PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA AL DEPARTAMENTO DE CUIDADOS Y POLÍTICAS SOCIALES PARA EL DISEÑO Y DESPLIEGUE DEL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA AGENDA DE CUIDADOS Y POLÍTICAS SOCIALES 20>30.

1. OBJETO DEL CONTRATO

La presente contratación tiene por objeto dos finalidades. Por una parte, se busca aumentar el conocimiento y la comprensión de los servicios sociales disponibles entre la población general y, especialmente, entre los colectivos vulnerables. Complementariamente, se busca mejorar la percepción pública de los servicios sociales.

En este contexto, el objetivo general de este plan es la valorización y difusión de las actuaciones recogidas en el Plan de Acción del Departmento de Cuidados y Políticas Sociales 2024-2027, que actualiza las actuaciones y proyectos que serán impulsados durante la legislatura 2024-2027.

Todas las tareas a desarrollar tendrán como resultado mejorar los servicios de cartera que presta el Departamento de Cuidados y Políticas Sociales de la Diputación Foral de Gipuzkoa.

~~2.~~ ACTUACIONES A DESARROLLAR: COMPONENTES Y TAREAS

Los objetivos específicos del Plan de Comunicación son los siguientes:

O.E.1. Difundir los **objetivos** de la Agenda de Cuidados y Políticas Sociales 20>30, desde una perspectiva fácil de comprender por la ciudadanía, en particular pivotando sobre el lema Gipuzkoa Territorio de Cuidados, y sobre las tres acciones principales: personalización de la atención, coordinación de servicios e impulso del cuidado comunitario.

O.E.2. Comunicar sobre los **avances** en la implementación de la Agenda de Cuidados y Políticas Sociales 20>30, en las tres acciones principales: personalización de la atención, coordinación de servicios e impulso del cuidado comunitario.

O.E.3. Comunicar sobre la **calidad de vida** de las personas que son población objetivo de la Agenda de Cuidados y Políticas Sociales 20>30, informando sobre los resultados de estudios, análisis y monitores de calidad de vida de las personas.

O.E.4. Comunicar sobre **histórias de éxito** en torno al cambio de modelo de cuidados (proyectos, casos, experiencias) que permitan comprender mejor qué tipo de resultados se están obteniendo a partir de la Agenda de Cuidados y Políticas Sociales 20>30.

O.E.5. Desplegar una **estratégia de comunicación** basada en la difusión de objetivos y resultados de cada uno de los proyectos del Plan de Acción 2024-2027, que se focalizan en personas, familias, personas profesionales y entidades. Esta estrategia se realiza a partir de diferentes medios, priorizando paneles de comunicación (grupos pequeños y activos de personas usuarias que participan en el despliegue de los proyectos del Plan de Acción de la Agenda y reciben información constante sobre los avances de los mismos).

O.E.6. Comunicar en base a **dos vertientes de comunicación** diferenciadas: **Comunicación interna**: Se refiere a desplegar un sistema de información interna (vía newsletter, seminarios y encuentros) entre las personas técnicas del Departamento de Cuidados y Políticas Sociales y la Diputación Foral. **Comunicación externa:** Se refiere a llegar a través de diferentes canales a diferentes públicos objetivos de la Agenda, con información adaptada y relevante para cada público, evitando mensajes generales.

O.E.7. Evaluar el plan de comunicación basado en **metodologías de evaluación** que de la comunicación que capten la percepción social sobre los cuidados, el grado de conformidad con las políticas y proyectos implementados, y con el seguimiento de las visitas y actividades en redes sociales.

2.1. Público Objetivo

El plan de comunicación de la Agenda está orientado a diferentes audiencias:

A.1. Personas usuarias y familiares. Las personas usuarias son personas con diferentes contingencias, así como los familiares de estas.

A.2. Personas profesionales de los cuidados. Esta categoría se refiere al colectivo de personas trabajadoras de los cuidados (personal gerocultor, trabajadores sociales, etc.).

A3. Personal Técnico DFG. Esta categoría se refiere al personal técnico de Cuidados y Políticas Sociales de la Diputación Foral de Gipuzkoa.

A.4. Gestores de fundaciones u organizaciones del Tercer Sector. Esta categoría se refiere a personas lideres y responsables de fundaciones u organizaciones del Tercer Sector vinculadas a los servicios sociales, servicios de salud y servicios comunitarios a nivel local y foral.

A.5. Gestores de Políticas (nivel municipal, foral y autonómico). Esta categoría se refiere a personas técnicas y gestoras de políticas (nivel político y nivel técnico) a nivel municipal, foral y autonómico.

A.6. Gestores de empresas prestadoras de servicios de cuidados. Esta categoría se refiere a personas gestores de las empresas prestadoras de servicios.

A.7. Responsables de proyectos experimentales de Cuidados y Políticas Sociales. Esta categoría se refiere a personas y equipos que gestionan los proyectos experimentales en el marco de las Políticas de Transición.

A.8. Responsables de empresas y centros tecnológicos ligadas a los servicios sociales y servicios comunitarios. Esta categoría se refiere a personas líderes de organizaciones tecnológicas ligadas a los servicios sociales y servicios comunitarios.

A.9. Sindicatos y Patronales. Esta categoría se refiere al colectivo de personas que forman parte de los sindicatos y patronales.

A10. Personas expertas y académicas ligadas a los servicios sociales. Esta categoría se refiere a personas y entidades académicas expertas en temas sociales.

A11. Responsables de medios de comunicación ligadas a los servicios sociales. Esta categoría se refiere a personas y entidades del ámbito de los medios de comunicación ligados a los servicios sociales.

A.12. Ciudadanía en general. Esta categoría se refiere a toda la población de Gipuzkoa y se realiza a partir de medios de comunicación masiva**.**

2.2 Estrategia de comunicación

La estrategia de comunicación hace referencia a la manera en que se deben llevar a cabo las acciones de divulgación descritas en el presente plan de comunicación de la Agenda. La estrategia se puede definir como activa e integral, abarcando todo el ciclo del proyecto de los proyectos que se despliegan en el Plan de Acción 2024-2027, desde su fase de lanzamiento hasta su cierre y presentación de resultados. La estrategia debe

estar alineada con el Plan Estratégico de la Diputación Foral de Gipuzkoa y coordinada y validada en todo momento por el responsable de comunicación del departamento.

Se elaborará una estrategia coordinada y cohesionada bajo unos principios rectores comunes, donde las líneas divulgativas a implementar estarán íntimamente ligadas a las acciones del proyecto. En este sentido, la estrategia propuesta en este punto será cercana, personalizada y estará orientada desde un enfoque mixto de medios:

- **Enfoque convencional**: Publicidad en medios convencionales (televisión, radio y prensa) con el fin de realizar campañas masivas o globales al público en general.
- **Enfoque relacional:** Dirigido a la organización y gestión de paneles de personas usuarias, profesionales y entidades (vía talleres, seminarios, eventos) ligados a los proyectos con los que se ejecuta el Plan de Acción 2024-2027 de la Agenda.
- **Enfoque digital:** haciendo énfasis en el desarrollo de las redes sociales y demás contenido digital dirigido al público objetivo (como newsletter, etc.).

2.3 Estilo de comunicación:

La comunicación que se va a llevar a cabo **empleará un estilo próximo, cuidado, preciso y directo, buscando la simplicidad que facilite la comprensión**, de forma que el mensaje llegue de forma directa, sin esfuerzos y calando en el mayor número de personas.

En las comunicaciones directamente orientadas al público objetivo, y teniendo en cuenta el territorio, se utilizará siempre el euskera en primer lugar y el castellano como segundo idioma. La comunicación a través de RRSS se gestionarán en euskera. Para los contenidos web se proveerán en euskera, castellano, siguiendo ese orden de prioridad. Por último, para los contenidos en medios de comunicación, notas de prensa y artículos relacionados (medios de televisión local, radio y prensa local se harán en euskera y castellano.

No obstante, la comunicación, tanto los envíos de las notas de prensa, como la comunicación realizada a través de la web y las redes sociales se gestionará desde la oficina de prensa de la DFG

2.3 Mensajes:

Los **mensajes de comunicación** se estructurarán en torno a los objetivos, avances y resultados obtenidos por los **proyectos** que desplieguen el Plan de Acción 2024-2027, con particular énfasis en los Proyectos Tractores y Proyectos de Impacto. Así, para elaborar el mensaje partimos de la importancia de contextualizar el proyecto, de forma que tal mensaje cobre mayor relevancia y notoriedad.

Considerando los parámetros de comunicación ya definidos en este Plan, es decir, público objetivo, ámbito de actuación, medios de difusión y ejes de comunicación, **el siguiente paso es diseñar un mensaje junto con los profesionales creativos de la agencia de comunicación seleccionada que conecte con el público objetivo al que va dirigido.**

En este sentido, en el proceso de diseño del mensaje será fundamental trabajar y entender de manera conjunta con las entidades implicadas en el proyecto cuál es el valor y qué mejora que representa para los destinatarios.

Gipuzkoa Territorio de cuidados	
ES	Un proyecto impulsado por la Diputación Foral de Gipuzkoa y liderado por el departamento de Cuidados y Políticas Sociales consistente en transformar el actual modelo centrado en los servicios hacia un modelo centrado en personas, atendiendo a los cuidados y apoyos personalizados que necesite. Siendo la propuesta de valor la interconexión de todas las entidades que tengan información del usuario y que puedan contribuir a la agilidad y facilidad de la asistencia de personas con necesidades de atención.
OFRECE	Mejorar la calidad asistencial de las **personas usuarias a las que se dirigen las políticas sociales** (dependencia y personas mayores, discapacidad, personas en exclusión social, infancia y adolescencia en desprotección, víctimas de violencia machista y víctimas de violencia sexual), así como de sus familiares conectado cada una de las entidades que participan en sus cuidados de forma que se creen ecosistemas altamente eficientes.
DEBIDO A	La necesidad de monitorizar y evaluar la percepción de calidad de vida de las personas en todo su ciclo vital.
PARA	Mejorar la percepción de calidad de vida y garantizar la atención a través de la puesta en marcha de mecanismos innovadores de gobernanza multinivel facilitando la coordinación institucional de servicios sociales y comunitarios a todos los niveles, combinados con metodologías de mapeos de la vulnerabilidad y la fragilidad, gestión de casos, profesionales de referencia e historias de vida, que facilitan la personalización de los cuidados según las preferencias y las necesidades de las personas usuarias.

A continuación, se sugiere un base de mensajes clave a trabajar con la responsable de comunicación del Departamento de Cuidados y Políticas Sociales de la DFG y la empresa de comunicación:

Mensajes clave 1. La transición (nuevas políticas sociales).

Mensajes clave 2. El continuo de cuidados (desde el domicilio a los centros residenciales).

Mensajes clave 3. La personalización de los cuidados (nuevo modelo de atención).

Mensajes clave 4. La evaluación (rendición de cuentas).

Mensajes clave 5. Cada proyecto (tractor y de impacto) adaptará su mensaje a estas líneas generales, comunicando avances del proyecto y sus resultados.

De acuerdo con los objetivos del proyecto ***Gipuzkoa Territorio de Cuidados***, que además sugerimos utilizar como ***claim*** corporativo por su elegancia, conexión con el objetivo de este y simplicidad, proponemos el siguiente esquema como definición de referencia para comunicaciones estándar:

2.3 Plan de medios:

El plan de medios del Plan de Comunicación recoge las medidas de información y publicidad que se pondrán en marcha durante el ámbito temporal del despliegue de la Agenda y su Plan de Acción 2024-2027, con el fin de dar a conocer las actividades del mismo y contribuir a los objetivos de comunicación.

Las acciones se organizan en torno a las dimensiones globales más relevantes de la comunicación: Comunicación corporativa, Comunicación interna y Comunicación Externa

a. Comunicación Interna

La gestión de la comunicación interna es una variable indispensable a la hora de asegurar la homogeneidad y el correcto desarrollo de la estrategia de comunicación en las diferentes zonas de actuación. Previamente lo hemos definido en términos generales, ahora pasamos a profundizar más en esta vía. En ese sentido se propone:

- Reuniones de trabajo de todas las personas del Departamento de Cuidados y Cuidados y Políticas Sociales con responsabilidad en las actuaciones de la Agenda 20>30.
- Seminarios de comunicación interna sobre la marcha en la implementación del Plan de Acción 2024-2027.
- Elaboración de los mensajes clave de comunicación de cada proyecto con la participación de las personas técnicas de los servicios (Ej. Newsletter interno).

b. Comunicación externa

Este punto del Plan es uno de los más importantes, en él hay que tener en cuenta la generación de un argumentario y un plan de comunicación de crisis. Para ello sugerimos trabajarlo de forma conjunta con el equipo de comunicación del Departamento de Cuidados y Política Social y aquellos que se consideren deben estar inmersos. Una vez se tenga definido el argumentario (3-4 ideas fuerza), las herramientas de comunicación externa serán:

Para las **personas usuarias y familias**, que es el público prioritario:

- Se utilizarán las redes sociales donde se subirá todo el contenido audiovisual y del día a día de las actuaciones de la Agenda 20>30 con el objetivo de dar difusión a la calidad de los servicios y asistencia de estos.
- Vallas publicitarias o marquesinas, apariciones en radio y prensa local escrita.
- Medios de comunicación convencionales.
- Se realizará una comunicación coordinada con los ayuntamientos impulsores de los ecosistemas locales de cuidados (19 ayuntamientos), en la que se enviará información a las personas usuarias y sus familias sobre los proyectos y se comunicará actividades organizadas por los centros, ya sean benéficas, de entretenimiento o de cualquier motivo, con el fin de dinamizar y generar una comunidad integrada gracias al Proyecto. Se analizará con cada ayuntamiento cuáles son los medios con un mayor impacto.
- Paneles de personas usuarias, familias y profesionales implicadas en los proyectos tractores y de impacto ara informar de los avances de cada uno.

Para las **personas profesionales y agentes institucionales:**

- Se diseñará un microsite con toda la información técnica, legal, tecnológica y social del proyecto y al que se irán subiendo las noticias y contenido de valor y desde donde se podrán suscribir a la newsletter ya mencionada:
- Web DFG Dpto PS y dentro de ella, microsites específicas para Agenda y el Plan de Acción 2004-2027

- Web Adinekoen Zentroak (https://adinekoenzentroak.eus)
- Web Zaintza Herrilab (https://zaintzaherrilab.eus)
- Newsletter adaptadas a cada proyecto del Plan de Acción 2024-2027.

Una de las claves del éxito de este plan, será incorporar instrumentos que contribuyan a hacer **protagonistas del plan a las personas y entidades participantes**, tanto en la dimensión interna como en la externa.

2.5 Gobernanza del Plan de Comunicación:

Para definir y gobernar la estrategia de comunicación, se propone inicialmente trabajar en 4 niveles en los que tratar ambos aspectos (contenido y soporte de comunicación):

a) A nivel estratégico: Grupo Motor de la Agenda Gipuzkoa 20>30.

b) A nivel político: Comité de Dirección del Departamento Cuidados y Políticas Sociales.

c) A nivel técnico: Unidades Transversales, Jefaturas de Servicio y Sección y personas técnicas del Dpto CPS.

d) Asesoramiento y asistencia técnica en materia de comunicación y en materia de medición del impacto social (empresas contratadas ad-hoc).

Se hará seguimiento del presente plan mediante la elaboración de un documento anexo, que será el "dossier de comunicación", en el que se registrará el material publicado y el impacto generado en los públicos objetivo a los que se dirige.

2.6 Matrices y plan de acción:

A continuación, se hace una propuesta del plan de acción de comunicación, estableciendo dos matrices y una serie de acciones según los públicos objetivo a los que se dirige la agenda y según los avances previstos de los proyectos tractores y de impacto.

Tabla 1. Matriz de comunicación de la Agenda Gipuzkoa 20>30 (Cuidados y Políticas Sociales de Transición)[1]		
Fuentes de información	**Descripción de la fuente**	**Herramientas de recogida de información**
1) Personas Técnicas de la DFG	Las personas técnicas del Departamento ofrecen conocimiento sobre la ejecución de Agenda G 20>30	Monitor de la Agenda G 20>30 (entrevistas y fichas de seguimiento)
2) Personas Técnicas de los servicios sociales de Ayuntamientos	Las personas técnicas de los servicios sociales de base pueden informar sobre el impacto de la Agenda G 20>30	Monitor de la Agenda G 20>30 (encuesta de innovación y transición de los cuidados para personas gestoras)
3) Personas gestoras de recursos sociales	Las organizaciones que gestionan recursos sociales pueden informar sobre el impacto de la Agenda G 20>30.	Monitor de la Agenda G 20>30 (encuesta de innovación y transición de los cuidados para personas gestoras)
4) Personas responsables de los **7 proyectos y programas**[2]	Las personas responsables de proyectos financiados por la Diputación Foral, ADINBERRI y otras fuentes.	Monitor de la Agenda G 20>30 (encuesta de innovación y transición de los cuidados para personas gestoras)
5) Personas usuarias/familiares	Las personas usuarias/familiares informan sobre la valoración de impacto de la Agenda G>2030.	Monitor de la Agenda G 20>30 (encuesta de calidad de vida y talleres participativos sobre los cuidados para usuarias)
6) Personas expertas y académicas	Las personas expertas y académicas que participan en diferentes foros y comités (como Think Tanks, etc.)	Monitor de la Agenda G 20>30 (encuesta de innovación y transición de los cuidados para personas expertas)
7) Evaluación de proyectos	La evaluación de proyectos ofrece información sobre el impacto de iniciativas, proyectos y programas	Monitor de la Agenda G 20>30 (herramientas de evaluación de proyectos de innovación financiados)

Soportes de comunicación	**Descripción**	**Cronograma (posible) 2025-2026**											
		12	1	2	3	4	5	6	78	9	10	11	12
1) Logo Agenda 20>30	**(1)** Definición de la entidad de marca para la Agenda 20>30	■											
2) Página Web del DPS	**(1)** Abrir una pestaña nueva en el sitio web del DPS	■		■									
3) Brochure / infografias	**(1)** Brochure Agenda G 20>30 y **(3)** infografías de impacto	■		■									
4) Newsletter	**(3)** Newsletter con 5 noticias clave cada una	■		■									
5) Video	**(1**) Video sobre Gipuzkoa Territorio de Cuidados	■											
6) Notas digitales	**(12)** Notas digitales (actualización de avances)	■		■									
7) Talleres internos de sensibilización	**(2)** Talleres internos con personal técnico del DPS			■									

[1] El Libro Verde (LV) es una de las actuaciones de la agenda que ha de comunicarse, pero su comunicación se aborda desde la Dirección Integral de Centros.

[2] La comunicación de la agenda se basará en la comunicación relacionada con los **proyectos tractores y de impacto,** que deben ilustrar su relato con ejemplos concretos. Las acciones asociadas a los proyectos y a cada público objetivo se detallan en el plan de acción. Actualmente existen **7 proyectos priorizados**, pero esta elección es dinámica.

8) Grupos de seguimiento	**(2)** Talleres anuales de información y evaluación												

Audiencias específicas:

A.1. Personas usuarias

A.2. Personas profesionales de los cuidados

A3. Personal Técnico DFG

A.4. Gestores de fundaciones u organizaciones del Tercer Sector

A.5. Gestores de Políticas (nivel municipal, foral y autonómico)

A.6. Gestores de empresas prestadoras de servicios

A.7. Responsables de proyectos experimentales

A.8. Responsables de empresas y centros tecnológicos

A.9. Sindicatos y Patronales

A10. Personas expertas y académicas

A11. Responsables medios comunicación

A12. Ciudadanía en general

Tabla 2. Matriz de comunicación de Zaintza Herri Lab (Ecosistemas Locales de Cuidados)[3]

Fuentes de información	**Descripción de la fuente**	**Herramientas de recogida de información**
1) Grupo Motor Zaintza Herri Lab	Las personas que integran el Grupo Motor son fuente de información y recomendaciones de mejora	Monitor Zaintza Herri Lab (reuniones de coordinación y balance de ejecución de actividades)
2) Personas Técnicas de los servicios sociales de Ayuntamientos	Las personas técnicas de los servicios sociales de base pueden informar sobre el impacto de Zaintza Herri Lab	Monitor Zaintza Herri Lab (entrevistas de seguimiento Zaintza Herri Lab) (personas técnicas servicios de base)
4) Personas responsables de proyectos y programas	Las personas responsables de proyectos financiados por la Diputación Foral, ADINBERRI y otras fuentes.	Monitor Zaintza Herri Lab (encuesta de seguimiento Zaintza Herri Lab personas gestoras de proyectos)
5) Personas usuarias/familiares	Las personas usuarias/familiares informan sobre la valoración de impacto de los ecosistemas locales de cuidados	Monitor Zaintza Herri Lab (encuesta de calidad de vida y talleres participativos sobre los cuidados para usuarios)
6) Personas responsables de la dinamización de los Ecosistemas	Las organizaciones que colaboran en la dinamización de los ecosistemas locales de cuidados	Monitor Zaintza Herri Lab (entrevistas de seguimiento Zaintza Herri Lab organizaciones dinamizadoras)
7) Personas expertas en cuidados en el domicilio	Las personas expertas informan y ofrecen una valoración de impacto de los ecosistemas locales de cuidados	Monitor Zaintza Herri Lab (encuentros de evaluación con la participación de personas expertas)

Soportes de comunicación	**Descripción**	**Cronograma (posible) 2025-2026**											
		12	1	2	3	4	5	6	78	9	10	11	12
1) Página Web Zaintza Herri Lab	**(1)** Dinamizar el sitio Web Zaintza Herri Lab												
2) Brochure / infografias	**(1)** Brochure Zaintza Herri Lab y **(3)** infografías de impacto												

[3] Los ecosistemas locales de cuidados son uno de los siete proyectos tractores seleccionados, pero dado que se impulsan también desde los ayuntamientos, se ha construido una matriz propia.

3) Newsletter	**(3)** Newsletter con 5 noticias clave cada una				■			■			■		■	
4) Videos	**(1**) Video sobre Zaintza Herri Lab						■							
5) Notas digitales	**(12)** Notas digitales (actualización de avances)			■		■		■			■		■	
6) Encuentros Zaintza Herri Lab	**(2)** Reuniones de información y valoración con Municipios										■			
7) Curso de Otoño	**(1)** Encuentro de Otoño para comunicar avances e impactos												■	
Audiencias específicas:														
A.1. Personas usuarias														
A.2. Personas profesionales de los cuidados														
A3. Personal Técnico DFG														
A.5. Gestores de Políticas (nivel municipal, foral y autonómico)														
A.6. Gestores de empresas prestadoras de servicios														
A10. Personas expertas y académicas														

Objetivo	Agente protagonista	Público prioritario	Tareas	Instrumentos	2025	2026											
					Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Comunicar el avance de la **Agenda 20>30**	DFG Políticas Sociales; Dirección general de Agenda, Innovación y Evaluación; **Grupo de deliberación.**	Personas usuarias; familias; Profesionales, instituciones.	Trasladar los mensajes de las actuaciones de la agenda a los distintos instrumentos en **lenguaje accesible.** Se introducen los PTI para aterrizarla.	**Público general:** RRSS, tv, radio, marquesinas. **Profesionales, instituciones:** Página web Agenda 20>30 en la web del Dpto de Cuidados y Políticas Sociales; Linkedin DFG; Canales de comunicación de las instituciones del grupo de deliberación.													
PT: Agencia de Evaluación de los Cuidados y las Políticas Sociales.	DFG Políticas Sociales; Dirección general de Agenda, Innovación y Evaluación; **Personas usuarias.**	Personas usuarias; familias; Profesionales, instituciones.	Píldora informativa: **Encuesta ascot** (Jun 2025) y lanzamiento grupo de trabajo; Encuesta ascot (jun 2026).	**Público general:** RRSS, tv, radio. **Profesionales, instituciones:** Página web de Agenda 20>30 en la web del Dpto de Cuidados y Políticas Sociales; Linkedin DFG.													
PT: Agencia de Evaluación de los Cuidados y las Políticas Sociales.	DFG Políticas Sociales (**Direcciones de los servicios**); ESN; SISS;	Personas usuarias; familias; Profesionales, instituciones.	Píldora informativa: Grupo de trabajo y presentación progresiva de los **estándares**.	**Público general:** RRSS, tv y radio; **Profesionales, instituciones:** Página web Agenda 20>30 en la web del Dpto de Cuidados y Cuidados y Políticas Sociales; Newsletter trimestral **(**interna y externa), Linkedin.													
PT: Agencia de Evaluación de los Cuidados y las Políticas Sociales.	Todos los agentes implicados en el proceso de creación de la agencia.	Personas usuarias; familias; Profesionales, instituciones.	**Lanzamiento de la agencia**	Rueda de prensa en DFG; RRSS DFG; RRSS grupo deliberación y grupo motor.													

Objetivo	Agente protagonista	Público prioritario	Tareas	Instrumentos	2025	2026											
					Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
PT: Cita go on	Cita Alzheimer; Ayuntamiento Donostia; Osakidetza.	Personas usuarias; familias; Profesionales,nstituciones.	**Lanzamiento del proyecto.** Preparar la nota de prensa y la convocatoria de medios.	Rueda de prensa en DFG; RRSS grupo motor.													
PT: Cita go on	Cita Alzheimer; Ayuntamiento Donostia; Osakidetza.	Personas usuarias; familias; Profesionales, instituciones.	**Inauguración del nuevo centro** de intervención.	Rueda de prensa en el centro de Cita go on en Donostia.													
PT: Impulso de los Ecosistemas de Cuidados	Ayuntamientos; entidades del tercer sector	Personal técnico proveedor de servicios sociales;	Identificar y comunicar **acciones** que se estén ejecutando en el marco de los ELC (foco en acción según marco de la agenda)	**Personas usuarias y familias**: Medios de comunicación con las personas usuarias, familias y ciudadanía de los propios ayuntamientos; Combinar medios territoriales y comarcales; **Profesionales, instituciones:** Encuentro anual Zaintza Herrilab (cada año en 1 ayuntamiento distinto); web zaintzaherrilab.com; Linkedin DFG.												
PI: Denbora			**Por definir**														
PT: Hariak			**Por definir**														
PT: IVAF Agase			**Por definir**														

3. TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

Durante la ejecución de los trabajos objeto del contrato, la contratista deberá facilitar a la persona responsable del contrato la información y documentación necesarias para disponer de un pleno conocimiento de las circunstancias en que se desarrollan los trabajos, así como de los eventuales problemas que puedan plantearse y de los métodos utilizados para resolverlos.

En particular, la contratista deberá aportar a la persona responsable del contrato toda información referente a posibles variaciones y mejoras que crea necesarias, incidencias y otros aspectos relacionados con el servicio que se consideren de interés.

4. MEDIOS PERSONALES

El equipo de trabajo deberá incluir una persona responsable de la ejecución del proyecto y de la coordinación del equipo, quien será además la interlocutora con el Departamento de Cuidados y Políticas Sociales.

Asimismo, el equipo deberá contar con la capacidad, experiencia y formación adecuada para llevar a cabo el objeto del contrato. Para ello, deberá asegurarse la presencia de personas con titulaciones relacionadas con los siguientes ámbitos del conocimiento:

- Ciencias sociales,
- Derecho y especialidades jurídicas,
- Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad,
- Ingeniería de organización.
- Técnico Superior en Producción de Audiovisuales y Espectáculos.
- Grado equivalente en las ramas descritas.

Además, al menos un miembro del Equipo deberá tener un nivel C1 acreditado de euskera o equivalente.

5. PLANIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LOS TRABAJOS

Corresponde al Departamento de Cuidados y Políticas Sociales la supervisión y dirección de los trabajos y, en su caso, proponer la suspensión de los mismos si existiese causa suficientemente motivada.

El Departamento de Cuidados y Políticas Sociales, a través del Servicio de Agenda, Innovación y evaluación designará un responsable de contrato cuyas funciones en relación con el presente pliego serán:

- Velar por el cumplimiento de los trabajos exigidos y ofertados.

- Emitir la certificación sobre la prestación del servicio.

El Departamento de Cuidados y Políticas Sociales podrá fijar reuniones periódicas con la contratista con el fin de determinar, analizar y valorar las incidencias que, en su caso, se produzcan en la ejecución del contrato.

La contratista estará obligada a asistir y colaborar a través del personal que éste designe, en las reuniones de seguimiento del contrato definidas por el Departamento de Cuidados y Políticas Sociales, quién se compromete a citar con la debida antelación al personal de la contratista, a los efectos de poder facilitar su asistencia.

Durante la ejecución de los trabajos objeto del contrato, la contratista se compromete, en todo momento, a facilitar a las personas designadas por el Departamento de Cuidados y Políticas Sociales a tales efectos, la información y documentación que éstas soliciten para disponer de un pleno conocimiento de las circunstancias

en que se desarrollan los trabajos, así como de los eventuales problemas que puedan plantearse y de las tecnologías, métodos y herramientas utilizados para resolverlos.

Se incluirá la descripción de las medidas dispuestas por el oferente para asegurar la calidad de los trabajos; metodología, medios materiales, aseguramiento de calidad, seguridad y confidencialidad, así como aquellas otras que se prevé aplicar para vigilar y garantizar el adecuado cumplimiento del contrato.

6. REUNIONES DE TRABAJO Y DESPLAZAMIENTOS

Se llevarán a cabo cuantas reuniones de trabajo sean necesarias con el fin de cumplir el objeto y alcance del contrato de la forma adecuada, tanto de forma telemática como presencial, en función de la naturaleza del asunto a tratar.

7. MEDIOS MATERIALES

La contratista deberá contar con los medios propios, de toda índole, necesarios para llevar a cabo adecuadamente y con calidad los trabajos objeto del contrato.

8. PROPIEDAD DE LOS TRABAJOS

Pertenecerán a la Diputación Foral de Gipuzkoa, en exclusiva, todos los derechos de explotación de los trabajos desarrollados por el adjudicatario con ocasión de la realización del objeto del contrato, incluyendo el derecho de uso, reproducción, transformación, distribución, comunicación pública y puesta a disposición a través de Internet. Dichos derechos se ejercerán a nivel mundial y durante el máximo periodo de protección de los derechos de autor, para todo tipo de soportes, en cualquier formato e idioma, y con los efectos que las leyes determinen.

9. CONFIDENCIALIDAD

La contratista, así como el personal adscrito a la misma, deberá respetar el carácter confidencial de aquella información a la que tenga acceso con ocasión de la ejecución del contrato.

ZAINKETA ETA GIZARTE POLITIKETAKO DEPARTAMENTUARI LAGUNTZA TEKNIKOA EMATEKO ZERBITZU KONTRATUAREN PRESKRIPZIO TEKNIKOEN AGIRIA, 20>30 ZAINKETEN ETA GIZARTE POLITIKEN AGENDAREN KOMUNIKAZIO PLANA DISEINATZEKO ETA HEDATZEKO.

3. KONTRATUAREN XEDEA

Kontratazio honek bi helburu ditu. Alde batetik, herritar guztien artean eta, bereziki, kolektibo kalteberen artean eskuragarri dauden gizarte-zerbitzuak hobeto ezagutu eta ulertu nahi dira. Horren osagarri, gizarte-zerbitzuen pertzepzio publikoa hobetu nahi da.

Testuinguru horretan, plan honen helburu orokorra da Zainketa eta Gizarte Politiketako Departamentuaren 2024-2027 Ekintza Planean jasotako jarduketak balorizatzea eta hedatzea. Plan horrek 2024-2027 legegintzaldian sustatuko diren jarduketak eta proiektuak eguneratzen ditu.

Garatu beharreko zeregin guztien emaitza izango da Gipuzkoako Foru Aldundiko Zainketa eta Gizarte Politiketako Departamentuak ematen dituen zorroko zerbitzuak hobetzea.

~~4.~~ GARATU BEHARREKO JARDUKETAK: OSAGAIAK ETA ZEREGINAK

Hauek dira komunikazio-planaren helburu espezifikoak:

1. HE 20>30 Zainketen eta Gizarte Politiken Agendaren helburuak zabaltzea, herritarrek erraz ulertzeko ikuspegi batetik, bereziki Gipuzkoa Zainketen Lurraldea leloan oinarrituta, eta hiru ekintza nagusietan oinarrituta: arretaren pertsonalizazioa, zerbitzuen koordinazioa eta zaintza komunitarioaren sustapena.

2. HE 20>30 Zainketen eta Gizarte Politiken Agendaren ezarpenean egindako aurrerapenei buruzko komunikazioa, hiru ekintza nagusietan: arretaren pertsonalizazioa, zerbitzuen koordinazioa eta zaintza komunitarioaren sustapena.

3. HE 20>30 Zainketen eta Gizarte Politiken Agendaren xede diren pertsonen bizi-kalitateari buruzko informazioa ematea, eta pertsonen bizi-kalitateari buruzko azterlanen, analisien eta monitoreen emaitzei buruzko informazioa ematea.

4. HE 20>30 Zainketen eta Gizarte Politiken Agendatik lortzen ari diren emaitza motak hobeto ulertzea ahalbidetuko duten zainketa-ereduaren aldaketaren (proiektuak, kasuak, esperientziak) inguruko arrakasta-historiei buruz komunikatzea.

5. HE 2024-2027 Ekintza Planeko proiektu bakoitzaren helburuen eta emaitzen hedapenean oinarritutako komunikazio-estrategia bat hedatzea. Proiektu horiek pertsonak, familiak, profesionalak eta erakundeak dituzte ardatz. Estrategia hori hainbat komunikabidetatik abiatuta egiten da, komunikazio-panelak lehenetsiz (Agendaren Ekintza Planaren proiektuen hedapenean parte hartzen duten eta proiektu horien aurrerapenei buruzko etengabeko informazioa jasotzen duten erabiltzaileen talde txikiak eta aktiboak).

6. HE Komunikazioaren bi alderdi desberdinetan oinarrituta komunikatzea: barne-komunikazioa. Barneko informazio-sistema bat hedatzea (newsletter, mintegi eta topaketen bidez) Zaintza eta Gizarte Politiketako Saileko teknikarien eta Foru Aldundiaren artean. Kanpo-komunikazioa: Agendako xede-publiko desberdinetara hainbat kanalen bidez iristea da, publiko bakoitzarentzat informazio egokitua eta garrantzitsua emanez eta mezu orokorrak saihestuz.

7. HE Komunikazio-plana ebaluatzea, gizarteak zainketei buruz duen pertzepzioa, ezarritako politika eta proiektuekiko adostasun-maila eta sare sozialetako bisiten eta jardueren jarraipena islatuko duten komunikazio-metodologietan oinarrituta.

2.1. Xede-publikoa

Agendaren komunikazio-plana hainbat entzuleri zuzenduta dago:

A.1. Erabiltzaileak eta haien senideak. Erabiltzaileak kontingentzia desberdinak dituzten pertsonak dira, bai eta haien senideak ere.

A.2. Zainketen profesionalak. Kategoria hau zaintzako langileen kolektiboari dagokio (gerokultoreak, gizarte-langileak, etab.).

A3. GFAko teknikariak. Kategoria hau Gipuzkoako Foru Aldundiko Zaintza eta Gizarte Politiketako teknikariei dagokie.

A.4. Hirugarren sektoreko fundazioen edo erakundeen kudeatzaileak. Kategoria honetan sartzen dira toki-mailako eta foru-mailako gizarte-zerbitzuekin, osasun-zerbitzuekin eta zerbitzu komunitarioekin lotutako hirugarren sektoreko fundazio edo erakundeetako liderrak eta arduradunak.

A.5. Politika-kudeatzaileak (udal-, foru- eta autonomia-mailakoak). Kategoria hau udalerri, foru eta autonomia mailako politiken teknikari eta kudeatzaileei dagokie (maila politikoa eta teknikoa).

A.6. Zaintza-zerbitzuak ematen dituzten enpresetako kudeatzaileak. Kategoria hau zerbitzuak ematen dituzten enpresetako kudeatzaileei dagokie.

A.7. Zaintzen eta Gizarte Politiken proiektu esperimentalen arduradunak. Kategoria hau trantsizio-politiken esparruan proiektu esperimentalak kudeatzen dituzten pertsonei eta taldeei dagokie.

A.8. Gizarte-zerbitzuekin eta zerbitzu komunitarioekin lotutako enpresa eta zentro teknologikoetako arduradunak. Kategoria honetan sartzen dira gizarte-zerbitzuekin eta zerbitzu komunitarioekin lotutako erakunde teknologikoetako liderrak.

A.9. Sindikatuak eta patronalak. Kategoria hau sindikatuak eta patronalak osatzen dituzten pertsonen kolektiboari dagokio.

A10. Gizarte-zerbitzuei lotutako adituak eta akademikoak. Kategoria hau gizarte-gaietan adituak diren pertsona eta erakunde akademikoei dagokie.

J11. Gizarte-zerbitzuekin lotutako komunikabideetako arduradunak. Kategoria honetan sartzen dira gizarte-zerbitzuekin lotutako komunikabideen eremuko pertsonak eta erakundeak.

A.12. Herritarrak, oro har. Kategoria hau Gipuzkoako biztanle guztiei dagokie, eta komunikabide masiboen bidez egiten da.

2.2 Komunikazio-estrategia

Komunikazio-estrategiak Agendaren komunikazio-plan honetan deskribatutako dibulgazio-ekintzak gauzatzeko moduari egiten dio erreferentzia. Estrategia aktibo eta integral gisa defini daiteke, 2024-2027 Ekintza Planean hedatzen diren proiektuen proiektuaren ziklo osoa barnean hartuta, abian jartzeko fasetik itxi eta emaitzak aurkeztu arte.

Estrategia koordinatua eta kohesionatua egingo da printzipio gidari komun batzuen arabera, eta ezarri beharreko dibulgazio-ildoak hertsiki lotuta egongo dira proiektuaren ekintzekin. Ildo horretan, puntu honetan proposatutako estrategia hurbila eta pertsonalizatua izango da, eta baliabideen ikuspegi misto batetik bideratuko da:

- **Ikuspegi** konbentzionala: publizitatea ohiko hedabideetan (telebista, irratia eta prentsa), publiko orokorrari kanpaina masiboak edo globalak egiteko.
- **Harremanen** ikuspegia: erabiltzaileen, profesionalen eta erakundeen panelak antolatzera eta kudeatzera zuzendua (tailerren, mintegien, ekitaldien bidez), Agendaren 2024-2027 Ekintza Plana gauzatzeko proiektuei lotuta.
- **Ikuspegi** digitala: sare sozialen garapena eta xede-publikoari zuzendutako gainerako eduki digitala nabarmenduta (newsletter, etab.).

2.3 Komunikazio-estiloa:

Egingo den komunikazioak estilo hurbila, zaindua, zehatza eta zuzena erabiliko du, ulermena erraztuko duen sinpletasuna bilatuz, mezua zuzenean irits dadin, ahaleginik egin gabe eta ahalik eta pertsona gehienengan sartuz.

Xede-publikoari zuzenean zuzendutako komunikazioetan, eta lurraldea kontuan hartuta, euskara erabiliko da lehenik eta gaztelania bigarrenik. Sare sozialen bidezko komunikazioa euskaraz kudeatuko da. Web-edukiak euskaraz, gaztelaniaz eta ingelesez emango dira, lehentasun-ordena horri jarraituz. Azkenik, komunikabideetako edukietarako, prentsa-oharretan eta horiekin lotutako artikuluetan (tokiko telebistak, irratia eta tokiko prentsa) euskaraz eta gaztelaniaz egingo dira, eta estatuko hedabideetarako gaztelaniaz.

2.3 Mezuak:

Komunikazio-mezuak 2024-2027 Ekintza Planean hedatzen diren proiektuen helburuen, aurrerapenen eta emaitzen inguruan egituratuko dira, eta arreta berezia jarriko da proiektu traktoreetan eta inpaktu-proiektuetan. Horrela, mezua egiteko, proiektua testuinguruan kokatzearen garrantzitik abiatzen gara, mezu horrek garrantzi eta nabaritasun handiagoa izan dezan.

Plan honetan definitutako komunikazio-parametroak kontuan hartuta, hau da, xede-publikoa, jarduera-eremua, hedabideak eta komunikazio-ardatzak, hurrengo urratsa hautatutako komunikazio-agentziako sormen-profesionalekin batera mezu bat diseinatzea da, xede-publikoarekin konektatzeko.

Ildo horretan, mezua diseinatzeko prozesuan funtsezkoa izango da proiektuan inplikatutako erakundeekin batera lan egitea eta ulertzea zer balio eta hobekuntza dakarren hartzaileentzat.

Gipuzkoa Zainketen lurraldea	
ES	Gipuzkoako Foru Aldundiak bultzatutako eta Zainketa eta Gizarte Politiketako Departamentuak gidatutako proiektu bat da, eta honako hau du xede: zerbitzuetan zentratutako egungo eredua eraldatzea pertsonengan zentratutako eredu baterantz, behar dituen zaintza eta laguntza pertsonalizatuei erantzunez. Balio-proposamena erabiltzaileari buruzko informazioa duten eta arreta-premiak dituzten pertsonen asistentzia arintzen eta errazten lagun dezaketen erakunde guztien interkonexioa da.
ESKAINTZEN DU	Gizarte-politiken xede diren erabiltzaileen laguntzaren kalitatea hobetzea (mendekotasuna eta adinekoak, desgaitasuna, gizarte-bazterketako egoeran dauden pertsonak, babesik gabeko haurrak eta nerabeak, indarkeria matxistaren biktimak eta sexu-indarkeriaren biktimak), bai eta haien senideena ere, zaintza-lanetan parte hartzen duten erakunde bakoitzarekin konektatuta, ekosistemak oso efizienteak izan daitezen.
ARRAZOIA:	Pertsonek bizi-ziklo osoan duten bizi-kalitatearen pertzepzioa monitorizatzeko eta ebaluatzeko beharra.
ZERTARAKO	Bizi-kalitatearen pertzepzioa hobetzea eta arreta bermatzea maila anitzeko gobernantza-mekanismo berritzaileak abian jarriz, maila guztietako gizarte- eta komunitate-zerbitzuen koordinazio instituzionala erraztuz, kalteberatasunaren eta hauskortasunaren mapaketa-metodologiekin, kasuen kudeaketarekin, erreferentziazko profesionalekin eta bizi-historiekin konbinatuta, zaintzak erabiltzaileen lehentasunen eta premien arabera pertsonalizatzea errazten baitute.

Jarraian, GFAko Zaintza eta Gizarte Politiketako Saileko komunikazio-arduradunarekin eta komunikazio-enpresarekin landu beharreko funtsezko mezuen oinarri bat iradokitzen da:

1. gako-mezuak. Trantsizioa (gizarte-politika berriak).

2. gako-mezuak. Etengabeko zaintza (etxetik egoitza-zentroetara).

Funtsezko mezuak 3. Zainketak pertsonalizatzea (arreta-eredu berria).

4. gako-mezuak. Ebaluazioa (kontuak ematea).

Funtsezko mezuak 5. Proiektu bakoitzak (traktorea eta inpaktukoa) bere mezua ildo orokor horietara egokituko du, eta proiektuaren aurrerapenen eta emaitzen berri emango du.

Gipuzkoa Zainketen Lurraldea proiektuaren helburuekin bat etorriz (gainera, iradokitzen dugu ikurhitz korporatibo gisa erabiltzea, dotoreziagatik, helburu horrekiko loturagatik eta sinpletasunagatik), eskema hau proposatzen dugu komunikazio estandarretarako erreferentziazko definizio gisa:

2.3 Baliabideen plana:

Komunikazio Planeko komunikabideen planak Agenda eta 2024-2027 aldirako Ekintza Plana hedatzen diren bitartean abian jarriko diren informazio- eta publizitate-neurriak jasotzen ditu, planaren jarduerak ezagutarazteko eta komunikazio-helburuak lortzen laguntzeko.

Ekintzak komunikazioaren dimentsio global garrantzitsuenen inguruan antolatzen dira: komunikazio korporatiboa, barne-komunikazioa eta kanpo-komunikazioa.

a. Komunikazio korporatiboa

Komunikazio korporatiboak branding-lana edo marka sortzea hartzen du bere gain, baita Agendaren komunikazio-plan honetan garatu beharreko jardueren zuzendaritza eta koordinazioa ere. Marka-entitatea definitzeko lehen neurri gisa, proposatzen da logo bat diseinatzea, definitutako ikurhitza barne hartuko duena, proiektuaren irudi bakar eta adierazgarri bat garatu ahal izateko, eta egiten diren jarduera eta kanpaina guztietarako gida korporatibo gisa balioko duena.

Markak, lehenik eta behin, proiektuaren, Zainketa eta Gizarte Politiketako Departamentuaren eta Gipuzkoako Foru Aldundiaren balioak islatu beharko ditu, azken horren identitate bisualetik gehiegi urrundu gabe, bi marken arteko harmonia lortzeko. Marka-eskuliburu hau egin ondoren, honako hauek ekoiztea planteatzen da:

- Proiektuaren informazio orokorrari buruzko liburuxkak.
- Markesina eta publizitate-hesietarako kartelak.
- Sustapen-materiala: dokumentuak eramateko karpeta, libretak edo merchandising-materiala, oro har.
- Sustapen-bideoa, 2,5 minutukoa, eta 30 segundoko pilulak, Agendako funtsezko mezuak irudikatzeko.

b. Barne-komunikazioa

Barne-komunikazioaren kudeaketa ezinbesteko aldagaia da jarduketa-eremu guztietan komunikazio-estrategiaren homogeneotasuna eta garapen egokia bermatzeko. Aldez aurretik definitu dugu oro har, eta orain gehiago sakonduko dugu bide horretan. Ildo horretan, honako hau proposatzen da:

- 20>30 Agendako jarduketetan erantzukizuna duten Zaintza eta Zaintza eta Gizarte Politiketako Saileko pertsona guztien lan-bilerak.
- 2024-2027 Ekintza Planaren ezarpenaren martxari buruzko barne-komunikazioko mintegiak.
- Proiektu bakoitzaren funtsezko komunikazio-mezuak lantzea, zerbitzuetako teknikarien parte-hartzearekin (adib.: Barneko newsletterra).

c. Kanpo-komunikazioa

Planaren puntu hori garrantzitsuenetako bat da, eta, bertan, kontuan hartu behar da argumentu bat eta krisia komunikatzeko plan bat sortzea. Horretarako, Zaintza eta Gizarte Politika Saileko komunikazio-taldearekin eta beharrezkotzat jotzen direnekin batera lan egitea iradokitzen dugu. Argumentarioa definitu ondoren (3-4 ideia indarra), hauek izango dira kanpo-komunikazioko tresnak:

Erabiltzaileentzat eta familientzat, hau da, lehentasunezko publikoarentzat:

- 20>30 Agendako jardueren ikus-entzunezko eta eguneroko eduki guztia igotzeko sare sozialak erabiliko dira, zerbitzuen kalitateari eta horien laguntzari zabalkundea emateko.

- Publizitate-hesiak edo markesinak, irratiko eta tokiko prentsa idatziko agerpenak.
- Komunikabide konbentzionalak.
- Komunikazio koordinatua egingo da tokiko zaintza-ekosistemak sustatzen dituzten udalekin (18 udal). Komunikazio horretan, erabiltzaileei eta haien familiei proiektuei buruzko informazioa bidaliko zaie, eta zentroek antolatutako jardueren berri emango da, izan ongintzakoak, entretenimendukoak edo beste edozein arrazoirengatik, proiektuari esker komunitate integratu bat dinamizatu eta sortzeko. Udal bakoitzarekin aztertuko da zein diren eragin handiena duten bitartekoak.
- Proiektu traktoreetan eta inpaktu-proiektuetan parte hartzen duten erabiltzaileen, familien eta profesionalen panelak, bakoitzaren aurrerapenen berri emateko.

Profesional eta eragile instituzionalentzat:

- Mikrogune bat diseinatuko da proiektuaren informazio tekniko, legal, teknologiko eta sozial guztiarekin, eta bertara igoko dira berriak eta balio-edukia, eta bertatik harpidetu ahal izango dira lehen aipatutako newsletterra:
- GFAren Osasun Departamentuaren webgunea eta, horren barruan, Agendarako eta 2004-2027 Ekintza Planerako mikrogune espezifikoak.
- Web Adinekoen Zentroak (https://adinekoenzentroak.eus)
- Zaintza Herrilab webgunea (https://zaintzaherrilab.eus)
- 2024-2027 Ekintza Planeko proiektu bakoitzari egokitutako newsletterra.

Planaren arrakastaren gakoetako bat izango da parte hartzen duten pertsona eta erakundeak planaren protagonista egiten lagunduko duten tresnak txertatzea, bai barneko dimentsioan, bai kanpokoan.

2.5 Komunikazio Planaren gobernantza:

Komunikazio-estrategia definitzeko eta gobernatzeko, hasiera batean lau mailatan lan egitea proposatzen da, bi alderdiak lantzeko (edukia eta komunikazio-euskarria):

a) Maila estrategikoan: Gipuzkoa 20>30 Agendaren talde eragilea.

b) Maila politikoan: Zaintza eta Gizarte Politiketako Saileko Zuzendaritza Batzordea.

c) Maila teknikoan: Zeharkako Unitateak, Zerbitzu eta Ataleko Burutzak eta CPS Saileko teknikariak.

d) Komunikazioaren eta gizarte-eragina neurtzearen arloko aholkularitza eta laguntza teknikoa (ad hoc kontratatutako enpresak).

Plan honen jarraipena egingo da, erantsitako dokumentu baten bidez. Dokumentu hori "komunikazio-dosierra" izango da, eta bertan erregistratuko dira argitaratutako materiala eta xede dituen publikoetan sortutako inpaktua.

2.6 Matrizeak eta ekintza-plana:

Ondoren, komunikazioko ekintza-planaren proposamen bat egiten da, eta bi matrize eta ekintza batzuk ezartzen dira, agendaren xede diren publikoen arabera eta trakzio- eta inpaktu-proiektuetan aurreikusitako aurrerapenen arabera.

1. taula. Gipuzkoa 20>30 Agendaren komunikazio-matrizea (Trantsizioko Zaintzak eta Gizarte Politikak)[4]		
Informazio-iturriak	**Iturriaren deskribapena**	**Informazioa biltzeko tresnak**
1) GFAko teknikariak	Saileko teknikariek G 20>30 Agendaren exekuzioari buruzko ezagutza eskaintzen dute	G 20>30 Agendaren monitorea (elkarrizketak eta jarraipen-fitxak)
2) Udaletako gizarte-zerbitzuetako teknikariak	Oinarrizko gizarte-zerbitzuetako teknikariek G 20>30 Agendaren eraginari buruzko informazioa eman dezakete	G 20>30 Agendako monitorea (zainketen berrikuntzari eta trantsizioari buruzko inkesta kudeatzaileentzat)
3) Gizarte-baliabideen kudeatzaileak	Gizarte-baliabideak kudeatzen dituzten erakundeek G 20>30 Agendaren eraginari buruzko informazioa eman dezakete.	G 20>30 Agendako monitorea (zainketen berrikuntzari eta trantsizioari buruzko inkesta kudeatzaileentzat)
4) 7 proiektu eta programen arduradunak[5]	Foru Aldundiak, ADINBERRIk eta beste iturri batzuek finantzatutako proiektuen arduradunak.	G 20>30 Agendako monitorea (zainketen berrikuntzari eta trantsizioari buruzko inkesta kudeatzaileentzat)
5) Erabiltzaileak/senideak	Erabiltzaileek/senideek G>2030 Agendaren inpaktuaren balorazioari buruzko informazioa ematen dute.	G 20>30 Agendaren monitorea (bizi-kalitateari buruzko inkesta eta erabiltzaileen zainketei buruzko partaidetza-tailerrak)
6) Adituak eta akademikoak	Hainbat foro eta batzordetan (Think Tanks eta abar) parte hartzen duten adituak eta akademikoak.	G 20>30 Agendako monitorea (zainketen berrikuntzari eta trantsizioari buruzko inkesta adituentzat)
7) Proiektuen ebaluazioa	Proiektuen ebaluazioak ekimenen, proiektuen eta programen eraginari buruzko informazioa ematen du.	G 20>30 Agendaren monitorea (finantzatutako berrikuntza-proiektuak ebaluatzeko tresnak)

Komunikazio-euskarriak	**Deskribapena**	**Kronograma (posiblea) 2025-2026**											
		12	1	2	3	4	5	6	78	9	10	11	12
1) Agendaren logoa 20>30	**(1)** 20>30 Agendarako marka-erakundearen definizioa												
2) DPSren web-orria	**(1)** Fitxa berri bat irekitzea DPSren webgunean												
3) Brotxak/infografiak	**(1)** Brotxa-agenda G 20>30 eta (3) inpaktu-infografiak												
4) Newsletter	**(3)** Newsletterra, 5 albiste gakorekin.												
5) Bideoa	(1) **Gipuzkoako** Zaintza Lurraldeari buruzko bideoa												
6) Ohar digitalak	**(12)** Ohar digitalak (aurrerapenak eguneratzea)												
7) Barneko sentsibilizazio-tailerrak	**(2)** Barne-tailerrak DPSko teknikariekin												

[4]Liburu Berdea (EL) komunikatu beharreko agendako jardueretako bat da, baina Ikastetxeen Zuzendaritza Integraletik lantzen da haren komunikazioa.

[5]Agendaren komunikazioa proiektu traktoreekin eta inpaktu-proiektuekin lotutako komunikazioan oinarrituko da, eta adibide zehatzekin irudikatu behar dute beren kontakizuna. Proiektuei eta xede-publiko bakoitzari lotutako ekintzak ekintza-planean zehazten dira. Gaur egun 7 proiektu lehenetsi dira, baina hautaketa hori dinamikoa da.

8) Jarraipen-taldeak	**(2)** Urteko informazio- eta ebaluazio-tailerrak													

Berariazko audientziak:

A.1. Erabiltzaileak

A.2. Zainketen profesionalak

A3. GFAko teknikariak

A.4. Hirugarren sektoreko fundazioen edo erakundeen kudeatzaileak

A.5. Politika-kudeatzaileak (udal-, foru- eta autonomia-mailakoak)

A.6. Zerbitzuak ematen dituzten enpresen kudeatzaileak

A.7. Proiektu esperimentalen arduradunak

A.8. Enpresa eta zentro teknologikoetako arduradunak

A.9. Sindikatuak eta ugazabak

A10. Adituak eta akademikoak

J11. Komunikabideetako arduradunak

A12. Herritarrak, oro har

2. taula. Zaintza Herri Laben komunikazio-matrizea (tokiko zaintza-ekosistemak)[6]

Informazio-iturriak	**Iturriaren deskribapena**	**Informazioa biltzeko tresnak**
1) Zaintza Herri Lab talde eragilea	Talde eragilea osatzen duten pertsonak informazio-iturri eta hobekuntza-gomendio dira	Zaintza Herri Lab monitorea (koordinazio-bilerak eta jardueren betetze-mailaren balantzea)
2) Udaletako gizarte-zerbitzuetako teknikariak	Oinarrizko gizarte-zerbitzuetako teknikariek Zaintza Herri Laben eraginari buruzko informazioa eman dezakete	Zaintza Herri Lab monitorea (Zaintza Herri Laben jarraipen-elkarrizketak) (oinarrizko zerbitzuetako teknikariak)
4) Proiektu eta programen arduradunak	Foru Aldundiak, ADINBERRIk eta beste iturri batzuek finantzatutako proiektuen arduradunak.	Zaintza Herri Lab monitorea (Zaintza Herri Laben jarraipen-inkesta, proiektuak kudeatzen dituzten pertsonak)
5) Erabiltzaileak/senideak	Erabiltzaileek/senideek informazioa ematen dute tokiko zaintza-ekosistemen inpaktuaren balorazioari buruz	Zaintza Herri Lab monitorea (bizi-kalitateari buruzko inkesta eta erabiltzaileen zainketei buruzko partaidetza-tailerrak)
6) Ekosistemak dinamizatzeaz arduratzen diren pertsonak	Tokiko zaintza-ekosistemak dinamizatzen laguntzen duten erakundeak	Zaintza Herri Lab monitorea (jarraipen-elkarrizketak Zaintza Herri Lab antolakunde dinamizatzaileekin)
7) Etxeko zaintzan adituak diren pertsonak	Adituek informazioa ematen dute eta tokiko zaintza-ekosistemen inpaktuaren balorazioa eskaintzen dute	Zaintza Herri Lab monitorea (ebaluazio-topaketak, adituen parte-hartzearekin)

Komunikazio-euskarriak	**Deskribapena**	**Kronograma (posiblea) 2025-2026**											
		12	1	2	3	4	5	6	78	9	10	11	12

[6]Tokiko zaintza-ekosistemak hautatutako zazpi trakzio-proiektuetako bat dira, baina udalek ere bultzatzen dituztenez, matrize propio bat eraiki da.

1) Zaintza Herri Lab webgunea	**(1)** Zaintza Herri Lab webgunea dinamizatzea				■			■		■		■	
2) Brotxak/infografiak	**(1)** Brochure Zaintza Herri Lab eta (3) eraginari buruzko infografiak				■			■		■		■	
3) Newsletter	**(3)** Newsletterra, 5 albiste gakorekin.				■			■		■		■	
4) Bideoak	(1) **Zaintza** Herri Labari buruzko bideoa						■						
5) Ohar digitalak	**(12)** Ohar digitalak (aurrerapenak eguneratzea)			■		■		■		■		■	
6) Zaintza Herri Lab topaketak	**(2)** Informazio- eta balorazio-bilerak udalerriekin									■			
7) Udazkeneko ikastaroa	**(1)** Udazkeneko topaketa, aurrerapenak eta inpaktuak jakinarazteko											■	

Berariazko audientziak:

A.1. Erabiltzaileak

A.2. Zainketen profesionalak

A3. GFAko teknikariak

A.5. Politika-kudeatzaileak (udal-, foru- eta autonomia-mailakoak)

A.6. Zerbitzuak ematen dituzten enpresen kudeatzaileak

A10. Adituak eta akademikoak

Helburua	Agente protagonista	Lehentasunezko publikoa	Atazak	Tresnak	2025	2026										
					Abendua	Urt.	Otdepartamentua	Itsasoa	Api	May	Eka	Uzt.	Abu	Ira	Urr.	Azaroa	Abendua
20>30 Agendaren aurrerapena jakinaraztea	GFA Gizarte Politikak; Agenda, Berrikuntza eta Ebaluazioko Zuzendaritza Nagusia; deliberazio-taldea.	Erabiltzaileak; familiak; profesionalak, erakundeak.	Agendako jarduketen mezuak hizkera irisgarrian helaraztea tresnei. PTIak sartu behar dira lurreratzeko.	**Publiko** orokorra: sare sozialak, telebista, irratia, markesinak. Profesionalak, erakundeak: 20>30 Agendaren webgunea Zainketa eta Gizarte Politiketako Departamentuaren webgunean; Linkedin GFA; deliberazio-taldeko erakundeen komunikazio-kanalak.													
PT: Zaintzak eta Gizarte Politikak Ebaluatzeko Agentzia.	GFA Gizarte Politikak; Agenda, Berrikuntza eta Ebaluazioko Zuzendaritza Nagusia; erabiltzaileak.	Erabiltzaileak; familiak; profesionalak, erakundeak.	Informazio-pilula: Ascot inkesta (Jun 2025) eta lantaldea abiaraztea; Ascot inkesta (2026ko ekaina).	**Publiko** orokorra: sare sozialak, telebista, irratia. Profesionalak, erakundeak: 20>30 Agendaren webgunea Zainketa eta Gizarte Politiketako Departamentuaren webgunean; Linkedin GFA.													
PT: Zaintzak eta Gizarte Politikak Ebaluatzeko Agentzia.	GFA Gizarte Politikak (Zerbitzuen zuzendaritzak); ESN; SISS;	Erabiltzaileak; familiak; profesionalak, erakundeak.	Informazio-pilula: lantaldea eta estandarren aurkezpen progresiboa.	**Publiko** orokorra: sare sozialak, telebista eta irratia; profesionalak, erakundeak: 20>30 Agendaren web-orria Zainketa eta Gizarte Politiketako Departamentuaren webgunean; hiruhileko newsletterra (barnekoa eta kanpokoa), Linkedin.													

PT: Zaintzak eta Gizarte Politikak Ebaluatzeko Agentzia.	Agentzia sortzeko prozesuan inplikatutako eragile guztiak.	Erabiltzaileak; familiak; profesionalak, erakundeak.	**Agentzia abiaraztea**	Prentsaurrekoa GFAn, GFAren sare sozialetan, sare sozialetan, eztabaida-taldean eta talde eragilean.														

Helburua	Agente protagonista	Lehentasunezko publikoa	Atazak	Tresnak	2025	2026										
					Abendua	Urt.	Otdepartamentua	Itsasoa	Api	May	Eka	Uzt.	Abu	Ira	Urr.	Azaroa	Abendua
PT: Go on hitzordua	Alzheimer hitzordua; Donostiako Udala; Osakidetza.	Erabiltzaileak; familiak; profesionalak, erakundeak.	**Proiektua** abiaraztea. Prentsa-oharra eta hedabideen deialdia prestatzea.	Prentsaurrekoa Gipuzkoako Foru Aldundian; sare sozialak, talde eragilea.												
PT: Go on hitzordua	Alzheimer hitzordua; Donostiako Udala; Osakidetza.	Erabiltzaileak; familiak; profesionalak, erakundeak.	**Esku** hartzeko zentro berriaren inaugurazioa.	Prentsaurrekoa Donostiako Cita go on zentroan.												
PT: Zaintza-ekosistemak bultzatzea	Udalak; hirugarren sektoreko erakundeak	Gizarte-zerbitzuak hornitzen dituzten teknikariak;	ELCen esparruan gauzatzen ari diren ekintzak identifikatzea eta jakinaraztea (agenda-esparruaren araberako ekintza-fokua)	**Erabiltzaileak** eta familiak: komunikabideak erabiltzaileekin, familiekin eta udaletako herritarrekin; lurraldeko eta eskualdeko bitartekoak konbinatzea; profesionalak, erakundeak: Zaintza Herrilab urteko topaketa (urtero udal batean); zaintzaherrilab.com webgunea; Linkedin												

				GFA.													
PI: Denbora			**Zehazteke**														
PT: Hariak			**Zehazteke**														
PT: IVAF Agase			**Zehazteke**														

10. INFORMAZIOA ETA DOKUMENTAZIOA IGORTZEA

Kontratuaren xede diren lanak gauzatzen diren bitartean, kontratistak behar den informazioa eta dokumentazioa eman beharko dizkio kontratuaren arduradunari, lanak garatzen diren inguruabarren eta sor daitezkeen arazoen eta horiek konpontzeko erabilitako metodoen gaineko ezagutza osoa izan dezan.

Zehazki, kontratistak kontratuaren arduradunari eman beharko dio beharrezkotzat jotzen dituen aldaketa eta hobekuntza posibleei, gorabeherei eta zerbitzuarekin lotuta interesgarritzat jotzen diren beste alderdi batzuei buruzko informazio guztia.

11. GIZA BALIABIDEAK

Lantaldeak proiektua gauzatzeko eta taldea koordinatzeko arduradun bat izan beharko du. Pertsona hori, gainera, Zainketa eta Gizarte Politiketako Departamentuarekin solaskidea izango da.

Era berean, kontratuaren xedea gauzatzeko gaitasun, esperientzia eta prestakuntza egokia izan beharko ditu taldeak. Horretarako, jakintza-arlo hauekin lotutako titulazioak dituzten pertsonen presentzia ziurtatu beharko da:

- Gizarte-zientziak.
- Zuzenbidea eta berezitasun juridikoak,
- Ekonomia-zientziak, enpresen administrazioa eta zuzendaritza, marketina, merkataritza, kontabilitatea,
- Antolaketa-ingeniaritza.
- Ikus-entzunezkoen eta ikuskizunen produkzioko goi-mailako teknikaria.
- Maila baliokidea deskribatutako adarretan.

Gainera, lantaldeko kide batek gutxienez euskarako C1 maila egiaztatua edo baliokidea izan beharko du.

12. LANEN PLANGINTZA, JARRAIPENA ETA KONTROLA

Zainketa eta Gizarte Politiketako Departamentuari dagokio lanak gainbegiratzea eta zuzentzea, eta, hala badagokio, horiek etetea proposatzea, behar bezala arrazoitutako arrazoirik badago.

Zainketa eta Gizarte Politiketako Departamentuak, Agenda, Berrikuntza eta Ebaluazio Zerbitzuaren bidez, kontratuaren arduradun bat izendatuko du, eta honako eginkizun hauek izango ditu, baldintza-agiri honi dagokionez:

- Eskatutako eta eskainitako lanak betetzen direla zaintzea.

- Zerbitzua emateari buruzko ziurtagiria ematea.

Zainketa eta Gizarte Politiketako Departamentuak aldizkako bilerak egin ahal izango ditu kontratistarekin, kontratua gauzatzean sortzen diren gorabeherak zehazteko, aztertzeko eta baloratzeko.

Zainketa eta Gizarte Politiketako Departamentuak kontratuaren jarraipena egiteko zehazten dituen bileretara joan beharko du kontratistak, eta bertan lagundu beharko du, berak izendatzen dituen langileen bidez. Sail horrek konpromisoa hartzen du behar besteko aurrerapenaz hitzordua jartzeko kontratistaren langileei, bilera horietara joan ahal izan daitezen.

Kontratuaren xede diren lanak egiten diren bitartean, kontratistak konpromisoa hartzen du Zainketa eta Gizarte Politiketako Departamentuak horretarako izendatutako pertsonei haiek eskatzen duten informazioa eta dokumentazioa emateko, lanak egiten diren inguruabarren eta sor daitezkeen arazoen eta horiek konpontzeko erabilitako teknologia, metodo eta tresnen berri izateko.

Honako hauek jasoko dira: eskaintzaileak lanen kalitatea ziurtatzeko ezarritako neurrien deskribapena; metodologia, baliabide materialak, kalitatearen, segurtasunaren eta konfidentzialtasunaren bermea, eta kontratua behar bezala betetzen dela zaintzeko eta bermatzeko aplikatu nahi diren gainerako neurriak.

13. LAN-BILERAK ETA JOAN-ETORRIAK

Kontratuaren xedea eta irismena behar bezala betetzeko beharrezkoak diren lan-bilera guztiak egingo dira, telematikoki edo aurrez aurre, jorratu beharreko gaiaren arabera.

14. BALIABIDE MATERIALAK

Kontratuaren xede diren lanak behar bezala eta kalitatez egiteko behar diren era guztietako baliabide propioak izan beharko ditu kontratistak.

15. LANEN JABETZA

Gipuzkoako Foru Aldundiarenak izango dira, modu esklusiboan, kontratuaren xedea gauzatzeko esleipendunak garatutako lanen ustiapen-eskubide guztiak, erabiltzeko, erreproduzitzeko, eraldatzeko, banatzeko, jendaurrean komunikatzeko eta Internet bidez eskura jartzeko eskubidea barne. Eskubide horiek mundu osoan baliatuko dira, egile-eskubideak babesteko gehieneko aldian, euskarri mota guztietarako, edozein formatu eta hizkuntzatan, eta legeek zehaztutako ondorioekin.

16. KONFIDENTZIALTASUNA

Kontratistak eta hari atxikitako langileek kontratua gauzatzean eskuratzen duten informazioaren konfidentzialtasuna errespetatu beharko dute.

Donostian, sinaduraren egunean

SANTIAGO PABLO MORIONES GARCIA - 15994095X

Digitalki sinatuta norengandik: SANTIAGO PABLO MORIONES GARCIA - 15994095X
Data: 2025.09.29 12:55:41 +02'00'

Agenda, Berrikuntza eta Ebaluazioko Zerbitzuburua

Xanti Moriones García