



Financiado por la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Plan de Recuperación,
Transformación y Resiliencia

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO



Eusko Jaurlaritzaren Informazio Elektronikoa
Sociedad Informática del Gobierno Vasco

Pliego de Condiciones Técnicas

MRR-C19.I1. Servicios de marketing, creatividad, producción, planificación, comunicación y compra de espacios publicitarios en medios para la campaña de sensibilización y promoción de las acciones formativas del “Programa C19.I1” de KZgunea.

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia- Financiado por la Unión Europea –NextGenerationEU.

Fecha: 19/12/2022

Referencia: EJIE-153-2022

EJIE S.A.

Mediterráneo, 14

Tel. 945 01 73 00*

Fax. 945 01 73 01

01010 Vitoria-Gasteiz

Posta-kutxatila / Apartado: 809

01080 Vitoria-Gasteiz

www.ejie.es

Este documento es propiedad de EJIE, S.A. y no puede ser utilizado para otros propósitos que los que han originado su entrega, sin el previo permiso escrito de EJIE, S.A. En el caso de ser entregado en virtud de un contrato, su utilización estará limitada a lo expresamente autorizado en dicho contrato.

Control de documentación

Título de documento: Servicios de marketing, creatividad, producción, planificación, comunicación y compra de espacios publicitarios en medios para la campaña de sensibilización y promoción de las acciones formativas del "Programa C19.I1" de KZgunea

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia- Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU.

Histórico de versiones

Código:

Versión: 1

Fecha: 19/12/2022

Resumen de cambios:

Cambios producidos desde la última versión

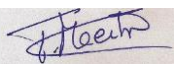
Primera versión.

Control de difusión

Responsable: Toñi Maestro Agustín

Aprobado por:

Firma:



Fecha: 19/12/2022

Distribución:

Referencias de archivo

Autor:

Nombre archivo:

Localización:

Contenido

	Capítulo/sección	Página
	1. Introducción	5
	2. Objeto del contrato.	9
	3. LOTE 1. Marketing, creatividad y producción	10
	3.1. Descripción de los servicios del LOTE 1.	10
	3.1.1. Creatividad y producción	10
	3.1.2. Marketing	14
	3.2. Descripción de entregables del LOTE 1.	16
	3.3. Plan de Trabajo del LOTE 1.	17
	3.3.1. Cronograma de ejecución.	17
	3.3.2. Plan de Entregas e Hitos de Control.	17
	3.3.3. Indicadores de seguimiento del proyecto.	17
	3.4. Mecanismos de Seguimiento, Control y Supervisión del LOTE 1.	18
	3.4.1. Mecanismos de Seguimiento y Control	18
	3.4.2. Supervisión del servicio	19
	4. LOTE 2. Planificación, comunicación y compra de espacios publicitarios en medios.	20
	4.1. Descripción del servicio del LOTE 2.	20
	4.2. Descripción de entregables del LOTE 2.	23
	4.3. Plan de Trabajo del LOTE 2.	24
	4.3.1. Cronograma de ejecución.	24
	4.3.2. Plan de Entregas e Hitos de Control.	24

4.3.3.	Indicadores de seguimiento del proyecto.	24
4.4.	Mecanismos de Seguimiento, Control y Supervisión del LOTE 2.	25
4.4.1.	Mecanismos de Seguimiento y Control	25
4.4.2.	Supervisión del servicio	26
5.	Anexo 1: Colectivos (población objetivo) (SGTED).	27
6.	Anexo 2. Centros de la Red KZgunea.	28

1. Introducción

KZgunea es la red pública vasca de centros creada para el impulso de una ciudadanía digital en Euskadi. Nació con el objetivo principal de ayudar a superar la brecha digital, y después de 20 años, el proyecto se ha ido transformando para adaptarse a las necesidades de nuestras personas usuarias.

Este proyecto de alfabetización digital surgió con la finalidad de poner en marcha una red de centros públicos gratuitos para la formación y el uso de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC) en todos los municipios de Euskadi.

El principal objetivo de KZgunea es proporcionar servicios que potencien las competencias digitales de las personas para reducir la brecha digital y apoyar así los objetivos del Gobierno Vasco orientados a fomentar el impulso de una ciudadanía digital en Euskadi para conseguir una sociedad digitalmente avanzada.

El programa KZgunea promueve el uso generalizado de las nuevas tecnologías, prestando especial atención a los colectivos sociales que presentan el riesgo de quedar excluidos de la corriente de conocimiento que suponen las TIC. Su foco principal es la capacitación digital a través del aprendizaje que se articula con la impartición de los cursos disponibles en la oferta formativa. Se complementa este servicio con tutorías tecnológicas que se atienden de manera personalizada. También se da cobertura a servicios de otras entidades como tramitación de certificados de identificación electrónica, BakQ (Izenpe); tramitación de acceso a Metaposta, servicio gratuito de caja fuerte y buzón en Internet para recibir y almacenar sus documentos con total confidencialidad y seguridad; planificación, gestión del espacio para su realización y supervisión de las pruebas IT Txartela, exámenes para conseguir la acreditación de conocimientos en el uso de herramientas informáticas e Internet y la planificación de cursos para personas en búsqueda de empleo y servicios de acompañamiento a tramitaciones de Lanbide.

Para poder contextualizar esta actividad en la red de centros KZgunea, se propone consultar el sitio web www.kzgunea.eus, que ayudará a las empresas licitadoras a comprender las líneas principales de actuación de la red. En la Carta de Servicios se recogen todos los servicios y compromisos adquiridos con la ciudadanía para proporcionar actividades que potencien la capacitación de competencias digitales en la ciudadanía de la CAE. Esta Carta está certificada por AENOR en la norma UNE 93200:2008, que acredita el cumplimiento de la misma. Debe tenerse en cuenta que estas referencias son de carácter ilustrativo y que **las condiciones técnicas formales de la licitación son las que se recogen explícitamente en este documento.**

Actualmente, esta red y las actividades del proyecto se enmarcan dentro de la nueva “Estrategia para la Transformación Digital de Euskadi 2025”, que continua el trabajo ya iniciado en 2001 en cuanto a materia tecnológica, ejecutando procesos de digitalización que la pandemia ha evidenciado que deben establecerse como imprescindibles.

La Dirección de Tecnologías de la Información y la Comunicación, dependiendo del Departamento de Gobernanza Pública y Autogobierno del Gobierno Vasco, encarga a la Sociedad Informática del Gobierno Vasco - *EJIE, S.A.*, la gestión del proyecto KZgunea creado para el impulso de una ciudadanía digitalmente avanzada en Euskadi, en colaboración con los ayuntamientos vascos.

El presente pliego se establece en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), estrategia española creada para canalizar los fondos destinados por Europa a reparar los daños provocados por la crisis del COVID-19.

La rápida transformación digital de la economía y la sociedad ha convertido a las competencias digitales en herramientas básicas para poder aprovechar las oportunidades que ofrece desde el punto de vista económico, social y ambiental: nuevas y accesibles formas de comunicación y de prestación de servicios, nuevos perfiles profesionales y oportunidades de negocio para las empresas para dar respuesta a los retos globales, nuevas posibilidades de acceso a la información, a los servicios públicos y a la actividad económica en todo el territorio nacional.

La situación excepcional derivada de la pandemia del COVID-19 ha acelerado el proceso de digitalización, poniendo de relieve las fortalezas, pero también las carencias relativas de nuestro país, como la baja capacitación digital de buena parte de la población, con particular incidencia en aquellos sectores que están viviendo un proceso acelerado de cambio, en el ámbito de la educación y en las PYMEs.

La adquisición y el desarrollo de competencias digitales se erige, así como una de las prioridades clave del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, donde la transición verde y digital van de la mano para impulsar la recuperación económica y la creación de empleo de calidad, modernizar el modelo productivo y reforzar la vertebración social y territorial del país, combatiendo el problema de la España vaciada. Un proceso que ha de tener una aproximación inclusiva, dirigiéndose a mejorar la capacitación de todos y todas, sobre todo para las personas en riesgo de exclusión social, responsable, sostenible y en colaboración con el sector privado y el tercer sector, debido al carácter universal y transversal de las competencias digitales.

Por tanto, las competencias digitales son un elemento fundamental para conseguir que la sociedad y las empresas españolas afronten los retos y aprovechen las oportunidades que ofrece la economía digital.

En este sentido, El Plan Nacional de Capacidades Digitales (PNCD), se dirige al conjunto de la población, desde la digitalización de la escuela hasta la universidad, pasando por la recualificación (upskilling y reskilling) en el trabajo, con especial atención al cierre de la brecha de género y al impulso de la formación en las zonas en declive demográfico. Por tanto, el PNCD persigue garantizar la inclusión digital, no dejando a nadie atrás en el proceso de digitalización y avanzar en el desarrollo de competencias básicas de la ciudadanía, para que todas las personas puedan, entre otras acciones, comunicarse, comprar, realizar transacciones o relacionarse con las administraciones utilizando las tecnologías digitales con autonomía y suficiencia. El PNCD se integra en la Agenda Digital España 2025, como línea estratégica para reforzar las competencias digitales de los trabajadores y del conjunto de la ciudadanía, reduciendo el porcentaje de la población española que carece de competencias digitales básicas.

El PNCD se organiza en cuatro ejes, que coinciden con las 4 inversiones del Componente 19 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia,

- Inversión 1: Competencias digitales transversales
- Inversión 2: Transformación Digital de la Educación
- Inversión 3: Competencias digitales para el empleo
- Inversión 4: Profesionales digitales

En la reunión del Consejo de Ministros, celebrada el día 5 de octubre de 2021, se autorizó la propuesta de la distribución territorial para el ejercicio presupuestario 2021, de créditos gestionados por las Comunidades Autónomas con cargo al presupuesto del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital y en el marco del Componente 19 "Plan Nacional de Capacidades Digitales (Digital Skills)", del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia (MRR). El acuerdo fue aprobado por el Pleno de la Conferencia Sectorial para la Transformación Digital el día 6 de octubre de 2021.

En concreto, los programas formativos a desarrollar por las Comunidades Autónomas se enmarcan en la **Inversión 1: Competencias Digitales Transversales**. La actuación encomendada a las Comunidades Autónomas, dentro de la inversión 1, es la **formación de la ciudadanía en materia de competencias digitales básicas, establecidas dentro del Marco Europeo de Referencia para las Competencias Digitales de la Ciudadanía (DigComp)**.

En esta línea de actuación el objetivo es la formación e inclusión digital de la ciudadanía y los trabajadores, no dejando a nadie atrás en el proceso de transformación digital de la sociedad y la economía. Se dirige así al conjunto de la población, y pone especial atención al cierre de la brecha de género y al impulso de la formación en las zonas en declive demográfico.

El programa va dirigido a realizar actuaciones para la capacitación digital de la ciudadanía y reducción de la brecha digital de género, poniendo énfasis en colectivos en riesgo de exclusión digital, como son las personas mayores, personas con bajos niveles de renta, de zonas no urbanas o con bajo nivel educativo.

En concreto, para la País Vasco, el objetivo cuantitativo marcado, está dividido en 2 hitos temporales:

Personas Formadas de manera exitosa.	
Trim.4 - 2023	Trim.4 - 2025
Objetivo OA 288.1	Objetivo CID 288
7.446	30.248

Para el cumplimiento de este objetivo se impartirán programas formativos en competencias digitales dirigidos a la ciudadanía con un mínimo de 7,5 horas.

El diseño y la ejecución de los programas formativos se financiarán con los fondos de recuperación "NextGenerationEU", por lo que dicha ejecución está sujeta a los compromisos acordados con la Comisión Europea en cuanto al cumplimiento de objetivos, los cuales a su vez quedan regulados a través del [Reglamento \(UE\) 2021/241 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de febrero de 2021](#), por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia.

OBLIGACIONES RELACIONADAS CON EL ART. 9 ORDEN HFP 1030/2021

- Todas las actuaciones financiadas con fondos MRR deben exhibir el logo de la UE con una declaración que diga: “Financiado por la UE – Next Generation EU”, junto al logo del PRTR.
- Cuando el logo de la UE se muestre en asociación con otros, deberá mostrarse de forma tan prominente y visible como éstos, separado y sin modificaciones.



**Financiado por
la Unión Europea**
NextGenerationEU



**Plan de Recuperación,
Transformación y Resiliencia**

2. Objeto del contrato.

El objeto de este contrato lo constituye la contratación de los servicios profesionales para el diseño y la realización de las diferentes acciones de marketing, creatividad, producción, planificación, comunicación y compra de espacios publicitarios en medios para la campaña de sensibilización y promoción de las acciones formativas del “Programa C19.I1” de KZgunea. La realización de estas actividades de sensibilización comunicación y difusión es necesaria para poder llevar a cabo la captación que se precisa y poder llegar de esta manera al público beneficiario de este programa. Dichas actividades deberán realizarse en paralelo y a lo largo del proyecto con las tareas del Despliegue Operativo de las actividades formativas necesarias para la consecución del objetivo mencionado en la Introducción de este documento. Debe matizarse que las tareas para el Despliegue Operativo no son objeto de contratación en este pliego. Todo ello para garantizar el cumplimiento de todos los requisitos del “Programa C19.I1” bajo el marco del MRR – PNCD, en las condiciones que se recogen en el Pliego de Condiciones Técnicas para el procedimiento de licitación de referencia.

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU

El presente pliego está orientado a cumplir los objetivos fijados por la Comisión Europea dentro del MRR (mecanismo de recuperación y resiliencia) y detallados en la Inversión 1 del Componente 19: “Competencias digitales transversales” del PRTR. En adelante nos referiremos a ello como **“Programa C19.I1”**. El objetivo del Componente 19, como ya se ha mencionado en la introducción, es garantizar la formación e inclusión digital de la ciudadanía y los trabajadores. Y, en concreto, en la Inversión 1 de dicho componente, **formación digital transversal para la ciudadanía (ciudadanía digital)** para la capacitación en competencias digitales transversales.

El propósito final está enfocado a la capacitación digital para la ciudadanía, con énfasis en colectivos en riesgo de exclusión digital, garantizando la inclusión digital y la disminución de la brecha digital de género, proporcionando a la ciudadanía las habilidades básicas para la resolución de problemas y enfoque de situaciones muy concretas a las que cualquier persona se enfrenta en su día a día para poder desempeñar el ejercicio pleno de la ciudadanía digital.

Para ello se requiere realizar y llevar a cabo una campaña de sensibilización y promoción de las acciones formativas del “Programa C19.I1” de KZgunea, para llegar a la población beneficiaria de dicho programa con el propósito de concienciar sobre la necesidad de adquirir las competencias digitales adecuadas a cada perfil y acercar a dicha población a participar en las acciones formativas mencionadas.

El objeto de este pliego es la contratación de los servicios de marketing, creatividad, producción, planificación, comunicación y compra de espacios publicitarios en medios para la campaña de sensibilización y promoción de las acciones formativas del “Programa C19.I1” de KZgunea.

El pliego se ejecutará por medio del "Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU"

3. LOTE 1. Marketing, creatividad y producción

A continuación, se describen los servicios objeto de contratación del LOTE 1.

Para la consecución de los objetivos planteados, en este pliego de condiciones técnicas se contemplarán 2 servicios diferenciados en este Lote:

- Servicio 1: Creatividad y producción.
- Servicio 2: Marketing.

A tener en cuenta que esta descripción será orientativa para la correcta elaboración de una oferta en respuesta al presente Pliego de Condiciones Técnicas. No obstante, **estas tareas demandadas podrán ser completadas por la empresa licitadora** y, en todo caso, terminarán de ser concretadas en los trabajos de definición y diseño a desempeñar en virtud del presente Pliego. Es decir, la empresa licitadora puede proponer nuevos elementos y estrategias, que considere necesarios integrar o proponer las alternativas que se consideren oportunas.

3.1. Descripción de los servicios del LOTE 1.

Este lote estará dividido en 2 servicios principales que serán piezas fundamentales para la consecución de los objetivos del “programa C19.I1” y que se describen en los siguientes puntos de este documento.

3.1.1. *Creatividad y producción*

Alcance

El principal objetivo consiste en lograr el mayor alcance posible en la sensibilización de la ciudadanía con el “Programa C19.I1” y el máximo impacto en la difusión y la posterior captación de personas usuarias. Para la consecución de las acciones formativas destinadas a cubrir los objetivos del mencionado programa, se deberá informar a la ciudadanía y a los diferentes colectivos y entidades de Euskadi de la existencia del programa, de la importancia del mismo y de los beneficios que genera tanto a nivel de las personas beneficiarias como a nivel de sociedad. Para ello se llevarán a cabo las siguientes tareas de sensibilización, difusión y captación:

- Acciones informativas iniciales de alto impacto en las que se presentará el programa y su misión, y que se ejecutarán al inicio del mismo.
- Además, y de manera continuada se realizarán:
 - Acciones de sensibilización que deberán realizarse a lo largo de la duración del “Programa C19.I1”.
 - Acciones dirigidas a la captación de personas usuarias con el objetivo de que se inscriban en las actividades formativas planificadas en cada convocatoria.

Enfoque creativo de la campaña

La campaña habrá de contar con **una imagen y un lema acorde con su objetivo y el público destinatario**, de modo que sirva de referente a lo largo de la duración del proyecto. Se valorará que el lema esté ideado en euskera o que tenga un valor propio en euskera sin ser necesariamente una traducción literal del lema en castellano. Además, deberá tener en cuenta a los diferentes colectivos de personas a los que van dirigidas las campañas para que se sientan identificadas y el impacto sea mayor con la idea de:

- Enviar un mensaje que haga hincapié en la necesidad de realizar un profundo cambio cultural enfocado a la Sociedad de la Información. Que dicho cambio requiere aunar esfuerzos para conseguir superar la brecha digital que la sociedad vasca presenta en este campo para así lograr la adaptación de las administraciones públicas, las empresas y, sobre todo, garantizar el acceso de toda la ciudadanía a los beneficios de las tecnologías de la información y el conocimiento.
- Enviar un mensaje de empoderamiento a la población vasca, en especial a los colectivos del ámbito rural, a las mujeres, a los más desfavorecidos económicamente, a los que, por sus características pueden correr el riesgo de aislamiento social por no tener recursos para optar de manera adecuada a los medios digitales.
- Enviar un mensaje exponiendo la oportunidad que se les ofrece con esta iniciativa. Una oportunidad para el aprendizaje y capacitación en competencias digitales que aportará una calidad en el uso de las nuevas tecnologías para optar a las ventajas y oportunidades que ofrece la sociedad de la información y que provocará un efecto transformador en sus vidas y aumentará su autoestima con este nuevo aprendizaje.

Público destinatario

Con el objetivo de conocer, a nivel general, el origen del porqué de los colectivos beneficiarios, tomamos como referencia los diferentes párrafos de la documentación entregada por SGTED referida al “Programa C19.I1” y que se recogen en el *Anexo 1*.

El detalle definitivo de los colectivos específicos objeto de la campaña se basa en el resultado de las tareas definidas en el PCT de la licitación EJIE-057-2022, siendo este resultado la definición de perfiles de los colectivos de personas a las que van dirigidas las acciones formativas. Estos perfiles son los que marcan a qué público objetivo estarán destinadas las acciones realizadas en la campaña y por lo tanto las tareas de creatividad y producción necesarias para la sensibilización, difusión y captación. Se deberá desagregar la campaña de forma que atraiga a cada colectivo a las acciones formativas del interés de cada perfil identificado:

- **Personas trabajadoras en general:** Compuesto por personas en edad laboral (mayores de 16 años), que actualmente se encuentran en activo trabajando, por cuenta propia o ajena, de cualquier rango y nivel de estudios.

- **Estudiantes:** Incluye a estudiantes en general, de cualquier rama y nivel de estudios (FP grado medio o superior, universitarios, doctor/postgrado, etc.). Se incluye en este perfil el colectivo de opositores.
- **Personas desempleadas o en mejora de empleo:** Incluye a las personas en situación de desempleo o que desean una mejora de empleo, de cualquier rango y nivel de estudios, con o sin experiencia laboral previa.
- **Jubilados/as:** Incluye a personas que actualmente están jubiladas y, por consiguiente, no están en activo trabajando ni perciben remuneración por ninguna actividad laboral, salvo la relativa a su pensión.
- **Otros colectivos:** En este perfil se incluirían a las personas que no están trabajando (con una incapacidad permanente para la actividad laboral) o no buscan trabajo: personas retiradas, pensionistas de otra índole, personas dedicadas a las labores del hogar, cuidados de hijos, acciones benéficas, etc., o personas que no están buscando trabajo por otros motivos.

Periodo de realización de la campaña

La ejecución de las tareas tendrá una duración total de 12 meses y estarán estructuradas en hitos temporales de la siguiente forma:

- **Inicialmente se lanzará una campaña de alto impacto**, por lo que las tareas de creatividad y producción de los elementos deberán estar finalizadas en la fecha programada para realizar esta acción.
- **Posteriormente se realizarán campañas de manera recurrente** en periodos ya identificados por KZgunea como de alta demanda de actividad formativa por parte de los colectivos beneficiarios. Se realizarán campañas posteriores a los siguientes periodos, según criterio de demanda especificado:
 - Inmediatamente posterior al periodo vacacional navideño.
 - Inmediatamente posterior al periodo vacacional de Semana Santa.
 - Inmediatamente posterior al periodo vacacional veraniego.

Se deja abierta la posibilidad de que la empresa licitadora proponga otro calendario.

Ámbito territorial

La campaña estará suscrita al ámbito territorial de la comunidad autónoma vasca, poniendo especial énfasis en los colectivos del ámbito rural y colectivos en riesgo de exclusión en cuanto a conseguir reducir la brecha digital a través de actividades formativas y poder adquirir así una capacitación digital de calidad en el uso de las nuevas tecnologías para optar a las ventajas y oportunidades que ofrece la sociedad de la información. Como referencia de la distribución geográfica de los centros se dispone de información de los mismos en el *Anexo 2*.

Lenguaje

El lenguaje deberá adecuarse al soporte y al público.

En todo caso, deberán respetarse las normas lingüísticas y garantizar el uso de las lenguas oficiales de la comunidad autónoma vasca, excepto en aquellos medios que se editen o difundan únicamente en euskera.

La campaña deberá contemplar un uso no sexista del lenguaje y las imágenes en todos los soportes.

Soportes para la difusión de la campaña

La propuesta de campaña deberá acomodarse a diferentes soportes a través de los cuales se hará la difusión de la misma y que, serán los siguientes:

- **Piezas audiovisuales:** Se diseñarán y producirán por lo menos un vídeo de 20 segundos en euskera y otro en castellano, ambos subtitulados a cada uno de los dos idiomas. KZgunea podrá pedir a la empresa adjudicataria diferentes versiones del vídeo, de diferente duración o con diferente careta de salida. Su difusión deberá poder acomodarse al soporte televisivo.
- **Cartelería:** Para su difusión en exterior e interior, en euskera y castellano. Se diseñarán e imprimirán los carteles interiores (carteles reversibles en euskera y castellano de 50x70 cm).
- **Banners,** en euskera y castellano, para inserción en distintas páginas web. Adecuados a la medida de cada web.
- **Piezas para publicidad en prensa escrita:** En euskera y castellano. Adaptadas también a la medida de cada medio.
- **Cuñas radiofónicas:** Se diseñarán y grabarán las cuñas de 20 segundos en euskera y castellano. KZgunea podrá pedir a la empresa adjudicataria diferentes versiones de las cuñas.
- **Contenido textual, imágenes e infografías:** Para realizar difusión y anuncios en redes sociales.
- **Cualquier otro contenido propuesto por la empresa licitadora**

La empresa adjudicataria se encargará de coordinar la entrega de los elementos de creatividad para las acciones a realizar por parte de los medios contratados para su difusión. Para ello, se coordinará con la persona del Área de Comunicación designada por EJIE-KZgunea que podrá decidir cambios específicos y/o adecuaciones tanto en estos elementos como en las acciones a realizar.

La empresa adjudicataria cederá en exclusiva a EJIE el ejercicio de los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y otros derechos de explotación de la creatividad de la campaña.

Los elementos producidos deberán tener en cuenta las obligaciones relacionadas con el **Art. 9 Orden HFP 1030/2021**:

- Todas las actuaciones financiadas con fondos MRR deben exhibir el logo de la UE con una declaración que diga: “Financiado por la UE – Next Generation EU”, junto al logo del PRTR.
- Cuando el logo de la UE se muestre en asociación con otros, deberá mostrarse de forma tan prominente y visible como éstos, separado y sin modificaciones.



**Financiado por
la Unión Europea**
NextGenerationEU



**Plan de Recuperación,
Transformación y Resiliencia**

3.1.2. Marketing

Alcance

Alineado con la campaña se realizarán acciones de marketing para sensibilizar tanto a entidades públicas como privadas de la necesidad de la capacitación digital de la ciudadanía y crear alianzas con dichas entidades para potenciar y promover el “Programa C19.I1” en los colectivos beneficiarios.

- Se desarrollarán acciones comerciales (agente comercial) que impulsen y promuevan el “Programa C19.I1” para lograr alianzas y acuerdos de colaboración con entidades públicas (GV, OOAA, SSPP, DF, Ayuntamientos...) y otro tipo de entidades privadas como asociaciones, fundaciones, centros de atención a colectivos vulnerables...
- Derivado de estas alianzas anteriormente descritas, podrían coordinarse acciones de difusión y captación a realizar por este perfil de agente comercial a las posibles personas beneficiarias que estén vinculadas con estas entidades.
- Estas tareas deberán estar coordinadas con la actividad del Despliegue Operativo, gestionadas por el personal coordinador, la persona gestora del despliegue operativo y la persona de EJIE responsable del área de despliegue operativo. La actividad de este área se centra en la planificación de acciones formativas. Se debe tener en cuenta la distribución de la infraestructura de la red KZgunea y su capilaridad en toda la CAE. (*Anexo 2*)
- Estas tareas se realizarán desde una perspectiva más social, a través de una figura de interlocución de las entidades con las que se interactúe, y que permita llegar a las personas beneficiarias del programa, y usando herramientas de marketing para alcanzar los objetivos marcados por el programa en cuanto a la finalización de los itinerarios por parte de las personas participantes, de acuerdo con las estrategias definidas en las acciones de sensibilización, difusión y captación.
- Orientado a los propósitos anteriormente mencionados, se deberá definir un Plan Comercial que se despliegue para conseguir el cumplimiento de objetivos del “Programa C19.I1”.

Enfoque de las acciones de Marketing

- Enviar un mensaje que haga hincapié en la necesidad de realizar un profundo cambio cultural enfocado a la Sociedad de la Información. Que dicho cambio requiere aunar esfuerzos para conseguir superar la brecha digital que la sociedad vasca presenta en este campo para así lograr la adaptación de las administraciones públicas, las empresas y, sobre todo, garantizar

el acceso de toda la ciudadanía a los beneficios de las tecnologías de la información y el conocimiento.

- Enviar un mensaje de empoderamiento a la población vasca, en especial a los colectivos del ámbito rural, a las mujeres, a los más desfavorecidos económicamente, a los que, por sus características pueden correr el riesgo de aislamiento social por no tener recursos para optar de manera adecuada a los medios digitales.
- Enviar un mensaje exponiendo la oportunidad que se les ofrece con esta iniciativa. Una oportunidad para el aprendizaje y capacitación en competencias digitales que aportará una calidad en el uso de las nuevas tecnologías para optar a las ventajas y oportunidades que ofrece la sociedad de la información y que provocará un efecto transformador en sus vidas y aumentará su autoestima con este nuevo aprendizaje.

Entidades destinatarias

Las acciones de marketing deberán estar dirigidas a entidades públicas (GV, OOA, SSPP, DF, Ayuntamientos...) y otro tipo de entidades privadas como asociaciones, fundaciones, centros de atención a colectivos vulnerables... En definitiva, entidades que tengan una vinculación con posibles personas beneficiarias y colectivos de personas que cumplan con los perfiles objeto del “Programa C19.11”.

Con el objetivo de conocer, a nivel general, el origen del porqué de los colectivos beneficiarios, tomamos como referencia los diferentes párrafos de la documentación entregada por SGTE referida al “Programa C19.11” y que se recogen en el *Anexo 1*.

El detalle definitivo de los colectivos específicos objeto de las acciones comerciales se basa en el resultado de las tareas definidas en el PCT de la licitación EJIE-057-2022, siendo este resultado la definición de perfiles de los colectivos de personas a las que van dirigidas las acciones formativas. Estos perfiles son los que marcan a qué público objetivo estarán destinadas estas acciones comerciales necesarias para la sensibilización, difusión y captación. Se deberá desagregar la campaña de forma que atraiga a cada colectivo a las acciones formativas del interés de cada perfil identificado:

- **Personas trabajadoras en general:** Compuesto por personas en edad laboral (mayores de 16 años), que actualmente se encuentran en activo trabajando, por cuenta propia o ajena, de cualquier rango y nivel de estudios.
- **Estudiantes:** Incluye a estudiantes en general, de cualquier rama y nivel de estudios (FP grado medio o superior, universitarios, doctor/postgrado, etc.). Se incluye en este perfil el colectivo de opositores.
- **Personas desempleadas o en mejora de empleo:** Incluye a las personas en situación de desempleo o que desean una mejora de empleo, de cualquier rango y nivel de estudios, con o sin experiencia laboral previa.
- **Jubilados/as:** Incluye a personas que actualmente están jubiladas y, por consiguiente, no están en activo trabajando ni perciben remuneración por ninguna actividad laboral, salvo la relativa a su pensión.
- **Otros colectivos:** En este perfil se incluirían a las personas que no están trabajando (con una incapacidad permanente para la actividad laboral) o no buscan trabajo: personas retiradas,

pensionistas de otra índole, personas dedicadas a las labores del hogar, cuidados de hijos, acciones benéficas, etc., o personas que no están buscando trabajo por otros motivos.

Ámbito territorial

La acción comercial estará suscrita al ámbito territorial de la comunidad autónoma vasca, poniendo especial énfasis en los colectivos del ámbito rural y colectivos en riesgo de exclusión en cuanto a conseguir reducir la brecha digital a través de actividades formativas y poder adquirir así una capacitación digital de calidad en el uso de las nuevas tecnologías para optar a las ventajas y oportunidades que ofrece la sociedad de la información. Como referencia de la distribución geográfica de los centros se dispone de información de los mismos en el *Anexo 2*.

Periodo de realización de las acciones comerciales

La ejecución de las tareas se realizará de forma continuada y tendrán una duración total de 12 meses.

Lenguaje

El lenguaje empleado deberá adecuarse a los colectivos objetivo de las acciones de marketing.

Se deberá garantizar el uso de las lenguas oficiales de la comunidad autónoma vasca adecuando en cada caso la más adecuada a los colectivos objetivo.

Las acciones comerciales deberán contemplar un uso no sexista del lenguaje y las imágenes utilizadas.

3.2. Descripción de entregables del LOTE 1.

Documentación a entregar por parte de la empresa adjudicataria:

Servicio 1: Creatividad y producción.

- Creatividad, líneas generales, lema y creatividad básica.
- Justificación de la adecuación de la creatividad a los perfiles del público destinatario descrito para este servicio.
- Justificación sobre la idoneidad del lenguaje. Debemos entender este concepto en su sentido amplio: semántico, audiovisual, web, radiofónico...
- Boceto de aplicaciones gráficas, si las hubiera.
- Plan de trabajo.
- Metodología de coordinación con EJI-EKZgunea y con otras empresas contratadas para la consecución de los objetivos del "Programa C19.11".
- Todos los contenidos de comunicación audiovisual, imágenes y elementos gráficos en formato preparado para su publicación final y los correspondientes originales.

Servicio 2: Marketing.

- Plan de Acción Comercial.
- Propuesta de entidades a visitar, tanto del sector público como privado.
- Informes de las acciones ejecutadas en base al Plan Comercial.
- Feed-back de los resultados obtenidos.

3.3. Plan de Trabajo del LOTE 1.

3.3.1. *Cronograma de ejecución.*

La empresa licitadora deberá presentar un Cronograma de las Fases y Tareas propuestas para la ejecución de los servicios de este Lote 1. Así mismo, se deberá indicar el perfil que realiza cada una de las tareas.

3.3.2. *Plan de Entregas e Hitos de Control.*

La empresa licitadora deberá incluir en su Documento de Propuesta Técnica una descripción de las principales:

- Fases y tareas del proyecto,
- Entregas resultantes de cada fase,
- Hitos de control y/o verificación.

Así mismo, la empresa licitadora podrá establecer propuestas de entregas y/o certificaciones parciales acordes con el planteamiento del servicio establecido, siempre que:

- Lo considere más adecuado para facilitar la implantación y puesta en marcha del objeto del contrato.
- No se establezca nada en sentido contrario en los apartados de: *Objeto y Descripción de los Servicios*.

3.3.3. *Indicadores de seguimiento del proyecto.*

Para el servicio de Marketing, al menos, se deberán establecer los siguientes indicadores:

- Número de entidades visitadas.
- Número de entidades con las que se consigue llegar a acuerdos.

La empresa licitadora podrá proponer otros indicadores que resulten adecuados para el seguimiento de los servicios de este lote.

3.4. Mecanismos de Seguimiento, Control y Supervisión del LOTE 1.

La gestión del servicio se realizará según las normas procedimentales y de calidad de la gestión de Proyectos de EJIE.

El control y seguimiento de la calidad de servicio, será realizado por el responsable del proyecto KZgunea.

Durante la prestación del servicio a que se refiere el presente documento, EJIE podrá establecer controles adicionales de calidad sobre la actividad desarrollada.

3.4.1. *Mecanismos de Seguimiento y Control*

Por cada uno de los contratos adjudicados a cada lote, EJIE coordinará las tareas a realizar con la persona responsable asignada por parte de cada una de las empresas adjudicatarias y estas personas serán las principales interlocutoras con EJIE.

Deberán establecerse todos los mecanismos de control que permitan verificar de forma continuada el correcto desempeño y prestación de los servicios especificados, tanto en términos de calidad final, como en respuesta temporal. Para ello se contemplan:

- Reuniones de seguimiento. Se marcarán reuniones periódicas, además de las necesarias que surjan a demanda: coincidiendo con los puntos que se consideren relevantes, destinadas a revisar el grado y forma de cumplimiento de las tareas planificadas, la calidad de productos, las reasignaciones de personas, etc.
- Reuniones de control económico (a demanda): para llevar a cabo el plan de pagos establecido.
- Informes de situación y progreso: con los que cada empresa adjudicataria comunicará al responsable del proyecto KZgunea, el estado puntual de las tareas, los objetivos alcanzados, las incidencias ocurridas, etc.
- Hojas de control de tareas: si procede.

La empresa licitadora **deberá incluir dentro de su propuesta un modelo de gestión del servicio** con aquellos elementos adicionales que considere pertinentes tales como informes de gestión, reuniones y estructuras de seguimiento del servicio, etc. El modelo final de la gestión de la prestación del servicio deberá adecuarse posteriormente al modelo de gestión del servicio estándar de EJIE para la naturaleza de los servicios a prestar y recibir la aprobación final del responsable del proyecto KZgunea.

3.4.2. Supervisión del servicio

Tanto la dirección como la supervisión del servicio serán llevadas a cabo por el personal de EJIE asignado al proyecto KZgunea.

Las tareas a realizar para la consecución de los objetivos marcados deberán ser aprobadas por el responsable del proyecto KZgunea.

4. LOTE 2. Planificación, comunicación y compra de espacios publicitarios en medios.

A continuación, se describen los servicios objeto de contratación del LOTE 2.

A tener en cuenta que esta descripción será orientativa para la correcta elaboración de una oferta en respuesta al presente Pliego de Condiciones Técnicas. No obstante, **estas tareas demandadas podrán ser completadas por la empresa licitadora** y, en todo caso, terminarán de ser concretadas en los trabajos de definición y diseño a desempeñar en virtud del presente Pliego. Es decir, la empresa licitadora puede proponer nuevos elementos y estrategias, que considere necesarios integrar o proponer las alternativas que se consideren oportunas.

4.1. Descripción del servicio del LOTE 2.

Alcance.

El objetivo de este lote es la contratación de las tareas de planificación, comunicación y compra de espacios publicitarios en medios para la campaña de sensibilización y promoción de las acciones formativas del “Programa C19.I1” de KZgunea.

Público destinatario

Con el objetivo de conocer, a nivel general, el origen del porqué de los colectivos beneficiarios, tomamos como referencia los diferentes párrafos de la documentación entregada por SGTED referida al “Programa C19.I1” y que se recogen en el *Anexo 1*.

El detalle definitivo de los colectivos específicos objeto de la campaña se basa en el resultado de las tareas definidas en el PCT de la licitación EJIE-057-2022, siendo este resultado la definición de perfiles de los colectivos de personas a las que van dirigidas las acciones formativas. Estos perfiles son los que marcan a qué público objetivo estarán destinadas las acciones realizadas en la campaña y por lo tanto la estrategia de medios planteada. Se deberá desagregar la campaña de forma que atraiga a cada colectivo a las acciones formativas del interés de cada perfil identificado:

- **Personas trabajadoras en general:** Compuesto por personas en edad laboral (mayores de 16 años), que actualmente se encuentran en activo trabajando, por cuenta propia o ajena, de cualquier rango y nivel de estudios.
- **Estudiantes:** Incluye a estudiantes en general, de cualquier rama y nivel de estudios (FP grado medio o superior, universitarios, doctor/postgrado, etc.). Se incluye en este perfil el colectivo de opositores.
- **Personas desempleadas o en mejora de empleo:** Incluye a las personas en situación de desempleo o que desean una mejora de empleo, de cualquier rango y nivel de estudios, con o sin experiencia laboral previa.

- **Jubilados/as:** Incluye a personas que actualmente están jubiladas y, por consiguiente, no están en activo trabajando ni perciben remuneración por ninguna actividad laboral, salvo la relativa a su pensión.
- **Otros colectivos:** En este perfil se incluirían a las personas que no están trabajando (con una incapacidad permanente para la actividad laboral) o no buscan trabajo: personas retiradas, pensionistas de otra índole, personas dedicadas a las labores del hogar, cuidados de hijos, acciones benéficas, etc, o personas que no están buscando trabajo por otros motivos.

Planificación

Planificación de estrategia de medios. Con la estrategia más adecuada en términos de elección de soportes, rentabilidad.

Habrà de tenerse en cuenta que las planificaciones podrán verse modificadas en función de los resultados obtenidos en las acciones realizadas o cambios en cualquier otro factor decisivo en la estrategia a seguir hacia la sensibilización, difusión y captación del “programa C19.I1”, en la medida que KZguenea-EJIE lo considere oportuno atendiendo a sus necesidades.

Por otra parte, la empresa adjudicataria tendrá en cuenta las posibles limitaciones de emisión o publicación de publicidad institucional durante periodos electorales, u otras circunstancias, recogidas en la legislación vigente.

Campañas publicitarias

La empresa adjudicataria deberá elaborar el correspondiente plan de medios en función del presupuesto, de los objetivos de comunicación y del público objetivo. Propondrá los soportes y su presupuesto, negociará condiciones favorables, compra de espacio y segmentación idónea en los diferentes medios, realizando la contratación de los mismos. Verificará el cumplimiento de las órdenes cursadas, la recepción de originales y la obtención de comprobantes que justifiquen la correcta inserción y emplazamiento de los anuncios.

Las acciones englobadas dentro de la campaña deberán acomodarse a los diferentes medios a través de los cuales se realizará la difusión. Para ello, la empresa licitadora presentará una propuesta de las acciones a realizar y los soportes en los que se ejecutarán. La selección se establecerá por criterios objetivos que implicarán grado de influencia, eficacia y pertinencia en cuanto a público objetivo. Se argumentará con informes la idoneidad de la elección de los mismos como parte de una estrategia integral.

Se deberá presentar una propuesta acorde con los diferentes objetivos planteados:

- Sensibilización
- Difusión y captación

Asesoramiento

Asesoramiento al equipo de comunicación de KZgunea con reuniones periódicas que permitan la toma de las mejores decisiones a la hora de planificar campañas, decisiones de marketing y una mayor rentabilidad y eficacia en la elección de soportes.

Ámbito territorial

La campaña estará suscrita al ámbito territorial de la comunidad autónoma vasca, poniendo especial énfasis en los colectivos del ámbito rural y colectivos en riesgo de exclusión en cuanto a conseguir reducir la brecha digital a través de actividades formativas y poder adquirir así una capacitación digital de calidad en el uso de las nuevas tecnologías para optar a las ventajas y oportunidades que ofrece la sociedad de la información.

Lenguaje

El lenguaje deberá adecuarse al soporte y al público.

En todo caso deberán respetarse las normas lingüísticas y garantizar el uso de las lenguas oficiales de la comunidad autónoma vasca, excepto en aquellos medios que se editen o difundan únicamente en euskera.

La campaña deberá contemplar un uso no sexista del lenguaje y las imágenes en todos los soportes.

Métricas y análisis de eficacia

La empresa adjudicataria mantendrá la necesaria comunicación con KZgunea en el desarrollo de sus responsabilidades y tareas, bien a través de reuniones presenciales y/o a través de otros canales de comunicación. Así mismo, entregará métricas y análisis de eficacia de las acciones. Seguimiento de las campañas con informes claros y visuales que aporten conocimiento, mejora y grado de cumplimiento de objetivos.

Medios para la campaña

Los medios de comunicación audiovisuales utilizados serán de vital importancia a la hora de llevar a cabo la campaña con éxito, es por eso que se hará especial énfasis en la elección de medios.

La empresa licitadora, en base a su conocimiento en el sector de la publicidad y en consecuencia con los objetivos marcados, deberá presentar los medios de comunicación idóneos para llevar a cabo la campaña:

- Prensa escrita
- Radio
- TV
- Cartelería en exterior e interior
- Páginas web
- Redes sociales
- Cualquier otro medio propuesto por la empresa licitadora

Además de los medios mencionados, EJIE-KZgunea actualmente dispone de los siguientes canales de difusión que podrán ser incluidos a modo complementario en las diferentes acciones. En el caso de requerir el uso de estos medios, las tareas necesarias para su difusión serán gestionadas por la empresa adjudicataria:

- Web de KZgunea (<http://www.kzgunea.eus>)
- Blog de KZgunea (<https://kzgunea.blog.euskadi.eus>)
- Herramienta de envío de boletines (MailRelay)
- Cartelería en centros KZgunea
- Redes sociales
 - Facebook (<http://facebook.com/kzgunea>)
 - Twitter (<http://twitter.com/kzguneatic>)
 - YouTube (<https://www.youtube.com/user/KZguneaTICvideo>)
 - Instagram (<https://www.instagram.com/kzguneatic>)

Otras consideraciones

EJIE-KZgunea coordinará la entrega del material publicitario necesario para su difusión a la empresa adjudicataria. La empresa adjudicataria a la hora de elaborar la estrategia de medios deberá tener en cuenta la realidad sociolingüística del País Vasco y el ecosistema vasco de medios específicos “de nicho” y locales, tanto para garantizar la máxima audiencia y la sintonía entre los medios propuestos y sus públicos objetivos con las características y fines de la campaña publicitaria, como de cara a acciones de comunicación dirigidas a públicos concretos. Para planificar los medios, soportes y en su caso, franjas horarias, deberá tener en cuenta los datos de audiencia, presentado por los medidores oficiales.

4.2. Descripción de entregables del LOTE 2.

Documentación a entregar por parte de la empresa adjudicataria:

- Plan de medios con un cronograma integral las acciones a realizar y los medios y soportes propuestos.
- Una vez finalizado cada período de campaña se entregará:
 - Informe en el que se dé cuenta de la evolución del plan de comunicación aprobado, la inversión consumida y los impactos logrados.
 - Informe verificando el cumplimiento de la campaña, así como un balance de la audiencia efectivamente medida en los momentos en que se hayan realizado las emisiones, publicaciones, etc.
 - Informe de seguimiento para el análisis de eficacia de las acciones de la campaña y mejoras previstas en base a los resultados obtenidos, incluyendo los siguientes datos:
 - i. Acción realizada.
 - ii. Fecha de ejecución.

- iii. Medio utilizado.
- iv. Soporte utilizado.
- v. Resultados obtenidos.
- vi. Mejoras previstas.

4.3. Plan de Trabajo del LOTE 2.

4.3.1. *Cronograma de ejecución.*

La empresa licitadora deberá presentar un Cronograma de las Fases y Tareas propuestas para la ejecución de los servicios de este Lote 2. Así mismo, si se considera, se indicará el perfil que realiza cada una de las tareas.

4.3.2. *Plan de Entregas e Hitos de Control.*

La empresa licitadora deberá incluir en su Documento de Propuesta Técnica una descripción de las principales:

- Fases y tareas del proyecto,
- Entregas resultantes de cada fase,
- Hitos de control y/o verificación.

Así mismo, la empresa licitadora podrá establecer propuestas de entregas y/o certificaciones parciales acordes con el planteamiento del servicio establecido, siempre que:

- Lo considere más adecuado para facilitar la implantación y puesta en marcha del objeto del contrato.
- No se establezca nada en sentido contrario en los apartados de: *Objeto y Descripción de los Servicios*.

4.3.3. *Indicadores de seguimiento del proyecto.*

La empresa adjudicataria realizará un informe de evaluación post-campaña, al finalizar cada una de ellas, para verificar el cumplimiento de la campaña planificada, así como la cantidad y afinidad de la audiencia impactada por los diferentes medios.

Este informe incluirá los indicadores señalados a continuación para cada soporte seleccionado, el total por cada medio (Prensa, Radio, Televisión, Medios digitales y Redes Sociales) y para el total de la campaña:

- Inserciones.
- GRP (Gross Rating Point).
- OTS (Opportunity to see).
- Coste por inserción.
- CPM/Cobertura.
- CPM/Contacto.
- CTR.

No obstante, EJIE-KZgunea podrá solicitar cuanta información adicional considere necesaria, para analizar y valorar los resultados.

La empresa licitadora podrá proponer otros indicadores que resulten adecuados para el seguimiento del proyecto.

4.4. Mecanismos de Seguimiento, Control y Supervisión del LOTE 2.

La gestión del servicio se realizará según las normas procedimentales y de calidad de la gestión de Proyectos de EJIE.

El control y seguimiento de la calidad de servicio, será realizado por el responsable del proyecto KZgunea.

Durante la prestación del servicio a que se refiere el presente documento, EJIE podrá establecer controles adicionales de calidad sobre la actividad desarrollada.

4.4.1. Mecanismos de Seguimiento y Control

Por cada uno de los contratos adjudicados a cada lote, EJIE coordinará las tareas a realizar con la persona responsable asignada por parte de cada una de las empresas adjudicatarias y estas personas serán las principales interlocutoras con EJIE.

Deberán establecerse todos los mecanismos de control que permitan verificar de forma continuada el correcto desempeño y prestación de los servicios especificados, tanto en términos de calidad final, como en respuesta temporal. Para ello se contemplan:

- Reuniones de seguimiento. Se marcarán reuniones periódicas, además que las necesarias que surjan a demanda: coincidiendo con los puntos que se consideren relevantes, destinadas a revisar el grado y forma de cumplimiento de las tareas planificadas, la calidad de productos, las reasignaciones de personas, etc.
- Reuniones de control económico (a demanda): para llevar a cabo el plan de pagos establecido.

- Informes de situación y progreso: con los que cada empresa adjudicataria comunicará al responsable del proyecto KZgunea, el estado puntual de las tareas, los objetivos alcanzados, las incidencias ocurridas, etc.
- Hojas de control de tareas: si procede.

La empresa licitadora **deberá incluir dentro de su propuesta un modelo de gestión del servicio** con aquellos elementos adicionales que considere pertinentes tales como informes de gestión, reuniones y estructuras de seguimiento del servicio, etc. El modelo final de la gestión de la prestación del servicio deberá adecuarse posteriormente al modelo de gestión del servicio estándar de EJIE para la naturaleza de los servicios a prestar y recibir la aprobación final del responsable del proyecto KZgunea.

4.4.2. Supervisión del servicio

Tanto la dirección como la supervisión del servicio serán llevadas a cabo por el personal de EJIE asignado al proyecto KZgunea.

Las tareas a realizar para la consecución de los objetivos marcados deberán ser aprobadas por el responsable del proyecto KZgunea.

5. Anexo 1: Colectivos (población objetivo) (SGTED).

En este anexo se recogen **diferentes párrafos** de la documentación entregada por SGTED donde se referencia a los colectivos beneficiarios del “Programa C19.I1”:

*“El Componente 19 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia tiene como objetivo garantizar la formación e inclusión digital de la ciudadanía y los trabajadores, no dejando a nadie atrás en el proceso de transformación digital de la sociedad y la economía. **Se dirige así al conjunto de la población, y pone especial atención al cierre de la brecha de género y al impulso de la formación en las zonas en declive demográfico.**”*

...

*... “la realización de las diferentes actuaciones previstas y la formación digital transversal para la ciudadanía (ciudadanía digital), **con énfasis en la capacitación digital de mujeres y niñas**, para que todas las personas puedan, entre otras acciones, comunicarse, comprar, realizar transacciones o relacionarse con las Administraciones utilizando las tecnologías digitales con autonomía y suficiencia.”*

...

*“El programa va dirigido a realizar actuaciones para la **capacitación digital de la ciudadanía y reducción de la brecha digital de género**, poniendo énfasis en colectivos en riesgo de exclusión digital, como son las personas mayores, personas con bajos niveles de renta, de zonas no urbanas o con bajo nivel educativo”*

...

*“Participantes de **entre 14 y 74 años** pertenecientes **preferiblemente a colectivos vulnerables**”*

...

*“Accesibilidad a la formación..., **en especial zonas rurales**”.*

6. Anexo 2. Centros de la Red KZgunea.

Se presenta el listado de los centros de la red KZgunea.

TH	Zona Comarca	Localidad	Centro	Tipo de población
Araba/Álava	Cuadrilla Agurain	Alegría-Dulantzi	Alegría-Dulantzi	2.000 - 4.999
Araba/Álava	Cuadrilla Agurain	Araia	Asparrena: Araia	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Agurain	Ozaeta	Barrundia: Ozaeta	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Agurain	Elburgo/Burgelu	Elburgo/Burgelu	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Agurain	Azilu	Iruraiz-Gauna: Azilu	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Agurain	Agurain/Salvatierra	Salvatierra/Agurain	5.000 - 9.999
Araba/Álava	Cuadrilla Agurain	Ordoñana/Erdoñana	San Millán-Donemiliaga: Ordoñana	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Agurain	Zalduondo	Zalduondo	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Aiara	Amurrio	Amurrio	10.000 - 19.999
Araba/Álava	Cuadrilla Aiara	Artziniega	Artziniega	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Aiara	Arespalditza/Respaldiza	Ayala/Aiara: Respaldiza	2.000 - 4.999
Araba/Álava	Cuadrilla Aiara	Laudio/Llodio	Laudio/Llodio	10.000 - 19.999
Araba/Álava	Cuadrilla Aiara	Billatxika	Okondo	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla de Añana	Armiñón	Armiñón	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla de Añana	Berantevilla	Berantevilla	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla de Añana	Zuhatsu Kuartango	Kuartango	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla de Añana	Pobes	Ribera Alta: Pobes	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla de Añana	Ribabellosa	Ribera Baja-Erribera Beitia: Ribabellosa	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla de Añana	Villanueva de Valdegovía	Valdegovia	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla de Añana	Espejo	Valdegovia/Gaubea: Espejo	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla de Añana	Zambrana	Zambrana	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Montaña Alavesa	Maeztu/Maestu	Arraia-Maeztu	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Montaña Alavesa	Bernedo	Bernedo	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Montaña Alavesa	Santa Cruz de Campezo/Santikurutze Kanpezu	Campezo/Kanpezu	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Montaña Alavesa	Alda	Harana/Valle De Arana	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Montaña Alavesa	Lagrán	Lagrán	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Montaña Alavesa	Peñacerrada-Urizaharra	Peñacerrada-Urizaharra	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Rioja Alavesa	Baños de Ebro/Mañueta	Baños De Ebro/Mañueta	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Rioja Alavesa	Elciego	Elciego	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Rioja Alavesa	Elvillar/Bilar	Elvillar/Bilar	<2.000

TH	Zona Comarca	Localidad	Centro	Tipo de población
Araba/Álava	Cuadrilla Rioja Alavesa	Kripan	Kripan	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Rioja Alavesa	Labastida/Bastida	Labastida	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Rioja Alavesa	Lanciego/Lantziego	Lanciego/Lantziego	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Rioja Alavesa	Lapuebla de Labarca	Lapuebla De Labarca	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Rioja Alavesa	Leza	Leza	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Rioja Alavesa	Moreda de Álava/Moreda Araba	Moreda De Álava	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Rioja Alavesa	Oyón-Oion	Oyón-Oion	2.000 - 4.999
Araba/Álava	Cuadrilla Rioja Alavesa	Samaniego	Samaniego	<2.000
Araba/Álava	Cuadrilla Rioja Alavesa	Yécora/Iekora	Yécora/Iekora	<2.000
Araba/Álava	Debagoiena	Ibarra	Aramaio: Ibarra	<2.000
Araba/Álava	Gorbeialde	Durana	Arratzua-Ubarrundia: Durana	<2.000
Araba/Álava	Gorbeialde	Izarra	Urkabustaiz: Izarra	<2.000
Araba/Álava	Gorbeialde	Ondategi	Zigoitia: Ondategi	<2.000
Araba/Álava	Vitoria-Gasteiz (Centro)	Vitoria-Gasteiz	Vitoria-Gasteiz: Aldabe	>=20.000
Araba/Álava	Vitoria-Gasteiz (Centro)	Vitoria-Gasteiz	Vitoria-Gasteiz: Hegoalde	>=20.000
Araba/Álava	Vitoria-Gasteiz (Centro)	Vitoria-Gasteiz	Vitoria-Gasteiz: Iparralde	>=20.000
Araba/Álava	Vitoria-Gasteiz (Centro)	Vitoria-Gasteiz	Vitoria-Gasteiz: Salburua	>=20.000
Araba/Álava	Vitoria-Gasteiz (Lakua)	Vitoria-Gasteiz	Vitoria-Gasteiz: Arriaga	10.000 - 19.999
Araba/Álava	Vitoria-Gasteiz (Lakua)	Vitoria-Gasteiz	Vitoria-Gasteiz: El Pilar	>=20.000
Araba/Álava	Vitoria-Gasteiz (Lakua)	Vitoria-Gasteiz	Vitoria-Gasteiz: Ibaiondo	10.000 - 19.999
Araba/Álava	Vitoria-Gasteiz (Lakua)	Vitoria-Gasteiz	Vitoria-Gasteiz: Lakua	>=20.000
Araba/Álava	Vitoria-Gasteiz (Lakua)	Vitoria-Gasteiz	Vitoria-Gasteiz: Zabalzana	>=20.000
Bizkaia	Alto Nervion	Arrigorriaga	Arrigorriaga: 1	5.000 - 9.999
Bizkaia	Alto Nervion	Abusu/La Peña	Arrigorriaga: Abusu	2.000 - 4.999
Bizkaia	Alto Nervion	Arizgoiti	Basauri: 1	>=20.000
Bizkaia	Alto Nervion	Arizgoiti	Basauri: 2	>=20.000
Bizkaia	Alto Nervion	Doneztebe	Etxebarri	10.000 - 19.999
Bizkaia	Alto Nervion	Elxalde	Galdakao: 1	>=20.000
Bizkaia	Alto Nervion	Usansolo	Galdakao: Usansolo	2.000 - 4.999
Bizkaia	Alto Nervion	Zaratamo	Zaratamo	<2.000
Bizkaia	Alto Nervion	Zaratamo	Zaratamo: Elxalde	<2.000
Bizkaia	Arratia-Nervión	Arakaldo	Arakaldo	<2.000
Bizkaia	Arratia-Nervión	Zelaia	Arantzazu	<2.000
Bizkaia	Arratia-Nervión	Areatza	Areatza	<2.000
Bizkaia	Arratia-Nervión	Elxalde	Bedia	<2.000
Bizkaia	Arratia-Nervión	Ugarana	Dima	<2.000
Bizkaia	Arratia-Nervión	Elxalde	Igorre	2.000 - 4.999
Bizkaia	Arratia-Nervión	Lemoa	Lemoa	2.000 - 4.999
Bizkaia	Arratia-Nervión	Zubiaur	Orozko	2.000 - 4.999
Bizkaia	Arratia-Nervión	Ugao-Miraballes	Ugao-Miraballes	2.000 - 4.999

TH	Zona Comarca	Localidad	Centro	Tipo de población
Bizkaia	Arratia-Nervión	Urduña/Orduña	Urduña/Orduña	2.000 - 4.999
Bizkaia	Arratia-Nervión	Zubialde	Zeberio	<2.000
Bizkaia	Bilbao (Mderecha)	Bilbao	Bilbao: Begoña	>=20.000
Bizkaia	Bilbao (Mderecha)	Bilbao	Bilbao: Deusto	>=20.000
Bizkaia	Bilbao (Mderecha)	Bilbao	Bilbao: Otxarkoaga	>=20.000
Bizkaia	Bilbao (Mlzquierda)	Bilbao	Bilbao: Basurto	>=20.000
Bizkaia	Bilbao (Mlzquierda)	Bilbao	Bilbao: Uribarri	>=20.000
Bizkaia	Bilbao (Mlzquierda)	Bilbao	Bilbao: Zorroza	10.000 - 19.999
Bizkaia	Busturialdea	Mendieta	Ajangiz	<2.000
Bizkaia	Busturialdea	Libao	Arrieta	<2.000
Bizkaia	Busturialdea	Bermeo	Bermeo	10.000 - 19.999
Bizkaia	Busturialdea	Altamira-San Kristobal	Busturia	<2.000
Bizkaia	Busturialdea	Ea	Ea	<2.000
Bizkaia	Busturialdea	Elantxobe	Elantxobe	<2.000
Bizkaia	Busturialdea	Elخالde-Zeeta	Ereño	<2.000
Bizkaia	Busturialdea	Errigoiti	Errigoiti	<2.000
Bizkaia	Busturialdea	Elخالde Forua	Forua	<2.000
Bizkaia	Busturialdea	Zelaieta	Gautegiz Arteaga	<2.000
Bizkaia	Busturialdea	Gernika-Lumo	Gernika-Lumo	10.000 - 19.999
Bizkaia	Busturialdea	Elخالde	Mendata	<2.000
Bizkaia	Busturialdea	Murueta	Murueta	<2.000
Bizkaia	Busturialdea	Ugarte	Muxika	<2.000
Bizkaia	Busturialdea	Elخالde	Nabarniz	<2.000
Bizkaia	Busturialdea	Sukarrieta	Sukarrieta	<2.000
Bizkaia	Durangaldea	Traña-Matiena	Abadiño	5.000 - 9.999
Bizkaia	Durangaldea	Amorebieta	Amorebieta-Etxano	10.000 - 19.999
Bizkaia	Durangaldea	Apatamonasterio	Atxondo	<2.000
Bizkaia	Durangaldea	Berriz-Olakueta	Berriz	2.000 - 4.999
Bizkaia	Durangaldea	Durango	Durango	>=20.000
Bizkaia	Durangaldea	Elorrio	Elorrio	5.000 - 9.999
Bizkaia	Durangaldea	Ermua	Ermua	10.000 - 19.999
Bizkaia	Durangaldea	Garai (San Migel)	Garai	<2.000
Bizkaia	Durangaldea	Iurreta	Iurreta	2.000 - 4.999
Bizkaia	Durangaldea	Mallabia	Mallabia	<2.000
Bizkaia	Durangaldea	Mañaria	Mañaria	<2.000
Bizkaia	Durangaldea	Otxandio	Otxandio	<2.000
Bizkaia	Encartaciones	Traslaviña	Artzentales	<2.000
Bizkaia	Encartaciones	Balmaseda	Balmaseda	5.000 - 9.999
Bizkaia	Encartaciones	San Pedro Galdames	Galdames	<2.000
Bizkaia	Encartaciones	Sandamendi	Gordexola	<2.000
Bizkaia	Encartaciones	Güeñes	Güeñes	5.000 - 9.999

TH	Zona Comarca	Localidad	Centro	Tipo de población
Bizkaia	Encartaciones	Concha	Karrantza Harana/Valle De Carranza	2.000 - 4.999
Bizkaia	Encartaciones	Lanestosa	Lanestosa	<2.000
Bizkaia	Encartaciones	La Baluga	Sopuerta	2.000 - 4.999
Bizkaia	Encartaciones	La Iglesia	Trucios-Turtzioz	<2.000
Bizkaia	Encartaciones	Mimetiz	Zalla	5.000 - 9.999
Bizkaia	Lea-Artibai	Elexalde	Amoroto	<2.000
Bizkaia	Lea-Artibai	Aulesti	Aulesti	<2.000
Bizkaia	Lea-Artibai	Erribera	Berriatua	<2.000
Bizkaia	Lea-Artibai	Eguen	Gizaburuaga	<2.000
Bizkaia	Lea-Artibai	Ispaster-Elexalde	Ispaster	<2.000
Bizkaia	Lea-Artibai	Lekeitio	Lekeitio	5.000 - 9.999
Bizkaia	Lea-Artibai	Markina-Xemein	Markina-Xemein	2.000 - 4.999
Bizkaia	Lea-Artibai	Zelaia	Mendexa	<2.000
Bizkaia	Lea-Artibai	Munitibar	Munitibar-Arbatzegi Gerrikaitz	<2.000
Bizkaia	Lea-Artibai	Ondarroa	Ondarroa	5.000 - 9.999
Bizkaia	Lea-Artibai	Bolibar	Ziortza-Bolibar	<2.000
Bizkaia	Margen Derecha	Berango	Berango	5.000 - 9.999
Bizkaia	Margen Derecha	Altzaga	Erandio	10.000 - 19.999
Bizkaia	Margen Derecha	Astrabudua	Erandio: Astrabudua	10.000 - 19.999
Bizkaia	Margen Derecha	Algorta	Getxo: Algorta	>=20.000
Bizkaia	Margen Derecha	Areeta/Las Arenas	Getxo: Areeta	>=20.000
Bizkaia	Margen Derecha	Elexalde	Leioa	>=20.000
Bizkaia	Margen Izquierda	San Vicente de Barakaldo	Barakaldo: 1	>=20.000
Bizkaia	Margen Izquierda	San Vicente de Barakaldo	Barakaldo: Cruces	>=20.000
Bizkaia	Margen Izquierda	Santurtzi	Santurtzi	>=20.000
Bizkaia	Margen Izquierda	Sestao	Sestao	>=20.000
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Urkizaur	Bakio	<2.000
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Elexalde	Barrika	<2.000
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Elexalde Derio	Derio	5.000 - 9.999
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Aldai	Fruiz	<2.000
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Garai	Gatika	<2.000
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Gandia	Gorliz	5.000 - 9.999
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Elexalde	Ibarrangelu	<2.000
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Uria	Larrabetzu	<2.000
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Elexalde	Laukiz	<2.000
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Armintza	Lemoiz	<2.000
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Erbera	Maruri-Jatabe	<2.000
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Mesterika	Meñaka	<2.000
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Mundaka	Mundaka	<2.000
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Mungia	Mungia	10.000 - 19.999

TH	Zona Comarca	Localidad	Centro	Tipo de población
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Plentzia	Plentzia	2.000 - 4.999
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Basozabal	Sondika	2.000 - 4.999
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Moreaga	Sopela	10.000 - 19.999
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Landa	Urduliz	2.000 - 4.999
Bizkaia	Mungialdea-Txorierrri	Arteaga (San Martin)	Zamudio	2.000 - 4.999
Bizkaia	Zona Minera	Abanto	Abanto Y Ciervana-Abanto Zierbena	5.000 - 9.999
Bizkaia	Zona Minera	San Juan de Muskiz	Muskiz	5.000 - 9.999
Bizkaia	Zona Minera	Ortuella	Ortuella	5.000 - 9.999
Bizkaia	Zona Minera	Portugalete	Portugalete	>=20.000
Bizkaia	Zona Minera	Valle de Trápaga/Trapagaran	Valle De Trápaga-Trapagaran	10.000 - 19.999
Bizkaia	Zona Minera	La Cuesta	Zierbena	<2.000
Gipuzkoa	Bidasoa	Puntalea	Hondarribia	10.000 - 19.999
Gipuzkoa	Bidasoa	Irun	Irun	>=20.000
Gipuzkoa	Bidasoa	Irun	Irun: CBA	>=20.000
Gipuzkoa	Debarrena	Deba	Deba	5.000 - 9.999
Gipuzkoa	Debarrena	Eibar	Eibar	>=20.000
Gipuzkoa	Debarrena	Elgoibar	Elgoibar	10.000 - 19.999
Gipuzkoa	Debarrena	Azpilgoeta	Mendaro	<2.000
Gipuzkoa	Debarrena	Mutriku	Mutriku	2.000 - 4.999
Gipuzkoa	Debagoiena	Antzuola	Antzuola	2.000 - 4.999
Gipuzkoa	Debagoiena	Aretxabaleta	Aretxabaleta	5.000 - 9.999
Gipuzkoa	Debagoiena	Arrasate/Mondragón	Arrasate/Mondragón	>=20.000
Gipuzkoa	Debagoiena	Bergara	Bergara	10.000 - 19.999
Gipuzkoa	Debagoiena	Elgeta	Elgeta	<2.000
Gipuzkoa	Debagoiena	Oñati	Oñati	10.000 - 19.999
Gipuzkoa	Donostia (Centro)	Donostia / San Sebastián	Donostia-San Sebastián: Alderdi Eder	>=20.000
Gipuzkoa	Donostia (Centro)	Donostia / San Sebastián	Donostia-San Sebastián: Ernest Lluch	>=20.000
Gipuzkoa	Donostia (Centro)	Donostia / San Sebastián	Donostia-San Sebastián: Lugaritz	>=20.000
Gipuzkoa	Donostia (Gros)	Donostia / San Sebastián	Donostia-San Sebastián: Casares	>=20.000
Gipuzkoa	Donostia (Gros)	Donostia / San Sebastián	Donostia-San Sebastián: Egia	>=20.000
Gipuzkoa	Donostia (Gros)	Donostia / San Sebastián	Donostia-San Sebastián: Okendo	>=20.000
Gipuzkoa	Donostialdea (Buruntzaldea)	Astigarraga	Astigarraga	2.000 - 4.999
Gipuzkoa	Donostialdea (Buruntzaldea)	Hernani	Hernani	10.000 - 19.999
Gipuzkoa	Donostialdea (Buruntzaldea)	Lasarte	Lasarte-Oria	10.000 - 19.999

TH	Zona Comarca	Localidad	Centro	Tipo de población
Gipuzkoa	Donostialdea (Buruntzaldea)	Urniet	Urniet	5.000 - 9.999
Gipuzkoa	Donostialdea (Buruntzaldea)	Usurbil	Usurbil	5.000 - 9.999
Gipuzkoa	Donostialdea (Oarsoaldea)	Errenteria	Errenteria	>=20.000
Gipuzkoa	Donostialdea (Oarsoaldea)	Elizalde	Oiartzun	10.000 - 19.999
Gipuzkoa	Goierri	Arama	Arama	<2.000
Gipuzkoa	Goierri	San Martin	Ataun	<2.000
Gipuzkoa	Goierri	Baliarrain	Baliarrain	<2.000
Gipuzkoa	Goierri	Beasain	Beasain	10.000 - 19.999
Gipuzkoa	Goierri	Gaintza	Gaintza	<2.000
Gipuzkoa	Goierri	Idiazabal	Idiazabal	2.000 - 4.999
Gipuzkoa	Goierri	Itsasondo	Itsasondo	<2.000
Gipuzkoa	Goierri	Legorreta	Legorreta	<2.000
Gipuzkoa	Goierri	Mutiloa	Mutiloa	<2.000
Gipuzkoa	Goierri	Ordizia	Ordizia	5.000 - 9.999
Gipuzkoa	Goierri	Orendain	Orendain	<2.000
Gipuzkoa	Goierri	Ormaiztegi	Ormaiztegi	<2.000
Gipuzkoa	Goierri	Segura	Segura	<2.000
Gipuzkoa	Goierri	Zaldibia	Zaldibia	<2.000
Gipuzkoa	Goierri	Zegama	Zegama	<2.000
Gipuzkoa	Tolosaldea	Abaltzisketa	Abaltzisketa	<2.000
Gipuzkoa	Tolosaldea	Aduna	Aduna	<2.000
Gipuzkoa	Tolosaldea	Errotaldea	Alegia	<2.000
Gipuzkoa	Tolosaldea	Altzo	Altzo	<2.000
Gipuzkoa	Tolosaldea	Amezket	Amezket	<2.000
Gipuzkoa	Tolosaldea	Andoain	Andoain	10.000 - 19.999
Gipuzkoa	Tolosaldea	Anoeta	Anoeta	<2.000
Gipuzkoa	Tolosaldea	Belauntza	Belauntza	<2.000
Gipuzkoa	Tolosaldea	Berastegi	Berastegi	<2.000
Gipuzkoa	Tolosaldea	Elduain	Elduain	<2.000
Gipuzkoa	Tolosaldea	Gaztelu	Gaztelu	<2.000
Gipuzkoa	Tolosaldea	Hernialde	Hernialde	<2.000
Gipuzkoa	Tolosaldea	Ikaztegieta	Ikaztegieta	<2.000
Gipuzkoa	Tolosaldea	Irura	Irura	<2.000
Gipuzkoa	Tolosaldea	Larraul	Larraul	<2.000
Gipuzkoa	Tolosaldea	Leaburu	Leaburu	<2.000
Gipuzkoa	Tolosaldea	Tolosa	Tolosa: 1	10.000 - 19.999
Gipuzkoa	Tolosaldea	Tolosa	Tolosa: Amaro	10.000 - 19.999
Gipuzkoa	Tolosaldea	Villabona	Villabona	5.000 - 9.999
Gipuzkoa	Urola Erdia	Aizarnazabal	Aizarnazabal	<2.000

TH	Zona Comarca	Localidad	Centro	Tipo de población
Gipuzkoa	Urola Erdia	Azkoitia	Azkoitia	10.000 - 19.999
Gipuzkoa	Urola Erdia	Azpeitia	Azpeitia	10.000 - 19.999
Gipuzkoa	Urola Erdia	Beizama	Beizama	<2.000
Gipuzkoa	Urola Erdia	Errezil	Errezil	<2.000
Gipuzkoa	Urola Erdia	Zestoa	Zestoa	2.000 - 4.999
Gipuzkoa	Urola Garaia	Ezkio	Ezkio-Itsaso	<2.000
Gipuzkoa	Urola Garaia	Legazpi	Legazpi	5.000 - 9.999
Gipuzkoa	Urola Garaia	Urretxu	Urretxu	5.000 - 9.999
Gipuzkoa	Urola Garaia	Zumarraga	Zumarraga	5.000 - 9.999
Gipuzkoa	Urola Kosta	Arrutiegia	Aia	<2.000
Gipuzkoa	Urola Kosta	Getaria	Getaria	2.000 - 4.999
Gipuzkoa	Urola Kosta	Orio	Orio	5.000 - 9.999
Gipuzkoa	Urola Kosta	Zarautz	Zarautz	>=20.000
Gipuzkoa	Urola Kosta	Zumaia	Zumaia	5.000 - 9.999