Baldintza teknikoen orria
Pliego de prescripciones técnicas particulares

DOSIER ZK. - *Nº EXPEDIENTE:*
2023/CO_NSER/0010

PLIEGO DE CLÁUSULAS TÉCNICAS PARTICULARES DEL AYUNTAMIENTO DE VITORIA-GASTEIZ PARA LA CONTRATACIÓN, POR PROCEDIMIENTO NEGOCIADO SIN PUBLICIDAD, DE Acciones de comunicación y planificación de la estrategia comunicativa de la campaña de promoción de Ciudades Conectadas

Expediente : 2023/CO_NSER/0010
Titulo : Acciones de comunicación y planificación de la estrategia comunicativa de la campaña de promoción de Ciudades Conectadas.
Departamento : ALCALDIA Y RELACIONES INSTITUCIONALES
Código CPV : 79340000-9 - Servicios de publicidad y de marketing (Principal)

1.- DEPARTAMENTO QUE INICIA LA CONTRATACIÓN

Departamento de Alcaldía y Relaciones Institucionales

2.- OBJETO DE CONTRATACIÓN.

Acciones de comunicación y planificación de la estrategia comunicativa de la campaña de promoción de Ciudades Conectadas.

En septiembre de 2021 los ayuntamientos de Valladolid, Vitoria-Gasteiz, Valencia, Logroño, Fuenlabrada y Gijón, firmaron un acuerdo entre municipios para la ejecución del Proyecto Ciudades Conectadas. Este proyecto será la plataforma de referencia a nivel nacional para la implantación, desarrollo e innovación de la movilidad urbana en las ciudades, sirviendo a su vez de herramienta de gobernanza o planificación de estrategias para los ayuntamientos, posicionando en el centro del proyecto la seguridad y simplificación de la herramienta para la ciudadanía.
El proyecto completo, objeto de la subvención PRTRMU-21-00225 (una única actuación P19_L1-20210927-1 Proyecto Ciudades Conectadas), tiene como meta fundamental el desarrollo e implantación de una plataforma digital multiciudad, en código abierto, para la captación, procesamiento y explotación de datos de movilidad de forma integrada e interoperable. La plataforma proveerá de diferentes servicios de movilidad urbana y gestión de la movilidad de forma coordinada. La agrupación de municipios decidió solicitar la subvención convocada por el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, en virtud de la Orden TMA/892/2021 de 17 de agosto, por el que se aprueban las bases reguladoras para el Programa de ayudas a municipios para la implantación de zonas de bajas emisiones y la transformación digital y sostenible del transporte urbano en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, que fue aprobada por la Orden Ministerial de 20 de mayo de 2022 por la que se aprueban las ayudas de la primera convocatoria del programa de ayudas a municipios para la implantación de zonas de bajas emisiones y la transformación digital y sostenible del transporte urbano, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.
Para poder desarrollar de manera eficiente y efectiva el proyecto, se divide en varios paquetes de trabajo asumidos por cada ciudad, siendo uno de estos paquetes el objeto del contrato licitado por el Ayuntamiento de Vitoria (2022/EU_ASER0119).

Egiaztatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoen alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.
Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena *Firmado por*	SA HERNANDEZ, JOSU (Técnico/a de Comunicación de Alcaldía y Relaciones Institucionales)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	OFIFUWDEXASWQVRP4TAH47CSDA	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	17/05/2023 11:23:54
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	1/7

OFIFUWDEXASWQVRP4TAH47CSDA

Este contrato se dividió en 3 lotes, y el segundo lote se quedó desierto. Es el objeto de este segundo lote lo que incluye el presente contrato:Acciones de comunicación y planificación de la estrategia comunicativa de la campaña de promoción de Ciudades Conectadas.
En efecto, el contrato 2022/EU-ASER0119 se dividió en los siguientes 3 lotes:

• Lote 1: Branding y creatividad de la campaña integral de comunicación. Diseño y manual de la marca. Diseño de interfaces gráficas,

• Lote 2: Acciones de comunicación y planificación de la estrategia comunicativa de la campaña de promoción de Ciudades Conectadas,

• Lote 3: Diseño y creación de una web informativa del proyecto, creación RRSS, mantenimiento y gestión de contenidos

3.- CONTENIDO Y ALCANCE DEL CONTRATO.

Es el lote 2 declarado desierto del contrato de diseño e implantación de un proyecto integral de comunicación del proyecto Ciudades Conectadas. En efecto, este contrato fue dividido en 3 lotes, y uno de ellos, el lote 2 se quedó desierto. Se quiere ahora licitarlo a través del procedimiento negociado sin publicidad, tal y como lo permite el artículo 168a)1º y 168 b) 2º de la Ley de Contratos del Sector Público.

El objetivo del segundo lote es el diseño, planificación y ges&ón de la estrategia de comunicación para medios tradicionales y digitales, tanto informativos como publicitarios, para la difusión de la campaña en las etapas de presentación y lanzamiento del proyecto. De manera específica, debe realizarse el Plan de Medios que incluya la inversión de compra de medios para llevar a cabo las campañas publicitarias en prensa, radio, redes sociales y otros soportes, teniendo en cuenta los públicos objetivos definidos previamente en el objeto del contrato original: persona usuaria; otras ciudades que pudieran participar en el proyecto y proveedores de movilidad públicos y privados.

Plazo de ejecución de las tareas objeto del contrato
En la planificación del calendario de las tareas a realizar en este contrato a empresa adjudicataria deberá tener en cuenta las restricciones temporales que contempla el cronograma presentado y aprobado en la convocatoria. La fecha prevista de inicio de los servicios objeto de este contrato estará condicionada por las fechas del lanzamiento que se establezcan por la dirección del proyecto. Sus cronogramas considerarán una fecha genérica que hará referencia a la fecha de lanzamiento del proyecto.
La empresa adjudicataria ~~del lote 2~~ presentará una propuesta de calendario en el que se detallarán las acciones contempladas en su oferta de planificación enmarcadas dentro los plazos temporales en base a los que se realiza la campaña de medios propuesta. Cuando la dirección del proyecto establezca las fechas del lanzamiento se actualizará el plan para ejecutar el cronograma defintivo del proyecto.

Tareas a desarrollar por la empresa adjudicataria
Los servicios responsabilidad de la adjudicataria en este contrato incluyen:

- Gestión integral de las acciones promocionales en display, mecanismos de compra programátia, segmentaciones avanzadas, campañas de vídeo, anuncios en medios sociales y campañas SEM, así como el reimpacto de los usuarios afines.
- Adquisición de espacios publicitarios en todos los medios/soportes que se determinen. En este apartado se incluyen todos los gastos, tasas e impuestos derivados de la compra de los espacios publicitarios.
- Traducción de los anuncios a los idiomas correspondientes a aquellas comunidades autónomas en las que se inserten las piezas creativas.
- Estrategia, investigación, planificación, ejecución, justiicación y evaluación de las acciones publicitarias durante la vigencia del contrato.

Egiaztatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoen alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.
Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena *Firmado por*	SA HERNANDEZ, JOSU (Técnico/a de Comunicación de Alcaldía y Relaciones Institucionales)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	OFIFUWDEXASWQVRP4TAH47CSDA	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	17/05/2023 11:23:54
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	2/7

OFIFUWDEXASWQVRP4TAH47CSDA

- La empresa adjudicataria deberá presentar un plan de medios de acción global, con detalle de las actuaciones mensuales. Dicho plan de acción global deberá contener todas las tareas previstas por el adjudicatario con relación a la ejecución de las actuaciones publicitarias previstas para el desarrollo de este contrato a lo largo de las etapas de la campaña para la presentación y lanzamiento del proyecto. El plan deberá contener de manera general, y también desglosado una propuesta de mix de medios y la previsión dedicada a cada una de las acciones publicitarias previstas en la estrategia digital: Display, SEM (Search Engine Marketing), compra programática, medios previstos en los que se implementarán las acciones de esta campaña y previsión de clics y visionados.
- El plan de medios definitivo deberá ser aprobado por la dirección del proyecto y contemplar los ajustes necesarios en caso de que no cumpla los requisitos señalados en la presente cláusula. La dirección del proyecto facilitará a la empresa adjudicataria las creatividades que se inserten en los medios, en los idiomas respectivos desarrollados en la ejecución del Lote 1. La empresa adjudicataria será responsable de vigilar los medios y webs en las que se inserten anuncios. Está expresamente prohibida la inserción de mensajes en aquellos sitios que fomenten actividades delictivas o que incluyan contenidos ofensivos o denigrantes para el prestigio de la marca.

Además, la empresa adjudicataria deberá presentar un informe de los resultados y evaluación de cumplimiento de los objetivos propuestos, así como un documento final de archivo que sirva de registro de las publicaciones realizadas durante la ejecución del proyecto. Entre las modalidades de contratación contempla las figuras de compra en medios tradicionales, formatos display, compra programática, rich media, campañas de audio, campañas de vídeo, anuncios en medios sociales, campañas SEM, elaboración de contenidos de marca o creación de experiencias de usuario.

Presentación de ofertas

Los licitadores deberán presentar un documento descriptivo (texto corrido o presentación) en el que se establezca la propuesta de planificación de medios tradicionales y digitales para una campaña de 18 meses de duración máxima, en el ámbito regional para presentación y lanzamiento, y en el ámbito nacional para el lanzamiento y mantenimiento. El mayor peso de la campaña de difusión se basará en la estrategia digital.

El documento debe precisar el alcance y descripción de los trabajos a ejecutar, así como el cronograma de actividades con su correspondiente calendario de trabajo en el que se reflejen las tareas que se llevarán a cabo. En la redacción de la oferta se contempla, como elementos mínimos obligatorios,, la siguiente información:

- Análisis y definición de objetivos para los grupos target señalados. La planificación de estrategia para el público usuario general definirá la distribución de recursos para la compra de medios, los otros grupos: operadores y ayuntamientos se apoyarán en los contenidos globales y acciones de relaciones públicas y prensa. Deberán establecer un core target para el público usuario general justificando su pertinencia y argumentando sus hábitos de consumo de Internet.
- Objetivos y estrategia de campaña en medios tradicionales y digitales: los licitadores establecerán y justificarán sus objetivos de campaña (principales y secundarios), indicando la duración de la misma, para las fases y distribución temporal (cronograma y calendario de trabajo) para la presentación y lanzamiento. Indicarán aquellos mercados (regional: Fuenlabrada, Gijón, Logroño, Valladolid, Valencia, Vitoria-Gasteiz y nacional) en los que se incidirá durante el período de vigencia del contrato. Propuesta de formatos contratados: existirá una mención específica a las modalidades de contratación previstas para cada soporte, detallando aquellos formatos que aporten valor añadido a la oferta.
- Plan de medios: los licitadores aportarán una propuesta de plan de medios en el que se concreten los soportes que se utilizarán en la campaña, estableciendo una diferencia argumentada entre aquellos soportes principales y los soportes secundarios. En la propuesta deberá estar des-

Egiaztatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoen alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.
Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena *Firmado por*	SA HERNANDEZ, JOSU (Técnico/a de Comunicación de Alcaldía y Relaciones Institucionales)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua) *CSV (Código Seguro de Verificación)*	OFIFUWDEXASWQVRP4TAH47CSDA	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	17/05/2023 11:23:54
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	3/7

OFIFUWDEXASWQVRP4TAH47CSDA

glosado el porcentaje de adquisición de espacios publicitarios regionales y nacionales tanto en ámbito offline (prensa, radio, TV) como online (digital).(prensa, radio, TV y digital).

- Junto con el plan de medios se aportará una propuesta de resultados mínimos que se conseguirán con la campaña en términos de impresiones, visionados, clics, y CTR (Click Through Rate: el número de clics que obtiene un enlace respecto a su número de impresiones).
- La propuesta debe contemplar una propuesta de acciones de Relaciones Públicas para la participación del proyecto en eventos y congresos del sector de la movilidad.

Egiaztatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoen alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.
Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena *Firmado por*	SA HERNANDEZ, JOSU (Técnico/a de Comunicación de Alcaldía y Relaciones Institucionales)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	OFIFUWDEXASWQVRP4TAH47CSDA	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	17/05/2023 11:23:54
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	4/7

OFIFUWDEXASWQVRP4TAH47CSDA

Para la confección de este documento, la empresa adjudicataria deberá respetar su oferta en términos de inversión, objetivos de comunicación y públicos objetivos, así como los requerimientos de medios indicados en este pliego de prescripciones técnicas.

Distribución de la inversión contemplada en la compra de medios
Para la elaboración y ejecución del mix de medios para el primer semestre se deberá ejecutar el 60% de la inversión prevista para todo el año, una vez descontada la comisión de agencia. A lo largo del año, se trabajará conjuntamente con el equipo promotor para establecer el plan de medios del segundo semestre, que supondrá el 40% restante de la inversión. Se ejecutará el 100% del presupuesto. La valoración económica se realizará sobre el presupuesto de agencia.
Los licitadores deberán ofertar el porcentaje de comisión de agencia en importe neto, IVA excluido, sobre el total del importe de la adjudicación para este contrato (570.000 €, IVA excluido).

Sobre el plan de medios
Para la elaboración del plan de medios, la empresa adjudicataria deberá contemplar:

- Preponderancia de las acciones online. El plan de medios propuesto deberá apostar, aunque no en su totalidad, por las acciones online. Además, se valorará la inclusión de nuevas plataformas. En el caso de las redes sociales, se descartarán las más tradicionales (Facebook o TwiYer) y se abrirá la puerta a otras más novedosas y de más reciente implantación.
- Alcance. Se analizará el alcance de la campaña en cuanto a impactos, frecuencias, visionados del material audiovisual y conversión de la campaña. Las mediciones y los datos deberán basarse en fuentes contrastadas.
- Notoriedad. Al tratarse de una campaña dirigida a la generación de marca, se priorizarán los grandes formatos y los posicionamientos premium para garantizar la visibilidad de los anuncios.
- Innovación y originalidad. El plan de medios propuesto deberá ser atrevido. En la medida de lo posible, se deberán seleccionar medios o formatos novedosos y se incluirán acciones singulares.
- Criterios medioambientales y sociales en la selección de soportes/acciones. El plan de medios propuesto deberá seguir criterios de menor impacto ambiental. Por ejemplo, no se admitirán vallas o campañas en transportes urbanos contaminantes. También deberá respetar los valores de diversidad, igualdad, inclusión, accesibilidad y sostenibilidad (medioambiente, promoción de cultura local…). No se podrán incluir medios que fomenten la violencia ni cualquier tipo de discriminación.

4.- PLAZO DE EJECUCIÓN

El contrato tendrá una duración de 18 meses. La fecha estimada de inicio de la prestación es julio de 2023.

5.- CRITERIOS DE VALORACIÓN

El objeto del lote que conforma esta licitación responde a servicios especializados que deben realizarse por empresas con amplio conocimiento y experiencia en la materia, que garanticen el desarrollo de todos los puntos contemplados de la forma más solvente y rigurosa para lograr un resultado lo más satisfactorio posible.
Por lo tanto y para asegurar una alta calidad de partida es indispensable ponderar los aspectos que se recogen en los criterios cualitativos que dependen de un juicio de valor.
La puntuación total máxima a obtener por cada empresa será de CIEN PUNTOS, repartidos de la siguiente forma:

Egiaztatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoen alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.
Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena *Firmado por*	SA HERNANDEZ, JOSU (Técnico/a de Comunicación de Alcaldía y Relaciones Institucionales)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	OFIFUWDEXASWQVRP4TAH47CSDA	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	17/05/2023 11:23:54
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	5/7

OFIFUWDEXASWQVRP4TAH47CSDA

- Criterios de valoración sujetos a juicio de valor: 49 puntos.
- Criterios de valoración automática (precio/comisión de agencia): 51 puntos.

La adjudicación recaerá en la empresa licitadora que presente la mejor oferta, valorada conforme a los siguientes criterios de valoración:

1. Criterios de valoración sujetos a juicio de valor (máximo 49 puntos), que se distribuirán:
   1.1. Memoria descriptiva del proyecto. Máximo 49 puntos, divididos de la siguiente forma:
   - Planteamiento estratégico: grado de alineación con la filosofía del proyecto, idoneidad de las líneas de comunicación sugeridas para cada target. Máximo 18.
   - Valoración del plan de difusión y promoción. Idoneidad de los canales y acciones elegidos para llegar a los públicos propuestos. Máximo 11 puntos.
   - Valoración de los elementos de comunicación, originalidad, nuevos formatos, propuestas de difusión de las creatividades sugeridas: cualidades, atractivo, diferenciación, adecuación al planteamiento estratégico. Máximo 10 puntos.
   - Propuesta de distribución porcentual del presupuesto para compra en medios y soportes publicitarios. Máximo 10 puntos.
2. Comisión de agencia (máximo 51 puntos). La valoración económica se realizará sobre la comisión de agencia. Se otorgarán 51 puntos a la empresa que presente la comisión más baja y 0 puntos a la comisión más alta. La comisión a percibir por la agencia no superará el 5%.

Para el resto de empresas, la puntuación a obtener en este apartado se calculará proporcionalmente según la fórmula siguiente:

Puntuación por comisión de agencia = 51 x (Comisión más alta - Comisión del licitador que se valora / Comisión más alta – Comisión más baja)

Siendo Puntuación por comisión de agencia = Puntuación máxima posible a obtener.
Comisión más alta = Porcentaje de comisión más alta de entre todas las ofertas presentadas.
Comisión del lictador que se valor = Porcentaje de comisión de la oferta a valorar.
Comisión más baja = Porcentaje de comisión más baja de entre todas las ofertas presentadas.

Las empresas licitadoras especificarán la comisión por tramitación, el porcentaje que percibirá la agencia por este concepto. Esta comisión será única para todos los medios y soportes publicitarios y no podrá superar el 5%. Se aplicará en aquellos casos en los que el equipo responsable del proyecto Ciudades Conectadas, habiendo negociado directamente con los medios de comunicación, haya obtenido mejoras en el precio de las tarifas de la agencia. En este caso se ordenará la inserción de la publicidad a través de la agencia, percibiendo el contratista la comisión de agencia ofertada, que se calculará sobre el precio negociado por el equipo responsable del proyecto.

6 CONDICIONES ESPECIALES ESPECÍFICAS

El presente expediente se corresponde con el proyecto financiado con cargo al Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) según Orden TMA/892/2021, de 17 de agosto, por la que se aprueban las bases reguladoras para el Programa de ayudas a municipios para la implantación de zonas de bajas emisiones y la transformación digital y sostenible del transporte urbano, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, con las siguientes características:

1. Política palanca I. Agenda urbana y rural, lucha contra la despoblación y desarrollo de la agricultura.
2. Componente C1: Plan de choque de movilidad sostenible, segura y conectada en entornos urbanos y metropolitanos.
3. Medida C1.I1b.i: Desarrollo de zonas de bajas emisiones y de proyectos de transformación sostenible del transporte urbano y metropolitano (actuaciones municipales). Líneas de actuación 2a

Egiaztatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoen alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.
Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena *Firmado por*	SA HERNANDEZ, JOSU (Técnico/a de Comunicación de Alcaldía y Relaciones Institucionales)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	OFIFUWDEXASWQVRP4TAH47CSDA	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	17/05/2023 11:23:54
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	6/7

OFIFUWDEXASWQVRP4TAH47CSDA

y 2b (excepto de infraestructuras para bicicletas) y digitalización (actuaciones municipales), línea de actuación 2d.

4. Proyecto o línea de actuación: Apoyo, mediante diversas líneas de subvenciones, a las inversiones a realizar por las entidades locales o comunidades autónomas, así como por empresas prestatarias de servicios de transporte público, públicas y privadas, para el diseño e implementación de zonas de bajas emisiones, medidas de transformación sostenible y digital del sistema de transporte público, fomento de la movilidad actva y otras medidas complementarias cuyo objetivo final sea una menor u&lización del vehículo privado en los entornos urbanos y metropolitanos, en línea con las actuaciones previstas en sus planes de movilidad sostenible .
5. Objetivo: Publicación de la adjudicación de proyectos o subvenciones en el BOE o en la plataforma de contratación pública o de la ejecución de gastos relacionados con adquisiciones por parte de municipios que contribuyan a fomentar la movilidad sostenible en los municipios de más de 50.000 habitantes y capitales de provincia; en determinadas condiciones, también podrán asignarse a municipios de entre 20.000 y 50.000 habitantes
6. Criterios para su seguimiento y acreditación: Documento resumen que justifique debidamente cómo se cumplió satisfactoriamente el hito (incluyendo los elementos relevantes del hito, tal como se enumeran en la descripción del hito y de la medida correspondiente en el anexo del CID (Decisión de Ejecución del Consejo, en sus siglas en inglés).
7. Plazo temporal de ejecución: 18 meses.
8. A efecto del régimen de penalidades de este contrato, además de las indicadas en la carátula del PCAP, se consideran demora en la ejecución del contrato los siguientes incumplimientos:
   - El incumplimiento de los hitos y objetivos indicados en el contrato.
   - El incumplimiento de los plazos temporales para la realización de los hitos y objetivos indicados en el contrato.

-

Egiaztatzeko kode seguruak (EKS) agiri elektroniko honen kopia baten osotasuna egiaztatzea ahalbidetzen du, helbide honetan: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
El código de verificación (CSV) permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://sedeelectronica.vitoria-gasteiz.org/verifirmav2/
Agiri honek sinadura elektronikoa darama, konfiantzazko zerbitzu elektronikoen alderdi jakin batzuk arautzen dituen azaroaren 11ko 6/2020 Legearen arabera.
Este documento incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.

Sinatzailearen izena *Firmado por*	SA HERNANDEZ, JOSU (Técnico/a de Comunicación de Alcaldía y Relaciones Institucionales)		
EKS (Egiaztatzeko Kode Segurua *CSV (Código Seguro de Verificación)*	OFIFUWDEXASWQVRP4TAH47CSDA	**Data eta Ordua** *Fecha y Hora*	17/05/2023 11:23:54
Zerbitzaria *Servidor*	**Ayuntamiento de Vitoria-Gasteizko Udala**	**Orrialdea** *Página*	7/7

OFIFUWDEXASWQVRP4TAH47CSDA