PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONCURSO, PROMOVIDO POR EL DEPARTAMENTO DE CIENCIA, UNIVERSIDADES E INNOVACIÓN, PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE COORDINACIÓN Y EJECUCIÓN DE UNA CAMPAÑA DE EDUCACIÓN Y DIFUSIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO EN MATERIA DE MECÁNICA Y TECNOLOGÍA CUÁNTICA

1.- Objeto del Contrato

El objeto de los presentes Pliegos es fijar las condiciones técnicas que regirán en la contratación de los servicios para la organización, coordinación y ejecución de una campaña de educación y difusión social del conocimiento para el público general de la Comunidad Autónoma de Euskadi en el contexto del año internacional de la mecánica y tecnología cuántica declarado por la UNESCO para el 2025. El objeto del contrato incluye la conceptualización de las acciones y soportes, su producción, así como la difusión y evaluación de las mismas, de conformidad con lo establecido en el presente documento.

El ofertante deberá proponer la prestación de un servicio de desarrollo y gestión integral de la campaña, desde la adjudicación del contrato hasta la finalización total del proyecto, incluyendo aquellas fases de diseño, preproducción, producción de todos los soportes y materiales, planificación, desarrollo y ejecución de actividades, gestión operativa y logística, y análisis final de resultados.

Se valorará especialmente la capacidad del contratista para garantizar un desarrollo eficaz, una cobertura amplia de la campaña en diferentes localidades de la CAPV y una metodología innovadora que asegure el impacto deseado.

2.- Servicios requeridos

La prestación del servicio debe ser integral, tanto en su desarrollo como en la gestión, incluyendo aquellas fases de diseño, preproducción, producción de todos los soportes y materiales, planificación, desarrollo y ejecución de actividades, gestión operativa y logística y análisis final de resultados.

Esta prestación implica la puesta a disposición por parte del adjudicatario del contrato de una serie de acciones, medios materiales, recursos humanos y servicios que se detallan a continuación.

La propuesta de servicios debe comprender una campaña de difusión social del conocimiento integral basada en una experiencia itinerante a pie de calle; capaz de acercarse al público objetivo en el espacio público de distintos municipios de la CAPV y promover su participación, con acción específica en instituciones de enseñanza y centros asistenciales.

La propuesta deberá incluir un recurso expositivo interactivo que sea móvil y que esté acompañado de un programa de visitas guiadas y talleres educativos que faciliten la comprensión de la física cuántica y difundan los objetivos que el Departamento de Ciencia, Universidades y Educación tiene respecto uno de los cuatro ámbitos científicos prioritarios para

el futuro de Euskadi (estrategia IKUR), concretamente, el ámbito de la tecnología cuántica que desarrolla a través de la iniciativa Basque Quantum (BasQ).

Para todo ello, las acciones que se diseñen deben disponer de todos los recursos materiales y humanos necesarios para atraer la atención del público general, concienciar y fomentar la participación activa del mismo en la campaña. La empresa adjudicataria deberá desarrollar una estrategia visual y de contenidos atractiva y con potencial de impacto educativo, que permita una interacción activa del público y garantice experiencias participativas.

Para maximizar la participación, la empresa contratista deberá presentar un plan de convocatoria de públicos en cada localización, incluyendo las acciones de marketing directo y los medios humanos adscritos al mismo. Además, el adjudicatario del contrato estará obligado a presentar informes cualitativos y cuantitativos de asistencia y participación en la campaña con la periodicidad que la entidad contratante indique.

3.- Recursos mínimos necesarios

MEDIOS MATERIALES

Para el desarrollo de las acciones propias de la campaña, se necesita aplicar una serie de herramientas que garanticen un correcto desarrollo de las actividades comprendidas en la campaña. Se valorará positivamente el uso de **herramientas innovadoras y tecnologías interactivas.**

La empresa contratista deberá contar con un **servicio de gestión operativa** que garantice las ubicaciones en vía pública, la logística, el transporte, los montajes, el mantenimiento y supervisión de los soportes y recursos, la convocatoria y gestión de participantes, el aprovisionamiento de materiales didácticos, la resolución de incidencias y la medición de los resultados.

La empresa contratista tendrá que poner a disposición del proyecto un **soporte itinerante** que deberá cumplir con los siguientes requisitos:

El espacio móvil será accesible y respetuoso con el medio ambiente. Será albergado en una estructura sólida, rígida, robusta y móvil para el desarrollo de las actividades que deberán cumplir como mínimo las siguientes características:

- Espacio móvil debe ser un espacio robusto (se excluyen formatos tipo carpa, toldos, estructuras efímeras) y debe ser de fácil montaje y desmontaje (10min aprox).
- El exterior, interior o cualquier otro elemento que en el espacio expositivo se integre deberán mostrar siempre un perfecto estado estético, moderno y funcional. Se valorará que el vehículo tenga la menor antigüedad posible.
- El licitador deberá proponer un espacio interior de al menos 45 metros cuadrados, pudiendo albergar grupos de 25-30 personas simultáneamente para que disfruten cómodamente de un espacio expositivo capaz de transmitir valores de modernidad, sobriedad, eficiencia y respeto al medio ambiente.
- Para lograr la accesibilidad de todas las personas, la unidad móvil debe contar con un sistema de acceso habilitado para personas con discapacidad física y/o personas con movilidad reducida mediante plataforma elevadora integrada.

- Para garantizar la correcta prestación de este servicio, la empresa contratista deberá acreditar ser propietario del soporte itinerante con carácter previo en la presentación de la oferta, debiendo para ello aportar la documentación relativa al vehículo propuesto, así como fotografías del mismo para su evaluación en el proceso de selección y copia del permiso de circulación e ITV en vigor.
- Para garantizar la correcta prestación de este servicio, sin interrupciones, será necesario un plan de mantenimiento preventivo y correctivo del soporte móvil y de toda su dotación. y asistencia permanente. Para ello, dispondrá de un servicio técnico propio y autorizado de mantenimiento del vehículo con capacidad para solventar cualquier incidencia en un plazo no superior a las 48 horas. Se requerirá mantener instalaciones propias o, en su caso, un acuerdo con instalaciones de un tercero en el territorio en un radio máximo de 150km de la zona de acción de la campaña. El licitador deberá acreditar la existencia de dicho acuerdo.
- El soporte móvil deberá tener motorización sostenible EURO 6 que cuente con distintivo ambiental con etiqueta ECO (vehículo híbrido enchufable con autonomía de consumo únicamente eléctrico inferior a 40km -PHEV-, vehículo híbrido no enchufable -HEV-, vehículos que funcionan con gas natural comprimido -GNC-, gas natural licuado –GNL- o vehículos que funcionan con gas licuado del petróleo -GLP-). Es cuestión imprescindible poseer este distintivo medioambiental de la DGT.
- Se valorará la adopción de soluciones energéticas sostenibles y eficientes para la reducción de emisiones de carbono.
- El soporte deberá contar con toma para conectarse a un sistema de conexión eléctrica externa.
- El soporte deberá contar con los sistemas de climatización integrados de tal manera que la zona expositiva del recinto móvil disponga de una temperatura de confort para las personas visitantes, independientemente de la situación meteorológica exterior.
- El soporte deberá contar con conexión a Internet para poder llevar a cabo la actividad diaria, proporcionada tanto a través de conectividad vía telefonía móvil (4G o similar). Es obligación del contratista la integración en el espacio itinerante de los dispositivos o hardware necesarios.
- El espacio móvil exterior irá rotulado con el mensaje e imagen de la campaña, así como la imagen corporativa de la entidad contratante. La empresa adjudicataria realizará el diseño y la producción de la imagen externa e interna, que, en cualquier caso, tendrán que ser aprobados por la entidad contratante. El diseño incluirá el mobiliario y equipamiento expositivo y tecnológico necesario en forma y número siguiendo criterios estético-prácticos y ergonómicos.
- La empresa contratista pondrá a disposición del proyecto el personal de montaje y conducción, así como el personal de dinamización, y todos los servicios que se requieran para su correcto funcionamiento.
- Asimismo, la empresa contratista tendrá que asumir todos los gastos y gestiones derivados de mantenimiento y correcto funcionamiento del espacio expositivo y todos los soportes de comunicación propuestos para la realización de la campaña y su mantenimiento.

Se contemplan las siguientes prestaciones dentro del servicio:

- La elaboración de rutas, así como la solicitud de permisos de ocupación de vía pública o privada en su caso para estacionar las actividades en los enclaves adecuados donde se localice el público objetivo de la campaña asumiendo cualquier coste o tasa de ocupación, aunque en ese caso podrá proponer alternativas sin coste de ocupación.

- La realización de sesiones concertadas para los diferentes colectivos o segmentos objetivos, con objeto de maximizar la participación, estableciendo claramente la dinámica de cada sesión, los contenidos principales a tratar, los soportes a usar y los objetivos a cumplir.
- Un programa de actividades que incluya visitas guiadas y talleres o dinámicas, que proporcione un enfoque educativo a la campaña itinerante en su objetivo divulgativo.
- Un sistema de evaluación de las actividades realizadas por las personas participantes en las diferentes actividades organizadas que deberá ser entregado con una periodicidad mensual.

Para la correcta ejecución de estas acciones se requiere contar con un sistema que integre las siguientes funcionalidades:

- Contar con un ERP o un Programa de gestión personalizado que permita integrar la gestión de permisos de ocupación de vía pública y la convocatoria del público objetivo por cada ubicación del proyecto.
- Disponer de un sistema de acceso del cliente, las reservas de grupos y acceso al personal de la campaña en tiempo real.

El servicio incorporará desde el diseño hasta la ejecución las **perspectivas de género, así como la perspectiva de diversidad** – edad, origen, nivel socio-educativo, etc.- en todas las dinámicas que se establezcan. Se tendrá en cuenta la **accesibilidad** a la unidad móvil para personas con capacidades especiales (físicas, intelectuales o sensoriales).

MEDIOS HUMANOS

La empresa contratista deberá poner a disposición del servicio contratado un equipo humano multidisciplinar, que deberá tener contratada en plantilla.

La empresa contratista asegurará el correcto funcionamiento de la actividad diaria, cumplimiento de horarios por parte del personal desplazado con quien mantendrá comunicación directa y las labores de mantenimiento durante la campaña. Las jornadas serán de 8h/día, cinco días a la semana de lunes a viernes.

El equipo estará compuesto como mínimo por un/a coordinador/a de proyecto, técnicos/as de atención al público, responsables de la movilidad (conducción) y funcionamiento diario del espacio itinerante, siendo de su competencia la relación jurídica o laboral con dicho personal y las sustituciones de personas que pudieran ser necesarias para la correcta y eficaz prestación del objeto del contrato.

Los perfiles deberán cumplir los siguientes requisitos:

- **Coordinador/a ejecutivo/a de la campaña,** que será interlocutor/a con el equipo responsable del proyecto que la entidad contratante designe. Contará con titulación universitaria y con el título de EGA (Euskararen Gaitasun Agiria) o equivalente que certifique nivel avanzado de euskera. Contará con un mínimo de cinco (5) años de experiencia en la coordinación de campañas itinerantes similares de información y proximidad ciudadana. Como Coordinador/a de la campaña y responsable de la puesta en marcha y ejecución diaria de los trabajos realizados con el proyecto, velará por el cumplimiento de, al menos, las siguientes funciones:

- Elaborar, diseñar y realizar un plan de actuación.
- Dirigir, supervisar y coordinar la ejecución de los trabajos.
- Seguir el grado de cumplimiento de la realización de la campaña.
- Hacer cumplir las normas de funcionamiento y las condiciones estipuladas en el contrato.
- Reportar a la persona coordinadora designada por el cliente todos los aspectos relacionados con el desarrollo y puesta en marcha de la campaña.

- **Responsable de gestión operativa de la campaña**, que se encargará de la gestión diaria del proyecto, gestionando y supervisando las rutas y los permisos. Contará con titulación universitaria y con el título de EGA (Euskararen Gaitasun Agiria) o equivalente que certifique nivel avanzado de euskera.
- **Responsable equipo de creatividad,** con titulación universitaria en marketing, comunicación, publicidad, diseño o bellas artes. Además, contará con al menos cinco (5) años de experiencia en la coordinación del desarrollo creativo, gráfico, de contenidos y dinámicas de participación ciudadana en campañas de información y proximidad similar a la del objeto del contrato, encargándose del desarrollo de contenidos, propuesta creativa, acciones y eventos, etc.
- **Responsable equipo de desarrollo multimedia, audiovisual e informático,** con al menos una persona titulada como Técnico/a en Desarrollo de Aplicaciones Informáticas, que se encargará de la coordinación del desarrollo e instalación del software necesario en la campaña y coordinación de la integración de equipamiento técnico y audiovisual durante la campaña y de todo el equipo desplazado.
- **Responsable equipo de desarrollo técnico,** con al menos un/a titulado/a universitario/a en Ingeniería industrial, mecánica, civil o eléctrica que será el/la responsable del diseño, la personalización y producción de espacios itinerantes y los elementos específicos de mobiliario, iluminación, climatización y atrezo necesarios para el proyecto.
- **Técnico/as de dinamización y atención al público.** Habrá en todo momento, al menos una persona desplazada con experiencia demostrada en campañas de concienciación y sensibilización en servicios similares de al menos seis meses. Contará con titulación universitaria, en materia de física, matemáticas o ingenierías, y con el título de EGA (Euskararen Gaitasun Agiria) o equivalente que certifique nivel avanzado de euskera. Habrá de demostrar experiencia de al menos seis (6) meses en actividades de divulgación o formación. Se encargará de la dinamización de la campaña aplicando las dinámicas de grupos, los contenidos y los soportes interactivos producidos por los equipos de creatividad, acogida, atención, información y resolución de consultas de ciudadanos/as que acudan al mismo en cada localidad, y del mantenimiento actualizado de los recursos del mismo, recopilación de datos para el sistema de información y de evaluación del servicio.
- **Técnico de conducción, montaje y mantenimiento**. Habrá en todo momento, al menos una persona desplazada y con capacitación para conducir, montar y desmontar el espacio itinerante y todos los soportes necesarios para la acción. Deberán tener al menos cuatro (5) años de experiencia en la conducción de este tipo de espacios itinerantes y estar en posesión del carné C+E.

Se presentarán CV y justificación documental de todas las titulaciones exigidas.

4.- Solvencia técnica

Para garantizar la capacidad, calidad y solvencia la empresa deberá cumplir cómo mínimo con los siguientes requisitos:

- Empresa con más de 10 años de experiencia en la prestación de este tipo de servicios.

- Acreditación de solvencia económica y financiera. Las empresas licitadoras deberán acreditar una cifra anual de negocios en el ámbito al que se refiera el contrato, referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos concluidos deberá ser al menos una vez y media el precio de licitación correspondiente a cada año. El volumen anual de negocios del licitador o candidato se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil, si el empresario estuviera inscrito en dicho registro, y en caso contrario por las depositadas en el registro oficial en que deba estar inscrito. Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil.
- Acreditación de solvencia técnica o profesional. Las empresas licitadoras deberán proporcionar una relación de los principales servicios o trabajos realizados de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato en el curso de, como máximo los tres últimos años, en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos. La acreditación de la solvencia técnica o profesional se efectuará mediante la relación de los principales servicios efectuados en los tres últimos años, de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato, cuyo importe anual acumulado en el año de mayor ejecución sea igual o superior al 70 por ciento de la anualidad media del contrato.
- Habilitación empresarial. Las empresas licitadoras deberán contar, asimismo, con la habilitación empresarial o profesional que, en su caso, sea exigible para la realización de la actividad o prestación que constituya el objeto del contrato.
- Las personas jurídicas sólo podrán ser adjudicatarias de contratos cuyas prestaciones estén comprendidas dentro de los fines, objeto o ámbito de actividad que, a tenor de sus estatutos o reglas fundacionales, le sean propios.
- Las empresas licitadoras deberán aportar una póliza de Responsabilidad Civil, con un capital asegurado mínimo DOS MILLONES EUROS (2.000.000,00.- EUR).
- Las empresas licitadoras deberán aportar una póliza de Ciberriesgos y Responsabilidad derivada de la Privacidad y Seguridad en las redes, con límite de indemnización de como mínimo UN MILLÓN EUROS (1.000.000,00.- EUR).
- Las empresas licitadoras deberán acreditar que disponen de los medios técnicos y humanos para garantizar durante todo el periodo de duración del contrato, la prestación inmediata de asistencias, técnicas y mecánicas necesarias para el espacio expositivo en cualquier momento debiendo hacer constar por escrito su compromiso de adscripción para llevar a cabo el objeto de la licitación.
- Así mismo, las empresas licitadoras deberán acreditar estar certificadas en alguna de las normas de calidad referidas a la prestación de los servicios a que se refiere el objeto de este servicio mediante certificados expedidos por los institutos o servicios oficiales encargados del control de calidad, de competencia reconocida, que acrediten la conformidad de productos perfectamente detallada mediante referencias a determinadas especificaciones o normas; o, en otro caso, deberá acreditar que está en proceso de implantación de estas.
- Las empresas licitadoras deberán disponer de herramientas que integren el medio ambiente en la gestión global de la empresa mediante la implantación de un Sistema de Gestión Ambiental, promoviendo así la protección ambiental y la prevención de la contaminación desde un punto de vista de equilibrio con los aspectos socioeconómicos. La empresa licitadora deberá disponer de la certificación ISO 14001 certificados o equivalentes expedidos por organismos establecidos en cualquier Estado. Se aceptarán otras pruebas de medidas equivalentes de garantía de gestión medioambiental siempre que el licitador demuestre que dichas medidas son equivalentes a las exigidas con arreglo al sistema o norma de gestión medioambiental aplicable. El licitador deberá presentar junto con su oferta, en el sobre

correspondiente, dicha certificación o prueba equivalente, siendo su omisión un defecto insubsanable a los efectos de su valoración.

- Las empresas licitadoras deberán acreditar que cumple con lo establecido en el apartado 3 del artículo 45 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, relativo a la elaboración y aplicación de un plan de igualdad y su vigencia o encontrarse en proceso de negociación.
- La empresa licitadora deberá hacer un uso no sexista del lenguaje en cualquier documento definitivo escrito o digital, así como, deberá disgregar los datos por sexo en cualquier estadística referida a personas que se genere, todo ello al amparo del artículo 2.3 de la Ley 4/2005, de 18 de febrero, para la Igualdad de Mujeres y Hombres en el que se señalan los principios generales que deberán respetarse. Todas las imágenes que se utilicen deberán garantizar una presencia equilibrada y no estereotipada de mujeres y hombres. La adjudicataria deberá presentar en la justificación final de la realización de la prestación objeto del contrato una memoria sobre el impacto de género de la contratación, con los indicadores y datos desagregados por sexo de las personas usuarias o del personal prestador del servicio, que posibiliten evaluar la eficacia de las medidas de igualdad aplicadas.

5.- Plazo de entrega

La prestación del servicio (exposición itinerante) tendrá una duración de 9 meses de. De lunes a viernes con ocho (8) horas de jornada de trabajo. Deberá iniciarse el 1 de septiembre.

La empresa adjudicataria dispondrá de 45 días naturales desde la formalización del contrato para el montaje del autobús, en el caso que dichos 45 días finalicen mas tarde del 1 de septiembre el inicio de la prestación se retrasará hasta la finalización de este plazo.

6.- Supervisión y seguimiento

Las prestaciones se realizarán, en todo caso, fuera de las dependencias de la Dirección promotora y la adjudicataria gestionará los servicios en dependencias ajenas.

La prestación del servicio se realizará en coordinación con las directrices establecidas por la Dirección de Innovación del Departamento de Ciencia, Universidades e Innovación, quien supervisará y ejercerá el control necesario durante la aplicación y la ejecución del contrato.

La contratista comunicará por escrito a la Dirección de Innovación cualquier eventualidad o incidencia que pueda afectar al desarrollo del contrato.

Asimismo, se deberá informar a la misma de cualquier cuestión sobre la que se tengan que realizar gestiones adicionales a las mencionadas en este pliego a efectos de su aprobación.

Se velará especialmente por el cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 6/2010, de 23 de diciembre, de publicidad y comunicación institucional de Euskadi.