKAZIO AHOLKULARITZA ZERBITZUA
EMATEKO**

1.- KONTRATUAREN XEDEA

Kontratu honen xedea da Donostiako Udaleraiko komunikazio, plangintza eta sormen-zerbitzu bat ematea, udaleko arlo guztietarako komunikazio-plan zentral korporatibo bat zehaztu eta diseinatzeko, espedienteari lotutako baldintza fakultatiboen arabera.

Egungo legealdiaren hasieran, gobernu taldeak 2023-2027 Gobernu Programa prestatu zuen, hirian burutuko diren proiektu eta ekintza ildo nagusiak biltzen dituena. Dokumentu hori udal gobernu taldeak donostiarren aurrean hartu duen konpromisoa da, eta legegintzaldi honetan udal kudeaketarako bide orria da.

Baldintza-agiri hauen bidez eskatutako komunikazio, plangintza eta sormen-zerbitzuek 2023-2027 Gobernu Programa dute ardatz nagusia. Hala, proposatzen den komunikazio-estrategia programa horrekin bat etortzea eta koherentea izatea eskatzen da, gobernuaren lana herritarrengana hurbilduz eta erakundearen irudia indartuz.

2.- BALDINTZA OROKORRAK

Enpresa esleipendunaren koordinatzailea eta kontratuaren arduradunaren arteko etengabeko harremana bermatu beharko da, lan harreman zuzena eta hurbila ziurtatzeko.

Beti errespetatu beharko dira Udalaren hizkuntza irizpideak eta genero berdintasunekoak. Hizkuntza ofizialak erabiltzeko jarraibideak baldintza administratiboetan jasotakoak dira. Genero berdintasuneko irizpideei dagokienez, horiei buruzko informazioa behar izanez gero, enpresa lizitatzailerik helbide honetara jo dezakete:

- Berdintasuna: Okendo 9, 20004 Donostia.
943483464, berdintasuna@donostia.eus.

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA
EL SERVICIO DE CONSULTORÍA DE
COMUNICACIÓN PARA EL AYUNTAMIENTO DE
DONOSTIA**

1.- OBJETO DEL CONTRATO

Constituye el objeto del presente contrato la prestación de un Servicio de comunicación, planificación y creatividad para el ayuntamiento de Donostia / San Sebastián, con el objeto de definir y diseñar un plan de comunicación central corporativo para el conjunto de las áreas municipales, con arreglo a las condiciones facultativas unidas al expediente.

Al inicio de la actual legislatura, el equipo de gobierno elaboró el Programa de Gobierno 2023-2027 que recoge los principales proyectos y líneas de acción que se llevarán a cabo en la ciudad. Dicho documento supone el compromiso que el equipo de gobierno municipal ha adquirido ante la ciudadanía donostiarra, y supone la hoja de ruta para la gestión municipal en esta legislatura.

Los servicios de comunicación, planificación y creatividad solicitados a través de estos pliegos tienen en ese Programa de Gobierno 2023-2027 su eje principal. Así, se requiere que la estrategia de comunicación que se plantee esté alineada y sea coherente con dicho programa, acercando la labor del gobierno a la ciudadanía y refuerce la imagen de la institución.

2.- CONDICIONES GENERALES

Será necesario garantizar el contacto permanente entre la persona coordinadora de la empresa adjudicataria y el responsable del contrato, para asegurar una relación de trabajo directa y cercana.

Siempre se deberán respetar los criterios lingüísticos y de igualdad de género del Ayuntamiento. Los criterios de uso de las lenguas oficiales se recogen en los pliegos administrativos. En cuanto a los criterios de igualdad de género, de necesitar información sobre dichos criterios, las empresas licitadoras pueden dirigirse a:

- Igualdad: Okendo 9, 20004 Donostia.
943483464, berdintasuna@donostia.eus.

3.- ZERBITZUAREN EDUKI OROKORRA

Kontratua kudeatzeak prestazio hauek ekarriko ditu:

1. Komunikazio integraleko estrategia bat prestatzea, Donostiako Udalarentzat. Komunikazio-tresna komunak eskaintzea izango du helburu, Udalaren arlo eta sailak kudeatzeko, garatu beharreko komunikazio-ildoak, kanalak, tresnak eta mezuak ezartzeko, besteak beste.
2. Estrategia hori legealdiaren irudi bisual batean zehaztea: kontakizunarekin, ikur\ _hitzarekin eta elementu grafikoarekin (logotipoa, isotipoa edo imagotipoa), udal erakundea egungo legegintzaldirako gobernu\programarekin bat etorritz identifikatzeko.
3. Komunikazio-jarduera bakoitza martxan jartzea eta egitea, kontratua hasi eta urtebeteko epean, sor daitezkeen behar eta egokitzapenetarako Udalari laguntza teknikoak emateko.

Aurreko 1. eta 2. paragrafoek kontratua gauzatzeko I. fasea osatzen dute, eta kontratua hasi eta lehen bi hilabeteetan gauzatuko da. Goian aipatutako 3. paragrafoak 1. eta 2. paragrafoak garatzen ditu kontratuaren hasierako iraupen-urtean. Horregatik, komunikazio-jarduera bakoitza kontratuaren urteko hurrengo hamar hilabeteetan jarri behar da abian eta egin behar da, eta II. fasea izango da.

4.- ZERBITZUAREN IRISMENA

Donostiako Udalak, bere sail eta atalen bitartez, zerbitzu ugari eskaintzen dizkie donostiarrei. Kudeaketa publiko horrek hainbat komunikazio-ekintza behar ditu, herritarrek horien berri izan dezaten.

komunikazio-ekintza horiek Komunikazio Kabineteak eta komunikazio-ekintza puntualak egiten dituzten beste sail batzuek bultzatzen dituzte.

3.- CONTENIDO GENERAL DEL SERVICIO

La gestión del contrato implicará las siguientes prestaciones:

1. La elaboración de una estrategia de comunicación integral destinada al Ayuntamiento de Donostia / San Sebastián, dirigida a ofrecer herramientas comunicativas comunes para la gestión de sus diferentes áreas y departamentos con el objeto de establecer las líneas de comunicación a desarrollar, los canales, las herramientas y los mensajes, entre otros.
2. Concreción de dicha estrategia en una identidad visual de legislatura: con relato, *claim* y elemento gráfico (logotipo, isotipo o imagotipo) que permitan la identificación de la institución municipal alineada y en coherencia con su Programa de Gobierno para la actual legislatura.
3. La posterior puesta en marcha y elaboración de cada actuación comunicativa, durante un año desde el inicio del contrato, con el fin de facilitar al Ayuntamiento una asistencia técnica para posibles necesidades y adaptaciones que puedan surgir.

Los apartados 1 y 2 anteriores constituyen la Fase I de la ejecución del contrato, que se llevarán a cabo en los dos primeros meses desde el inicio del mismo. El apartado 3 mencionado más arriba constituye el desarrollo, a lo largo del año de duración inicial del contrato, de los apartados 1 y 2. Por ello, la puesta en marcha y elaboración de cada actuación comunicativa se desarrollará en los siguientes diez meses de la anualidad del contrato, constituyendo la Fase II.

4.- ALCANCE DEL SERVICIO

El Ayuntamiento de Donostia / San Sebastián ofrece a través de sus diferentes áreas y departamentos un amplio catálogo de servicios a la ciudadanía donostiarra. Esta gestión pública requiere de diversas acciones de comunicación para su difusión y conocimiento por parte de la ciudadanía.

Dichas acciones comunicativas se impulsan tanto desde el Gabinete de Comunicaciones, como desde otros departamentos que también realizan acciones puntuales de comunicación.

Así, el Ayuntamiento canaliza su acción comunicativa

Hala, Udalak bere komunikazio-ekintza bideratzen du bide instituzional korporatiboen bidez (webgunea eta sare sozialak), hedabideetako publizitate-kanpainen bidez edo iragarki ofizialen bidez. Hala ere, badira beste ekintza asko ere, udal erakundea herritarrekin komunikatzea dakartenak: hirian presentzia fisikoa duten obra eta proiektuetako jarduketak, hirigintzako esku-hartzeak, hiri mantentze eta zerbitzuetako ekintzak, herritarrekiko komunikazio idatzi edo digitalak, udal zerbitzu berriak martxan jartzea, etab.

Illo horretan, Udalak euskarri fisiko ugari ditu (informazio-kartelak, obren kartelak, panelak, seinaleak...), inprimakiak (dokumentu ofizialak, komunikazioak, informazio-orriak, liburuxkak...), digitalak (web eta sare sozialak), baita Udalaren ibilgailu flota bat ere, mezu eta komunikazio-elementu nagusiak helarazteko.

Komunikazio-ekintza horiei guztiei koherentzia eta estrategia komuna ematearren, Udalak komunikazio-, planifikazio- eta sormen-zerbitzuak behar ditu, komunikazio-estrategia integral bat definitzera zuzenduak, eta ikusizko nortasun espezifiko bat (kontakizuna, ikurhitzza, elementu grafikoak), udal-arlo guztietan komunikazio-elementu komunak eskain ditzaketen egokitzapen grafikoak ahalbidetzeko.

Udalaren Komunikazio Kabineteak uste du komunikazio-estrategia hori definitzean elementu hauek hartu behar direla kontuan:

1.- Udala bere osotasunean hartu behar da kontuan, arlo eta sail guztiak bilduz, horietako edozein islatuta gera dadin, bai estrategian, bai haren zehaztapen kontzeptual eta grafikoan.

2.- Kontzeptu edo ikur_hitz orokor bat eskaintzea, bateratze_elementu nagusi gisa balio dezakeena eta erakundearen izen ofizialari (Donostiako Udala | Donostiako Udala) nahiz bakoitzari dagozkion sail eta arloei lotutako marka sortzaile

3.- Udalaren identitate korporatiboaren eskuliburua betetzea eta harekin koherente izatea, bai kolore-paletan, bai tipografian, beste marka batzuekin batera. Hala ere, marka sortzaileak marka instituzional korporatiboaren lerro grafiko desberdina, bereizgarria eta osagarria eskain dezake.

a través de canales institucionales corporativos (página web y redes sociales), campañas publicitarias en medios de comunicación o anuncios oficiales. Sin embargo, hay muchas otras acciones que también suponen una comunicación de la institución municipal con la ciudadanía: actuaciones en obras y proyectos que tienen una presencia física en la ciudad, intervenciones urbanísticas, acciones de mantenimiento y servicios urbanos, comunicaciones escritas o digitales con la ciudadanía, puesta en marcha de nuevos servicios municipales, etc.

En este sentido, el Ayuntamiento cuenta con multitud de soportes físicos (carteles informativos, carteles de obras, paneles, señales...), impresos (documentos oficiales, comunicaciones, hojas informativas, folletos...), digitales (web y redes sociales), así como con una flota de vehículos del propio Ayuntamiento a través de los que se pueden trasladar los mensajes y elementos comunicativos centrales.

Con el fin de dotar de una coherencia y una estrategia común a todas estas acciones comunicativas, el Ayuntamiento requiere los servicios de comunicación, planificación y creatividad dirigidos a definir una estrategia integral de comunicación, acompañada de una identidad visual específica (relato, *claim*, elementos gráficos) que permita adaptaciones gráficas que puedan ofrecer elementos comunicativos comunes a todas las áreas municipales.

El Gabinete de Comunicación del Ayuntamiento considera que la definición de esta estrategia comunicativa debe contemplar los siguientes elementos:

1.- Tener en cuenta al Ayuntamiento en su conjunto, englobando a las diferentes áreas y departamentos, de forma que cualquiera de ellos se vea reflejados tanto en la estrategia como en su concreción conceptual y gráfica.

2.- Ofrecer un concepto o *claim* general, que pueda actuar como elemento unificador central, y que pueda servir también como marca creativa (elemento gráfico) asociada al nombre oficial de la institución (Donostiako Udala | Ayuntamiento de Donostia / San Sebastián), así como a sus respectivos departamentos y áreas.

3.- Cumplir con el manual de identidad corporativa del Ayuntamiento y ser coherente con el mismo, tanto en la paleta de colores como en la tipografía, la convivencia con otras marcas, si bien la marca creativa puede ofrecer una línea gráfica distinta, diferencial y complementaria a la marca institucional corporativa.

4.- Donostiako Udalaren 2023-27 Gobernu Programarekin bat egitea eta koherentea izatea.

5.- Estrategiak kanal anitzeko komunikazio-ildoak eta komunikazio-ekintzak planteatu beharko ditu (online, kalea, presentziala - udal-eraikinak -, ekitaldiak, ikus-entzunezkoak, prentsa edo antzeko beste batzuk), hainbat udal-arlo barne hartuta.

6.- Udalak ematen dituen zerbitzuen azken hartzaile diren donostiarrei zuzenduta egotea, eta hurbiltasun handiagoa, markarekiko atxikimendu handiagoa, oroitzapena hobetzea eta komunikaziorako gaitasunak indartzea ahalbidetzea.

7.- Hainbat komunikazio-ekintzatan eta udal-sailetan aplika daitezkeen egokitzapenetan hedatzeko aukera ematea.

8.- Aurreko puntuaren ildotik, legealdiaren nortasun bisualak moldagarria izan behar du euskarri desberdinetara: webgunea, sare sozial korporatiboak, idatzizko hedabideak eta hedabide digitalak, irratia, telebista, publizitate inprimatua, digitala, soinuak edo ikus-entzunezkoa, eta baita Udalak herritarrekiko harremanetan erabiltzen dituen dokumentazio ofizialaren plantilletara ere.

9.- Udalaren beste informazio- edo komunikazio-euskarri batzuetara ere egokitu eta aplikatu behar da (informazio-panelak, obra-panelak, pantailak), bai eta Udalaren edo Udalaren zerbitzu publikoak ematen dituzten enpresa esleipendunen ibilgailu-flotara ere.

10.- Donostiako Udalaren hizkuntza-irizpideak betetzea (elebitasuna, euskarari lehentasuna emanaz) eta kontratuaren xede den dokumentazioa bi hizkuntza ofizialetan ematea. Era berean, genero-berdintasunaren irizpideak bete beharko ditu. Hautatutako ikur_hitza eta irudia edozein udal komunikaziotan erabil daitezke, edozein dela ere komunikazio hori egiteko erabilitako hizkuntza.

5.- BITARTEKOAK ETA ZERBITZUAREN

Enpresa esleipendunak lan-talde bat atxiki beharko du zerbitzua emateko, atal honetan zehaztutako profiletan oinarrituta.

5.1 Zuzendaritza sortzaile exekutiboa. Eginkizunak:

- Sormen-taldearen zuzendaritza, hau da, sormen-zuzendaritza eta arte-zuzendaritza.

4.- Estar alineado y ser coherente con el Programa de Gobierno 2023-27 del Ayuntamiento de Donostia.

5.- La estrategia deberá plantear líneas de comunicación y acciones comunicativas multicanal (online, calle, presencial - edificios municipales -, eventos, audiovisuales, prensa u otros similares), que engloben a diferentes áreas municipales.

6.- Estar dirigido a la ciudadanía donostiarra, destinatario final de los servicios que presta el Ayuntamiento, y posibilitar una mayor cercanía, adhesión a la marca, mejorar el recuerdo y reforzar sus capacidades comunicativas.

7.- Posibilitar su despliegue en adaptaciones aplicables a acciones comunicativas diversas, así como a las diferentes áreas municipales.

8.- En línea con el punto anterior, la identidad visual de legislatura debe ser adaptable a diferentes soportes: página web, redes sociales corporativas, medios de comunicación escritos y digitales, radios, televisiones, publicidad impresa, digital, sonora o audiovisual, así como a las plantillas de la documentación oficial que el Ayuntamiento utiliza en sus relaciones con la ciudadanía.

9.- También debe ser adaptable y aplicable a otros soportes informativos o comunicativos propios del Ayuntamiento (paneles informativos, paneles de obras, pantallas) así como a la flota de vehículos del Ayuntamiento o de las empresas adjudicatarias que presten servicios públicos del Ayuntamiento.

10.- Cumplir con los criterios lingüísticos del Ayuntamiento de Donostia (bilingüismo, dando prioridad al euskera) y entregar la documentación objeto del contrato en las dos lenguas oficiales. Así mismo, deberá cumplir con los criterios de igualdad de género. El *claim* y la imagen seleccionadas deberán ser aplicables indistintamente en todas las comunicaciones municipales, indistintamente del idioma en que se realice la comunicación.

5.- RECURSOS Y PLANIFICACIÓN DEL SERVICIO

La empresa adjudicataria deberá adscribir un equipo de trabajo para la prestación del servicio, basándose en los perfiles detallados a continuación:

5.1 Dirección creativa ejecutiva. Funciones:

- Dirección del equipo creativo, esto es, Dirección creativa y Dirección de arte.



- Ikusizko identitatearen / marka-identitatearen garapenaren norabidea.
- Komunikazio-estrategia garatzen laguntzea.

Aurretik 2 urteko esperientzia izan beharko du erakunde pribatu edo publikoentzako antzeko proiektuetan, alegia, komunikazio, plangintza eta sormen-zerbitzuetan.

5.2. Komunikazio-estrategiaren zuzendaritza. Eginkizunak:

- Komunikazio Estrategia zuzendu eta garatzea.

Aurretik 2 urteko esperientzia izan beharko du erakunde pribatu edo publikoentzako antzeko proiektuetan, alegia, komunikazio, plangintza eta sormen-zerbitzuetan.

5.3. Kontuen zuzendaritza. Eginkizunak:

- Komunikazio-estrategiaren eta ikusizko identitatearen / marka-identitatearen garapenean parte hartzea eta segimendua egitea, gainerako zuzendaritzekin batera.
- Kontratuaren esleipendunak izendatutako talde arduradunarekin elkarriketa.
- Eskatutako zerbitzua betetzeko egin beharreko lanen eta lanen plangintza, antolaketa eta jarraipena.

Aurretik 2 urteko esperientzia izan beharko du erakunde pribatu edo publikoentzako antzeko proiektuetan, alegia, komunikazio, plangintza eta sormen-zerbitzuetan.

5.4. Junior kontuen exekutiboa. Eginkizunak:

- Kontu Zuzendaritzari laguntza ematea, adjudikatzaileak esleitutako kontratuaren ardura duen taldearekiko elkarriketa-lanetan eta egin beharreko lanen eta zereginen antolaketan eta jarraipenean.

5.4 Sormenezko zuzendaritza. Eginkizunak:

- Ikusizko identitatea / marka-identitatea garatzea, zuzendaritza sortzaile exekutiboaren eta arte-zuzendaritzaren pean.
- Komunikazio-estrategia egiten laguntzea.
- Ekintza-planaren arabera egin beharreko komunikazio-lanen eta -zereginen zuzendaritza

- Dirección del desarrollo de la Identidad visual / de marca.
- Colaboración en el desarrollo de la Estrategia de Comunicación.

Deberá tener experiencia previa de 2 años en proyectos similares de comunicación, planificación y creatividad para entidades privadas o instituciones públicas.

5.2 Dirección de estrategia de comunicación. Funciones:

- Dirección y desarrollo de la Estrategia de Comunicación.

Deberá tener experiencia previa de 2 años en proyectos similares de comunicación, planificación y creatividad para entidades privadas o instituciones públicas.

5.3. Dirección de cuentas. Funciones:

- Participación y seguimiento en el desarrollo tanto de la Estrategia de Comunicación como de la Identidad visual / de marca junto con el resto de direcciones.
- Interlocución con el equipo responsable asignado por el adjudicador del contrato.
- Planificación, organización y seguimiento de las tareas y trabajos a desarrollar para cumplir con el servicio solicitado.

Deberá tener experiencia previa de 2 años en proyectos similares de comunicación, planificación y creatividad para entidades privadas o instituciones públicas.

5.4. Ejecutivo/a de cuentas junior. Funciones:

- Apoyo a la Dirección de cuentas en sus labores de interlocución con el equipo responsable del contrato asignado por el adjudicador y la organización y seguimiento de los trabajos y tareas a realizar.

5.5. Dirección creativa. Funciones:

- Desarrollo, bajo la Dirección creativa ejecutiva y junto a la Dirección de arte, de la Identidad visual / de marca.
- Colaboración en la elaboración de la Estrategia de comunicación.
- Dirección y seguimiento de los diferentes trabajos y tareas comunicativas a realizar

eta jarraipena.

- Erredakzio-lana gainbegiratzeko eta web-diseinatzailea.

Aurretik 2 urteko esperientzia izan beharko du erakunde pribatu edo publikoentzako antzeko proiektuetan, alegia, komunikazio, plangintza eta sormen-zerbitzuetan.

5.6. Arte zuzendaritza. Eginkizunak:

- Ikusizko / marka-nortasuna garatzea, sormenezko zuzendaritza exekutiboaren eta sormenezko zuzendaritzaren pean.
- Komunikazio-estrategia egiten laguntzea.
- Ekintza-planaren arabera egin beharreko komunikazio-lanen eta -zereginen zuzendaritza eta jarraipena.
- Ikasketa-buruzagitzaren lana gainbegiratzeko – Arte finalista eta web-diseinatzailea.

Aurretik 2 urteko esperientzia izan beharko du erakunde pribatu edo publikoentzako antzeko proiektuetan, alegia, komunikazio, plangintza eta sormen-zerbitzuetan.

5.7. Idazlana. Eginkizunak:

- Zuzendaritza sortzaileari laguntza ematea, abian jarri beharreko komunikazio-ekintzetarako materialak eta testu-edukiak garatzeko.

5.8. Ikasketa-buruzagitza – Artefinalista. Eginkizunak:

- Inprimatzeko edo argitaratzeko behar diren komunikazio-pieza guztiak prestatzea eta egokitzea, euskarri / bitarteko / formatu bakoitzaren espezifikazioen arabera.
- Pieza horien kalitate-kontrola (koloreak behar bezala erabiltzea, tipografiak, maketazioa, elementuen kokapena eta antzekoak).

Aurretik 2 urteko esperientzia izan beharko du erakunde pribatu edo publikoentzako antzeko proiektuetan, alegia, komunikazio, plangintza eta sormen-zerbitzuetan.

5.9. Web diseinua. Eginkizunak:

- Kanal, euskarri eta formatu digitalen komunikazio-pieza guztiak prestatzea eta

según el Plan de acción.

- Supervisión del trabajo de Redacción y Diseñador web.

Deberá tener experiencia previa de 2 años en proyectos similares de comunicación, planificación y creatividad para entidades privadas o instituciones públicas.

5.6. Dirección de arte. Funciones:

- Desarrollo, bajo la Dirección creativa ejecutiva y junto a la Dirección creativa, de la Identidad visual / de marca.
- Colaboración en la elaboración de la Estrategia de comunicación.
- Dirección y seguimiento de los diferentes trabajos y tareas comunicativas a realizar según el Plan de acción.
- Supervisión del trabajo de Jefatura de estudio – Arte finalista y Diseñador web.

Deberá tener experiencia previa de 2 años en proyectos similares de comunicación, planificación y creatividad para entidades privadas o instituciones públicas.

5.7. Redacción. Funciones:

- Apoyo a la Dirección creativa en el desarrollo de los materiales y contenidos textuales para las diferentes acciones comunicativas a poner en marcha.

5.8. Jefatura de estudio – Artefinalista. Funciones:

- Preparación y adaptación de todas las piezas comunicativas necesarias para impresión o publicación, según las especificaciones de cada soporte / medio / formato.
- Control de calidad de dichas piezas (uso correcto de colores, tipografías, maquetación, disposición de elementos y similares).

Deberá tener experiencia previa de 2 años en proyectos similares de comunicación, planificación y creatividad para entidades privadas o instituciones públicas.

5.9. Diseño web. Funciones:

- Preparación y adaptación de todas las piezas comunicativas de canales, soportes y



egokitzea.

- Pieza horien kalitate-kontrola (koloreak, tipografiak, pisua, artxibo entregagarrien formatua, elementuen antolaketa edo antzeko beste batzuk behar bezala erabiltzea).

Enpresa esleipendunak bakarrik zehaztuko ditu bere langileen beharrak, aurreko paragrafoan adierazitakoari kalterik egin gabe. Nolanahi ere, behar bezala koordinatutako giza talde bat eduki beharko du, eman beharreko zerbitzuak garaiz eta behar bezala egiteko.

KOORDINATZAILEA IZENDATZEA. Enpresa esleipendunak zerbitzuaren gaineko koordinatzaile bat izendatu behar du kontratuaren arduradunarekin erlazioan egoteko. Pertsona horrek behar besteko ahalmena izango du enpresa esleipendunaren izenean erabaki egokiak hartzeko, eta erabakiak hartzeko gaitasun faltak ez die eragingo, ez legezko ez formazko erabakiak hartzeko gaitasunik ezak, eta bera izango da kontratuari dagozkion gai guztietarako solaskide baliagarri bakarra.

formatos digitales.

- Control de calidad de dichas piezas (uso correcto de colores, tipografías, peso, formato de archivos entregables, disposición de elementos u otros similares).

La empresa adjudicataria determinará, sin perjuicio de lo señalado en el párrafo anterior, de forma exclusiva las necesidades de su personal. En todo caso, deberá disponer de un equipo humano debidamente coordinado para la realización, en tiempo y forma, de los servicios a prestar.

DESIGNACIÓN DE PERSONA COORDINADORA. La empresa adjudicataria deberá nombrar una persona coordinadora para su relación con el responsable del contrato en todo lo concerniente al servicio. Dicha persona tendrá el poder suficiente para tomar las decisiones oportunas en nombre de la empresa adjudicataria, sin que las mismas puedan verse afectadas por falta de capacidad decisoria, ya sea legal o formal, siendo la única interlocutora válida para todos los asuntos relativos al contrato.

Donostian, sinadura datan
Sinatua: Iñigo Herce
Komunikazio Kabinetea

