

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONCURSO, PROMOVIDO POR LA DIRECCIÓN GABINETE Y COMUNICACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE BIENESTAR, JUVENTUD Y RETO DEMOGRÁFICO PARA LA CONTRATACIÓN DE LAS ACTUACIONES NECESARIAS PARA DESARROLLAR Y EJECUTAR LA CAMPAÑA ANUAL DE COMUNICACIÓN DE LA SOLIDARIDAD INTERGENERACIONAL EN EUSKADI

1.- OBJETO Y PRESTACIONES DEL CONTRATO.

El objeto de los presentes Pliegos es el de fijar las condiciones técnicas que regirán en la contratación de servicios de producción de la campaña anual de comunicación de la Solidaridad Intergeneracional que comprende: la planificación, producción y gestión integral de la campaña de comunicación y la organización de un evento anual en torno a la Solidaridad Intergeneracional en Euskadi, para los ejercicios 2026 y 2027 con la posibilidad de dos prórrogas anuales.

Con ello se trata de satisfacer necesidades propias de la Dirección de Gabinete y Comunicación (DGC) en coordinación con la Dirección Diversidad, Convivencia y de Solidaridad Intergeneracional (DDCSI) como órgano transversal del Departamento de Bienestar, Juventud y Reto Demográfico y competente en el ámbito de Solidaridad Intergeneracional tal y como se recoge en el Decreto 320/2024, de 29 de octubre, por el que se establece la estructura orgánica y funcional del Departamento de Bienestar, Juventud y Reto Demográfico.

2.- SERVICIOS REQUERIDOS.

El presente pliego tiene por objeto la contratación de servicios en el ámbito de la comunicación institucional que realice las actuaciones necesarias para desarrollar y ejecutar el conjunto de estrategias de comunicación de la Solidaridad Intergeneracional. Los servicios se contratarán para los próximos dos años desde la formalización de este contrato.

El Departamento de Bienestar, Juventud y Reto Demográfico podrá determinar un día alternativo para centrar la campaña de comunicación comunicándolo con suficiente antelación a la adjudicataria, a modo de ejemplo: el 11 de julio Día Mundial de la Población.

Atendiendo a esta cuestión, se deberá presentar:

- Una propuesta de campaña de comunicación previa de la efeméride que comience al menos veinte días antes y finalice al menos diez días después de la fecha elegida para el acto.
- Una propuesta de campaña de comunicación específica de cara a la celebración del 29 de abril Día Europeo de la Solidaridad y Cooperación entre Generaciones o de la fecha que se determine.

El objetivo final que se persigue es la difusión, promoción y puesta en valor de la Solidaridad Intergeneracional en Euskadi dentro del marco europeo, así como de los programas y acciones en este ámbito promovidas por el Departamento de Bienestar, Juventud y Reto Demográfico.

Para optimizar el alcance de los objetivos perseguidos del Departamento de Bienestar, Juventud y Reto Demográfico entregará a la adjudicataria un marco conceptual que enmarque la visión de la Solidaridad Intergeneracional.

El objeto de contratación se corresponde con los trabajos de Agencia de Comunicación para la planificación, diseño, gestión y producción integral de la campaña incluyendo la producción de un evento en relación con la Solidaridad Intergeneracional.

Los servicios se prestarán bajo las directrices del Departamento de Bienestar, Juventud y Reto Demográfico y más concretamente de la Dirección de Gabinete y Comunicación en coordinación con la Dirección de Diversidad, Convivencia y Solidaridad Intergeneracional que supervisarán la propuesta a desarrollar cada año y aprobarán los mensajes, creatividades y cualquier elemento concerniente al objeto del contrato.

2.1. DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LOS TRABAJOS COMPRENDIDOS COMO AGENCIA DE COMUNICACIÓN

Se deberá prestar un servicio integral de agencia de comunicación que atienda al objeto de este contrato tanto para la campaña de comunicación como para la producción del evento:

A) A nivel general

- Que planifique la comunicación estratégica y las acciones de comunicación, tomando en consideración los manuales de identidad de marca que determine el Departamento de BJRD.
- Que diseñe, produzca y gestione los contenidos, acciones y creatividades incluyendo las adaptaciones necesarias para los diferentes soportes comunicativos online y offline incluyendo la gestión de la propiedad intelectual y de derechos de imagen de las diferentes piezas de comunicación.
- Que coordine con la DGC la entrega de creatividades en las condiciones que se determinen de cara a su gestión por la Central de Compra de Medios del Departamento de BJRD.
- Que diseñe, dirija y produzca el evento anual y que asesore a la DDCSI en la comunicación global de la materia.

b) En relación con las estrategias de posicionamiento online y offline de las campañas publicitarias

- Elaborará un plan estratégico de comunicación de las campañas publicitarias.
- Gestión de estrategias de posicionamiento *online* a través de buscadores.
- Aplicará herramientas de seguimiento de tráfico de los portales web.

c) En relación con las iniciativas informativas con medios.

Cuando se trate de tramitar colaboraciones e iniciativas informativas con diferentes medios de comunicación, la empresa adjudicataria atenderá a las instrucciones que se determinen en cada momento desde la DGC.

2.1.1 REQUISITOS DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO COMO AGENCIA DE COMUNICACIÓN.

2.1.1.1 Diseño de campañas y acciones de comunicación

Atendiendo a los servicios requeridos, cada año de ejecución del contrato se deberá presentar una propuesta de campaña integral de comunicación con dos apartados diferenciados:

- Una propuesta de campaña de comunicación previa a la celebración de la efeméride que comience al menos veinte días antes y finalice al menos diez días después.
- Una propuesta de campaña de comunicación específica de cara la celebración del 29 de abril o el día que determine el Departamento de Bienestar, Juventud y Reto Demográfico.

Los cometidos generales son los siguientes:

- Diseño de creatividades para campañas de publicidad offline y online, incluyendo generación y producción de contenidos, copys, gestión de derechos de propiedad intelectual y de imagen, etc.
- Dirección artística y diseño de todas las piezas necesarias para llevar a cabo otras acciones de comunicación requeridas por el Departamento de BJRJ.
- Diseño de acciones especiales.
- Diseño de materiales de difusión y puesta en valor de la Solidaridad Intergeneracional.
- Producción audiovisual de los videos promocionales, spots publicitarios y cuñas radiofónicas

Todos los elementos, antes de entrar en producción, tendrán que ser aprobados por el Departamento de Bienestar, Juventud y Reto Demográfico, llevándose a cabo tantos bocetos como sean precisos hasta contar con la total conformidad.

Los planes estratégicos de campañas publicitarias abarcarán como mínimo los veinte días previos a la celebración de la efeméride y los diez días posteriores pudiendo ser objeto de mejora por parte del licitador.

Todas las campañas y acciones de comunicación que lleve a cabo la empresa serán identificadas con la identidad de marca que se determine desde el Departamento de Bienestar, Juventud y Reto Demográfico.

2.1.1.2. Gestión de contenidos.

Se llevará a cabo la gestión de contenidos de las publicaciones en las páginas web del Departamento BJRJ incluyendo la redacción de textos, búsqueda y selección de imágenes y diseño de infografías.

Los contenidos se coordinarán con el Departamento de BJRJ y contendrán todo lo que éste considere de interés. La redacción y la revisión de estilo y ortografía correrán

a cargo del contratista.

Asimismo, se gestionarán contenidos audiovisuales como apoyo a la difusión de los proyectos enmarcados en el programa de Solidaridad Intergeneracional.

2.1.1.3. Diseños publicitarios en páginas web, medios de prensa escritos, publicidad en medios de transporte públicos de los tres territorios históricos, etc.

En el marco de este pliego técnico, la empresa adjudicataria deberá realizar creatividades y diseños publicitarios para páginas web, medios de prensa escritos, medios de transporte públicos de los tres territorios históricos y otros posibles espacios según las especificidades de cada uno de estos medios.

2.1.1.4. Producción de al menos un vídeo corporativo, un spot publicitario, un video resumen del evento y dos cuñas radiofónicas en cada uno de los idiomas oficiales de la CAE.

La empresa adjudicataria será responsable de la **producción y realización de contenidos audiovisuales** en diversos formatos, según las necesidades del departamento de BJR. Entre los trabajos que podrán encargarse, sin carácter limitativo, se incluyen:

- **Spots publicitarios** para televisión, plataformas digitales o redes sociales.
- **Vídeos promocionales o institucionales** (de corta, media o larga duración).
- **Cuñas de radio**, con guion, locución y edición final.
- **Piezas audiovisuales adaptadas** a diferentes formatos, plataformas y públicos.
- **Material gráfico animado o motion graphics**, cuando se requiera.
- **Adaptaciones y versiones** de contenidos ya existentes.

La empresa adjudicataria deberá asumir la **gestión integral del proceso de producción**, que comprenderá como mínimo:

- La propuesta creativa y elaboración de guiones.
- La planificación, rodaje y/o grabación de audio y vídeo.
- La edición, postproducción, montaje y entrega final del material.
- La cesión de los derechos de uso, reproducción y difusión, en los términos estipulados por la entidad contratante.

Asimismo, deberá garantizar la **calidad técnica y artística** de las piezas, así como el cumplimiento de los plazos establecidos en cada encargo concreto que se derive del contrato.

En caso de rodaje en vías públicas bien del vídeo corporativo, spot o cualquier otro elemento audiovisual comprendido en este contrato, la empresa adjudicataria se responsabilizará de la tramitación de los permisos y autorizaciones oportunos ante las autoridades respectivas, así como de la gestión de todos los derechos necesarios. El Departamento de BJR se reserva el derecho de utilizar cualquier pieza producida si así lo imponen o aconsejan las circunstancias.

2.1.1.5. Gestión de la presencia en redes sociales, diseño y producción de contenidos para redes sociales.

A la luz de la creciente relevancia del uso de redes sociales para la difusión de la información, se requiere un plan específico de comunicación e inversión de la comunicación en estos soportes siendo consideradas redes sociales a efectos de este apartado: X, LinkedIn, Facebook, YouTube, Instagram, TikTok y cualquier otra que sin aparecer aquí se estime relevante o necesaria por el Departamento de BJRJ.

El plan específico de comunicación e inversión deberá incluir la estrategia comunicativa en estos soportes, el calendario editorial, la generación y producción mínima de contenidos audiovisuales y la inversión en promoción, así como otras cuestiones a criterio del licitante que garanticen un mayor impacto de las acciones previstas.

- Gestión de la presencia de la Solidaridad Intergeneracional en redes sociales y asesoría en el lanzamiento canales de social media.
 - o Gestión de estrategias de posicionamiento online.
 - o Publicación continua de contenidos informativos y dinamización de las redes sociales durante la duración de la campaña.
 - o Medir el alcance de las entradas en redes sociales que tengan por objeto informar sobre proyectos, logros o cualquier elemento relevante relacionado con el programa de Solidaridad Intergeneracional.
 - o En relación con la dinamización de los diferentes soportes comunicativos, la empresa adjudicataria deberá prestar servicio las 24 horas del día durante el período establecido para la campaña con el objetivo de atender las interacciones que sean necesarias entre las cuentas corporativas y la ciudadanía
 - o Estrategia de contenidos para los distintos canales.
- Acordar e implementar la estrategia de redes sociales y realizar su seguimiento: Implementación de las propuestas de mejora de las redes sociales, tanto en texto como en gráficos.
- Realización de un mínimo de 35 recursos gráficos y audiovisuales (al menos 10 han de ser de carácter audiovisual) específicos de apoyo a contenidos para las redes durante la campaña adaptados a cada red, siguiendo indicaciones del Departamento de BJRJ
 - o Inversión en publicidad y promoción de contenidos en redes sociales.
 - o Creación de copy, diseños gráficos y contenido audiovisual de las distintas publicaciones.

2.1.1.6. Asesoramiento técnico en la difusión y control de campañas.

La adjudicataria realizará el asesoramiento técnico preciso, durante la duración del contrato, que garantice la consecución de los objetivos que el DBJRJ determine para cada campaña. A tal efecto, y con carácter previo, se podrá requerir a la empresa adjudicataria información sobre:

- o Cuantificación y análisis en torno al público objetivo-target.
- o Análisis de campañas similares en el sector público y privado.
- o Análisis del mercado publicitario según ámbitos.
- o Análisis del mensaje y canales publicitarios.
- o Selección de medio, soportes, motivos, recomendación y experiencia con el medio.

2.2. DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LOS TRABAJOS COMPRENDIDOS PRODUCCIÓN DE UN EVENTO RELACIONADO CON LA SOLIDARIDAD INTERGENERACIONAL

La adjudicataria deberá proponer, diseñar y producir de manera integral un evento enmarcado en la celebración del Día Europeo de la Solidaridad y Cooperación entre Generaciones o en su defecto el que se determine para enmarcar la campaña anual de comunicación en el ámbito de la Solidaridad Intergeneracional.

Para ello, la empresa adjudicataria deberá presentar cada año una propuesta de acto de carácter institucional y social para su validación por el Departamento de BJRJ que podrá pedir modificaciones al mismo, bien sean a alguno de los aspectos concretos del acto como a su integralidad.

DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LOS TRABAJOS

A nivel general la empresa adjudicataria se encargará de:

- Diseño integral del acto, localización, objetivos, destinatarias, escaleta, participantes institucionales y sociales, invitados e invitadas, gestión de la localización y contratación si se requiere del espacio, etc.
- Diseño (contenidos y creatividad), dirección, realización, producción, traslado, montaje y desmontaje de todos los elementos necesarios para la organización y asistencia a eventos de comunicación (presentaciones a prensa, organización de jornadas, foros, reuniones, actos de lanzamiento o presentación de operaciones, etc.)
- Alquiler de locales, materiales y medios necesarios para organización y/o asistencia a eventos.
- Asistencia técnica profesional para la organización de eventos de comunicación (personal técnico de sonido e iluminación, fotógrafos, personal de apoyo, etc.)
- Contratación de todo el personal que vaya a intervenir en el acto en todas fases, incluyendo la presentación, actuaciones, ponentes etc. si el acto lo requiriera.

Las acciones de comunicación y la asistencia y organización de eventos, así como su duración y las fechas, serán decididas y aprobadas por el Departamento de BJRJ.

REQUISITOS DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

A) Será obligación de la empresa adjudicataria:

- Aportar los elementos materiales que se precisen en función del tamaño y tipo de los actos a celebrar y el personal técnico especializado necesario para su montaje, desmontaje y traslados.
- Será responsable de la vigilancia y conservación de los materiales utilizados y de las instalaciones realizadas tanto durante el montaje y desmontaje como durante la celebración del acto. Igualmente, correrá con los gastos del personal destinado a dicha función.
- Será responsable del transporte de los elementos necesarios para la realización del acto, corriendo con todos los gastos que deriven de éste.

- Respetará, en todo momento, las normas establecidas en los planes de seguridad y de emergencia y de evacuación de cada uno de los lugares en los que se celebren los eventos, así como la normativa aplicable a las instalaciones provisionales, necesarias para el montaje, desmontaje, desarrollo y preparación del correspondiente acto.
- Mantendrá los espacios a utilizar en condiciones de máxima limpieza tanto con carácter previo al montaje como durante el acto y después del desmontaje, dejando las instalaciones tras el desmontaje en condiciones de nuevo uso.
- Contabilización del número de asistentes (presenciales y virtuales, en directo y en diferido), o la mejor estimación posible de los asistentes en caso de actos en vía pública o al aire libre donde no exista un control de acceso.
- Gestión de invitados e invitadas al acto.
- Según el caso contratación y suministro de servicio de catering, merchandising o cualquier otra cuestión relacionada con el desarrollo del evento.

OTRAS ESPECIFICACIONES

a) Reportajes fotográficos de actividades y eventos.

La empresa adjudicataria realizará un reportaje fotográfico del evento garantizando que como protagonistas -siempre que sea posible- haya un equilibrio en la representación de mujeres y hombres.

Estos reportajes constarán de un mínimo de 50 tomas (tamaño mínimo de 4288x2848 px y 300 ppp de resolución) en formatos TIFF y PNG – 16 bits – Modo de color RGB.

El adjudicatario entregará a la DPCFE el acceso, enlace o hipervínculo para la obtención del trabajo realizado que garantice la custodia y confidencialidad del trabajo.

Este material se entregará correctamente etiquetado e incluyendo en la raíz, un fichero que incluya información sobre la estructura contenida en el mismo, acompañado de un escrito de presentación y una memoria descriptiva del desarrollo de los trabajos entregados.

Dentro de este contrato se incluye la cesión de los derechos de autor, pasando las imágenes a ser propiedad del Departamento de BJRD para su uso en todos aquellos soportes considere oportunos de forma indefinida.

3. ENTREGABLES Y GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

ENTREGABLES

Una vez finalizado el proyecto el adjudicatario entregará, sin coste para al Departamento de BJRD, todos los originales que se hayan generado en el desarrollo de este en su formato final y en el de creación o editable:

- Materiales gráficos: se entregarán artes finales editables en el formato de creación y artes finales editables (vectorizados).
- Materiales audiovisuales: se entregará una copia en mp4, blu-ray de los productos finales, así como los materiales brutos rodados y los editables que se hayan generado en el proceso. Además, se entregarán los archivos de proyecto con sus

correspondientes medios asociados, así como los archivos editables de los grafismos que contengan texto.

- Materiales de audio: se entregarán en formato mp3.
- Reportajes fotográficos, según se especifica en el apartado 2.2. de este pliego de condiciones técnicas.

El Departamento de BJRD podrá modificar los formatos establecidos si ello fuese necesario.

La totalidad de los entregables, **audios, videos**, informes o documentos que se requieran se presentarán en euskara y castellano, tanto en papel como en soporte informático y, para la versión en euskara se tendrá en cuenta las indicaciones de la última edición de la publicación “IVAPeko Estilo liburua - Administrazioa Euskaraz”.

GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Todos los documentos y demás elementos serán puestos a disposición de la Administración General de la CAE en su domicilio (C/Donostia-San Sebastián, 1. 01010 VITORIA-GASTEIZ).

Todas las producciones, creatividades y trabajos que realice el adjudicatario, en ejecución del contrato serán propiedad del Departamento de BJRD en cualquier modalidad y bajo cualquier formato, para todo el mundo y por el plazo máximo permitido legalmente en los términos previstos en el PCAP.

El adjudicatario deberá haber abonado a los terceros que corresponda (músicos, creadores, actores, locutores, ilustradores, etc.) el importe que les corresponda por su participación en las referidas producciones, creatividades, imágenes y trabajos de forma que el Departamento de BJRD adquiera todos los derechos económicos sobre dichos trabajos y la posibilidad de cesión a terceros, a título de exclusividad.

El adjudicatario se obliga a dejar indemne al Departamento de BJRD de todas las reclamaciones que hagan terceros por su participación en las producciones, creatividades y trabajos que realice el adjudicatario en ejecución del contrato.

La entidad contratada no podrá utilizar para sí, ni proporcionar a terceros, datos del trabajo contratado sin autorización expresa del Departamento de BJRD. A tal efecto, la adjudicataria quedará obligada desde la entrega de los elementos objeto de la prestación a reconocer y certificar a instancia de la Administración General de la Comunidad Autónoma de Euskadi la titularidad de ésta en el ámbito descrito cuando así sea requerido. En este sentido, la documentación contendrá únicamente los logos que indique el Departamento BJRD.

4. EQUIPO DE TRABAJO

La empresa adjudicataria deberá presentar de manera detallada la conformación y organización del equipo de trabajo que prestará los servicios contratados, indicando el currículo de cada uno de los y las profesionales, las tareas que desarrollará, la dedicación prevista y su capacitación lingüística.

En relación con la capacitación lingüística al menos una de las personas que realice las tareas de coordinación del proyecto y que mantenga relación habitual con el Departamento de BJRD deberá contar con un nivel lingüístico en euskera C1 o equiparable.

Asimismo, al menos una de las personas que tenga entre sus funciones la redacción de copys, textos, discursos etc. deberá contar con un nivel lingüístico en euskera C1 o equiparable.

5. INTERLOCUCIÓN, DEPENDENCIA DE PERSONAL Y CONFIDENCIALIDAD

INTERLOCUCIÓN DE LA ADJUDICATARIA CON EL DEPARTAMENTO DE BJRD

La empresa adjudicataria deberá indicar la identidad de las personas integrantes del equipo de trabajo que llevarán a cabo dichas tareas.

Dicho equipo, se reunirá con el Departamento del BJRD en las dependencias de la Administración para planificar las siguientes acciones a desarrollar y evaluar la ejecución de la estrategia aprobada, trimestralmente.

Además, el citado equipo aportará su propio material informático y de telecomunicaciones para la gestión del servicio.

DEPENDENCIA PERSONAL

Las personas que participen en la ejecución del contrato no tendrán dependencia ni orgánica ni funcional con la Administración.

Los gastos de dietas, telefonía móvil, Internet y vehículo y transporte en general correrán a cargo de la empresa adjudicataria.

CONFIDENCIALIDAD, PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL Y PROPIEDAD INTELECTUAL

La empresa adjudicataria habrá de garantizar el cumplimiento de la normativa vigente en cuanto a la seguridad de datos de carácter personal según la Ley orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales.

Todos los documentos y resultados del trabajo objeto del presente contrato serán propiedad de la administración contratante.

6. OTRAS ESPECIFICIDADES DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO EN TODOS LOS TRABAJOS A DESARROLLAR

ATENCIÓN A LA IGUALDAD ENTRE HOMBRES Y MUJERES Y A DIVERSIDAD DE SEXO Y GENERO.

La empresa adjudicataria debe garantizar que se cumpla, en todas las tareas que comprenden la ejecución del contrato, lo siguiente:

La legalidad vigente en materia de Igualdad de Mujeres y Hombres en lo que respecta a medios de comunicación social y publicidad. Véase Artículo 29 del DECRETO LEGISLATIVO 1/2023, de 16 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley para la Igualdad de Mujeres y Hombres y Vidas Libres de Violencia Machista contra las Mujeres , entre cuyas disposiciones destacamos las más afines al objeto de este contrato:

3.– Los medios de comunicación social, en la elaboración de sus programaciones, garantizarán la inclusión de la perspectiva de género e interseccional en los contenidos,

además de hacer un uso no sexista del lenguaje y garantizar una participación activa de las mujeres y una presencia equilibrada y una imagen plural de ambos sexos, al margen de cánones de belleza y de estereotipos sexistas sobre las funciones que desempeñan en los diferentes ámbitos de la vida, con especial incidencia en los contenidos dirigidos a la población infantil y juvenil y desmontando los prejuicios y estereotipos asociados a las mujeres en las que concurren los factores generadores de discriminación múltiple referidos en el apartado final del artículo 3.1.

4.– Los medios de comunicación de titularidad pública de la Comunidad Autónoma apoyarán y darán un trato preferente en el acceso a sus espacios publicitarios a las campañas institucionales que tengan el objetivo de eliminar las desigualdades y promover la igualdad de mujeres y hombres, y de prevenir la violencia machista contra las mujeres en todas sus manifestaciones. A tales efectos, se establecerán, en su caso, los oportunos mecanismos o acuerdos de colaboración institucional.

El Código de Autorregulación para la Publicidad y la Comunicación no sexistas en Euskadi. Entre cuyos decálogos de propuestas destacamos las más afines al objeto de este contrato, por cuyo cumplimiento, la empresa adjudicataria debe velar especialmente en el asesoramiento al Análisis del mensaje y en la elección canales publicitarios

- Presentar mujeres y hombres en toda su diversidad, desarrollando diferentes roles y con pautas de comportamientos diversos evitando la identificación de profesiones, actitudes, aficiones o deseos como exclusivos de mujeres u hombres.
- Evitar el uso de estereotipos sexistas, así como de modelos teóricamente igualitarios pero que, en realidad, ocultan el machismo encubierto.
- Mostrar a mujeres y hombres en toda su diversidad, en posición de igualdad, como personas independientes y autónomas.
- Mostrar a mujeres y hombres en toda su diversidad, en las mismas profesiones, trabajos y posiciones, equiparando su grado de autoridad, relevancia social y poder.
- Realizar un uso no androcéntrico y no sexista de los lenguajes,
- Rechazar argumentos, expresiones o imágenes que impliquen algún tipo de violencia contra las mujeres.
- Asociar a mujeres y hombres en toda su diversidad, con distintos estándares de belleza, sin vincularlos a la consecución del éxito social y económico.
- Visibilizar y tratar como iguales a las personas en toda su diversidad.
- Presentar la diversidad sexual, de género y familiar en todo tipo de mensajes publicitarios, así como evitar cualquier actitud discriminatoria.

Para más información sobre las obligaciones y requerimientos en comunicación y publicidad en materia de igualdad consultar las siguientes webs:

DECRETO LEGISLATIVO 1/2023, de 16 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley para la Igualdad de Mujeres y Hombres y Vidas Libres de Violencia Machista contra las Mujeres

https://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/temas_medios_intro/es_def/adjuntos/begira.codigo.deontologico.pdf

Finalmente, la empresa adjudicataria garantizará la calidad de las publicaciones en las dos lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma de Euskadi.

7.- IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Todos los elementos de comunicación deberán adaptarse a las directrices de identidad visual corporativa que determine el Departamento de BJRD, especialmente a las propias del Departamento y a Garai Berriak como marco estratégico de la DDCSI. La persona responsable del contrato hará llegar dichas directrices a la empresa adjudicataria.

8.- PLAZO DE DURACIÓN DEL CONTRATO Y PRESUPUESTO

El periodo de contratación será de 24 meses desde la fecha de formalización del contrato, periodo sujeto a dos posibles prórrogas de 12 meses cada una. La empresa podrá empezar a trabajar en los servicios solicitados el día inmediatamente posterior a la formalización del contrato. Durante el periodo inicial de contratación, el presupuesto máximo para la totalidad de los servicios citados en el presente pliego es de 188.687,40 € euros (IVA incluido).

De acuerdo con el PCAP no cabe revisión de precios. Las ofertas de las personas físicas o jurídicas licitadoras deberán contemplar el precio para la totalidad de los servicios solicitados, incluyendo todos los impuestos y gastos que origine el contrato (con excepción del IVA), las operaciones físicas o jurídicas que se deriven del mismo, las retribuciones, gastos y abonos a terceros por todos los conceptos, incluidos los relativos al pago de derechos de propiedad intelectual o de imagen que hubieran podido generarse. Con el último pago realizado para abonar los servicios encargados durante la vigencia del contrato, se entenderá que quedan íntegramente abonados dichos derechos, sin que la persona física o jurídica adjudicataria pueda reclamar cantidad adicional alguna una vez expirado el contrato.

9. SUPERVISIÓN Y SEGUIMIENTO

Las prestaciones se realizarán, en todo caso, según las directrices que determine la DGC, que supervisará los trabajos realizados y ejercerán el control necesario para que la gestión del contrato tenga la aplicación deseada.

Para ello, Dirección de Gabinete y Comunicación en coordinación con la Dirección de Diversidad, Convivencia y Solidaridad Intergeneracional harán el seguimiento, orientación y las correcciones que consideren oportunas. Además, comprobarán el correcto cumplimiento por parte de la empresa adjudicataria de todas las obligaciones que asume a través de esta contratación realizando para ello el seguimiento completo de los trabajos contratados, de las condiciones especiales de ejecución establecidas y de la calidad de los resultados obtenidos.

La empresa adjudicataria designará una persona responsable como única interlocutora válida que asistirá a las reuniones de seguimiento que se determinen. Además, se dotará de todo el material que sea necesario para llevar a cabo las acciones descritas.

La empresa adjudicataria comunicará por escrito 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.

Por otro lado, deberá garantizar el cumplimiento de la prestación en las dos lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma de Euskadi y garantizará un uso no sexista del lenguaje en todas las publicaciones.

ANEXO – CONCEPTO SOLIDARIDAD INTERGENERACIONAL EN EUSKADI

A modo de orientación para la elaboración de la propuesta se presenta en este anexo un concepto marco de la Solidaridad Intergeneracional que será ampliado tras la formalización del contrato.

MISIÓN: *Una Euskadi cohesionada, solidaria y preparada para afrontar los desafíos del presente y futuro*

ZUBIAK – Pacto Entre Generaciones

La Solidaridad Intergeneracional se presenta como un pilar fundamental para garantizar la cohesión social y construir una Euskadi más justa y equitativa, donde el bienestar presente no comprometa el futuro y donde cada persona independientemente de su edad u origen, tenga la oportunidad de desarrollar su proyecto de vida.

En un mundo en constante transformación, las desigualdades adoptan nuevas formas, afectando de manera diferenciada a cada generación y requiriendo nuevas respuestas que reequilibren oportunidades y redistribuyan los esfuerzos, fortalezcan la comunidad, el diálogo entre generaciones, la transferencia de experiencias, rentas y conocimientos.

En este contexto, la solidaridad intergeneracional es un pilar para garantizar la cohesión social y construir una Euskadi más justa y equitativa integrada en Europa, donde el bienestar presente no comprometa el futuro y donde cada persona tenga la oportunidad de desarrollar su proyecto de vida plena.

Fortalecer las políticas de: emancipación juvenil (autonomía personal, bienestar emocional, empleo de calidad y acceso a la vivienda), de apoyo a las familias y a la conciliación, de apoyo a las personas mayores y su participación activa en la sociedad, de abordaje de la migración con responsabilidad y eficacia desde una perspectiva de derechos humanos alineada con Europa evitando que las desigualdades se perpetúen garantizando oportunidades para todas las personas, la conformación de equipamientos y espacios urbanos y sociales para el encuentro, la atención a la realidad de las pequeñas poblaciones y el entorno rural, el fortalecimiento de la comunidad como agente cohesionador, así como el reto medioambiental, etc.

Son retos que han de abordarse con perspectiva de género y desde un enfoque integral basado en la cooperación intergeneracional, el trabajo en red entre diferentes actores clave, en la articulación de políticas públicas inclusivas que eviten que las desigualdades se perpetúen garantizando oportunidades para todas las personas, la sostenibilidad del sistema y afrontar con éxito el reto demográfico.

Las organizaciones como parte del tejido productivo y social contribuyen al crecimiento y sostenibilidad del país en todas sus vertientes y no son ajenas a esta realidad: el relevo generacional, la transferencia de experiencias y conocimientos, la de necesidad de incorporar de nuevos profesionales y su aportación a la comunidad se configuran en desafíos a los que dar respuesta.