PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TECNICAS PARA LA CONTRATACION DE SERVICIOS DE PLANIFICACION Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA CAMPAÑA DE DIFUSION DE LA PARENTALIDAD POSITIVA

I. TAREAS A REALIZAR POR LA ENTIDAD ADJUDICATARIA

La entidad adjudicataria deberá elaborar un plan de medios para difundir la creatividad elaborada para la campaña, así como comprar los espacios publicitarios necesarios para asegurar el mayor número de impactos entre el público objetivo.

CARACTERÍSTICAS DE LA CAMPAÑA:

- Objetivo: Suscitar reflexión sobre la importancia del TIEMPO Y ATENCIÓN que padres y madres dedicamos a nuestros hijos e hijas a través del JUEGO. Transmitir la idea de que a través del juego se fortalecen los lazos y el vínculo tanto en el presente como en el futuro.
- Periodo de difusión: segunda quincena de diciembre, período en torno a las Navidades
- Duración: 15 días.
- Ámbito de actuación: la Comunidad Autónoma de Euskadi.
- Público al que se dirige:
    - Especialmente dirigido a padres y madres con hijos e hijas hasta los 14 años de edad.
    - También a futuros padres/madres en los meses de embarazo.
    - A todo aquel que de una u otra forma esté en contacto con niños y niñas: abuelos y abuelas, personas cuidadoras….
- Soportes publicitarios:
    - Anuncios en prensa escrita (en formato vertical)
    - Cuñas de radio de 20” (euskera y castellano)
      El cierre de la cuña es el siguiente:
      Gobierno Vasco. Igualdad, Justicia y Políticas Sociales. Euskadi, bien común.
      Eusko Jaurlaritza. Berdintasun, Justizia eta Gizarte Politikak. Euskadi, auzolana
    - Banners
    - Vídeo 20” para TV + difusión a través de redes sociales.
    - Cartelería
- Condiciones lingüísticas: la campaña se difundirá en las dos lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma de Euskadi.

De acuerdo con las características de la campaña, la entidad adjudicataria deberá planificar los medios en base a un plan de medios y comprar los espacios publicitarios para la difusión de la campaña.

El plan de medios deberá incluir, como mínimo, espacios en los siguientes medios publicitarios para su difusión:

- Internet y Redes Sociales.
- Prensa escrita
- Medios digitales.
- Radios
- TV

Quedarán excluidos de esta planificación los medios de EITB, y se valorará, si se justifica su eficacia, la inserción en televisiones locales.

II. METODOLOGIA

La entidad adjudicataria planteará el plan de medios y ofertará la compra de los espacios publicitarios que considere acordes a los objetivos de la campaña.

III. PRESENTACION DE RESULTADOS

La entidad deberá presentar un informe final en el que especificará las inserciones efectivamente llevadas a cabo durante la campaña de difusión en cada uno de los medios incluidos en la propuesta.

IV. CONDICIONES LINGÜÍSTICAS DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

Este contrato se halla sujeto al régimen de doble oficialidad lingüística establecido por el Estatuto de Autonomía del País Vasco en su artículo 6º y regulado por la Ley 10/1982, de 24 de noviembre, básica de normalización del uso del euskera, y por la normativa que la desarrolla.

La campaña se difundirá en las dos lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma de Euskadi. La empresa adjudicataria deberá garantizar la atención y relación en las dos lenguas oficiales de la CAPV.

El informe final se presentará en formato digital y en los dos idiomas oficiales, euskera y castellano.

V. RECURSOS HUMANOS

El equipo contratado se compromete a movilizar todos los recursos humanos necesarios para la correcta realización de los trabajos objeto del contrato, correspondiéndole en todo caso la relación jurídica con dicho personal. El Departamento de Igualdad, Justicia

y Políticas Sociales queda desvinculado a todos los efectos de cualquier relación con las personas señaladas

El personal dependerá funcional y orgánicamente de la empresa adjudicataria, bajo la vinculación societaria o laboral que corresponda, así como el aseguramiento pertinente. Los contratos laborales que la entidad adjudicataria celebre con los miembros del equipo deberán respetar el convenio colectivo de aplicación en el sector y deberán ser acordes a la categoría de los mismos y al horario a cubrir.

La entidad adjudicataria mantendrá una figura responsable del contrato para cumplirlo en tiempo y forma, que será la encargada de la supervisión del trabajo y será la interlocutora válida por parte de la Administración.

VI. OBLIGACIONES DE LA EMPRESA PRESTATARIA DEL SERVICIO

La entidad adjudicataria deberá:

a) Garantizar la protección de datos personales, en los términos descritos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales.

b) Cumplir, durante el periodo de ejecución del contrato, las condiciones relativas a inserción socio-laboral, igualdad de mujeres y hombres, calidad de empleo y derechos laborales básicos, así como de seguridad y salud laboral previstos en la normativa vigente.

VII. OTRAS: SUPERVISIÓN TÉCNICA DE LOS TRABAJOS

La Dirección de Familias e Infancia podrá hacer sugerencias y aportar criterios de trabajo en cualquier momento del proyecto.

La supervisión de la ejecución del contrato y el desarrollo de las actuaciones y las tareas destinadas a dicho fin, correrá a cargo de la Dirección de Familias e Infancia.

Asimismo, la citada dirección será la responsable de la comunicación con la entidad adjudicataria, así como de dictar las instrucciones y las aclaraciones necesarias; en especial, cuando surjan controversias o dudas acerca de la interpretación o valoración de la información o sobre los contenidos que se produzcan.