PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA PARA EL DISEÑO Y DESARROLLO DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN DEL PROYECTO "PUEBLOS VIVOS Y ACTIVOS-LANDA HERRIAK BIZIRIK"

1. OBJETO 2

2. NECESIDAD DEL CONTRATO 2

3. TRABAJOS QUE CONFORMAN LA CONTRATACIÓN 2

3.1. Contexto de la contratación 2

3.2. Descripción de los trabajos a realizar 3

3.2.1 Diseño y ejecución de una campaña de comunicación con participación de población joven rural 3

3.2.2 Diseño y desarrollo de Eventos pop-up 6

3.2.3 Jornadas de capacitación y sensibilización 7

3.3. Entregables 8

3.4. Equipo de trabajo 9

4. CONDICIONES DE EJECUCIÓN 10

4.1. Duración y dotación del contrato 10

4.2. Propiedad intelectual y confidencialidad 10

4.3. Documentación de referencia 11

4.4. Obligaciones de comunicación 11

4.5. Tratamiento de textos e imágenes 11

5. INFORMACIÓN Y CONSULTAS 12

1. OBJETO

El presente pliego tiene como objetivo establecer las **especificaciones y condiciones técnicas** que debe proporcionar la asistencia técnica de apoyo al **diseño y ejecución de una campaña de comunicación con la participación específica de población joven rural, el diseño y desarrollo de eventos pop-up** y **la realización de jornadas de formación y sensibilización** en relación a esta temática; todo ello enmarcado en el Proyecto "**Pueblos vivos y activos-Landa herriak bizirik**", financiado por el **Departamento de Desarrollo Rural y Medio Ambiente de Gobierno de Navarra** mediante convenio de colaboración con los cuatros Grupos de Acción Local de Navarra (en adelante GALs o poderes adjudicadores).

2. NECESIDAD DEL CONTRATO

La finalidad perseguida a través de dichas acciones es trabajar la narrativa de las zonas rurales de Navarra desde el prisma de las generaciones más jóvenes para refrescar la visión de las zonas rurales, de dentro hacia afuera, a través de las vivencias, propuestas e iniciativas de la juventud rural.

Se busca poner en valor la labor de los territorios y sus GALs en el impulso del desarrollo local en lo económico, social, cultural e igualitario, así como su papel para adaptarse a las nuevas realidades del medio rural en las últimas décadas.

Asimismo, se persigue garantizar que tanto el personal técnico de los grupos, como los diferentes agentes socioeconómicos del territorio sean capaces de conocer y trasladar la labor desempeñada, en el marco de este contrato, a través del relato y las herramientas comunicativas adecuadas.

3. TRABAJOS QUE CONFORMAN LA CONTRATACIÓN

3.1. Contexto de la contratación

El Plan Estratégico de la PAC 2023-2027 en España aborda el relevo generacional y la despoblación rural, promoviendo empleo, igualdad de género y desarrollo local participativo. Se identifica a los grupos de acción local como agentes clave para implementar estrategias de desarrollo sostenible en sus territorios que cumplan estos objetivos. Además, el informe de la UE sobre relevo generacional impulsó la iniciativa "Visión a largo plazo para las Zonas Rurales", destacando la necesidad de empoderar a la juventud rural y promover su papel en la producción de alimentos. De esta forma, tanto el Servicio de Diversificación y Desarrollo Rural, como los GALs de Navarra persiguen, mediante el proyecto "Pueblos vivos y activos-Landa

herriak bizirik", un enfoque que favorezca el relevo generacional, buscando una comunicación más efectiva que integre la visión de la población rural joven.

En el marco de este proyecto se requiere la contratación conjunta de una asistencia técnica externa especializada para desarrollar varias acciones de manera coordinada entre los diferentes GALs en relación al diseño y ejecución de una campaña de comunicación con la participación específica de población joven rural, el diseño y desarrollo de eventos pop-up y a la realización de jornadas de formación y sensibilización en relación a esta temática en cada uno de los territorios cooperantes.

3.2. Descripción de los trabajos a realizar

A continuación se recogen los trabajos mínimos a realizar por parte de la empresa:

3.2.1 Diseño y ejecución de una campaña de comunicación con participación de población joven rural

Consiste en trabajar la narrativa de las zonas rurales de Navarra desde el prisma de las generaciones más jóvenes para refrescar la visión de estos territorios de dentro hacia afuera a través de las vivencias, propuestas e iniciativas de la juventud rural.

Se realizará una reflexión o análisis inicial por parte de los cuatro GALs, centrada en refrescar el relato sobre el medio rural a través de la visibilización de proyectos económicos, culturales, de ocio y otras iniciativas realizadas por personas jóvenes que viven y trabajan en zonas rurales. Este contexto, recogido por las entidades, supondrá el punto de partida para el desarrollo de la campaña de comunicación. El desarrollo de la misma comprenderá, como mínimo, los siguientes trabajos:

a. Fase 1: Grupo Focal de trabajo con población joven rural

El diseño de la campaña incorporará el enfoque de juventud gracias a la participación de un Grupo Focal de población joven del rural navarro formado por ocho personas y previamente conformado desde los GALs. La empresa adjudicataria se hará cargo de los gastos derivados de la gratificación a la participación de los componentes del Grupo Focal y se encargará de los siguientes trabajos:

- Reuniones de coordinación con los GALs

- Contacto inicial y establecimiento de la metodología de trabajo con el Grupo Focal en la anualidad 2024
- Coordinación, planificación y dinamización de ocho sesiones de trabajo con el Grupo Focal en 2024 y 2025 (cuatro por anualidad).
- Elaboración de dos memorias de resultados del proceso global de trabajo con el Grupo Focal, una por anualidad

La empresa asumirá la gratificación de la asistencia de las personas que conforman el Grupo Focal a las reuniones con un mínimo de 80€ por sesión y los gastos derivados de su desplazamiento.

b. Fase 2: Diseño de una campaña de comunicación

Contempla, como mínimo, los siguientes trabajos en la anualidad 2024:

- **Conceptualización de la campaña** tomando como base las conclusiones obtenidas en las sesiones con el Grupo Focal joven e incluyendo el contacto y coordinación con los GALs. Incluirá el diseño del concepto, narrativa e identidad visual de la campaña.
- **Informe briefing** que recoja la propuesta de la campaña y sea presentado a los GALs mediante reunión de trabajo conjunta para su aprobación. Tras la reunión, la empresa recogerá las conclusiones de la sesión para elaborar el informe definitivo.
- **Diseño y elaboración de materiales de comunicación** digitales e impresos necesarios para la comunicación de la campaña. Tendrán en cuenta la diversidad de soportes y medios on-line y off-line que reflejarán la campaña. En este sentido, la empresa se encargará del diseño, producción y costes asociados a:
    - Diseño de materiales de comunicación on-line (banners, RRSS, etc.)
    - Diseño de materiales de comunicación off-line (roll-up, lonas, marquesinas, folletos, banderolas, merchandising, etc.) incluyendo la impresión y entrega de un mínimo de 4 roll-up, 800 folletos, 200 carteles y 400 packs de merchandising.
    - Generación de un mínimo de 10 plantillas editables en CANVA para contenidos de RRSS que sean editables por los GALs
    - Elaboración de un breve Manual de Identidad Corporativa que recoja las pautas de uso de la narrativa e identidad visual de la campaña

- **Diseño de un Plan de Comunicación** que guíe el desarrollo de la campaña en coordinación con los GAL. El Plan incluirá el detalle y cronograma de las acciones a realizar.
- **Memoria de ejecución** que incluya descripción y prueba documental de la justificación de los trabajos ejecutados.

c. Fase 3: Ejecución de una campaña de comunicación

La empresa realizará el diseño y ejecución de una campaña de comunicación multisoporte, asumiendo los gastos derivados del diseño, producción y adaptación de materiales así como de la contratación o pago de medios o soportes comunicativos. Se contemplará, como mínimo:

- **Coordinación y realización de una rueda de prensa por anualidad (2024 y 2025)** que incluya la elaboración de guion o escaleta, elaboración o adaptación de material gráfico, identificación y convocatoria de medios y registro de material durante las sesiones, además de las labores de coordinación necesarias durante las mismas.
- **Elaboración y distribución de notas de prensa en ambas anualidades** que incluya su redacción, la elaboración o adaptación de material gráfico, la distribución y el seguimiento del impacto en medios.
- **Desarrollo de una campaña de comunicación en la anualidad 2025** que impacte a través de diferentes espacios publicitarios y que incluirá la identificación de los soportes idóneos, la creación y/o adaptación de materiales gráficos y textuales, el contacto con medios, la planificación temporal de la campaña y la contratación de espacios, asumiendo el gasto de la misma. La campaña contemplará: anuncio o publirreportaje en las revistas locales de los territorios de los GALs, dos campañas de banners en la edición online de diferentes diarios regionales, cuñas radiofónicas en las emisoras de los cuatro territorios, una campaña de TV, una campaña con 20 uds de mupis distribuidas por los territorios, 4 campañas en las RRSS de cada entidad, una campaña de publicidad vinílica que, en principio, se contempla en un punto de gran afluencia de población de toda Navarra, como es la estación de autobuses de Pamplona.
- **Una memoria de ejecución por anualidad (2024 y 2025)** que incluya descripción, valoración y prueba documental del desarrollo de los trabajos de la campaña de comunicación, así como el análisis de datos e información recopilada.

3.2.2 Diseño y desarrollo de Eventos pop-up

Estos eventos buscan visibilizar y poner en valor la labor de los GALs en el impulso del desarrollo local en lo económico, social, cultural e igualitario, así como ser un punto de impulso para el cambio del discurso asociado a las zonas rurales. Partiendo de un modelo común de evento, se desarrollarán cuatro eventos por anualidad (2024 y 2025), uno en cada territorio.

a. Fase 1: Diseño de eventos pop-up

Comprenderá, como mínimo, los siguientes trabajos:

- **Diseño de la estructura del evento:** La empresa elaborará una escaleta de evento que se seguirá, con las adaptaciones pertinentes, en los diferentes territorios. Se tendrá en cuenta el trabajo previo con el Grupo Focal de personas jóvenes rurales y se contemplará el modelo de cobertura audiovisual para los eventos.
- **Promoción de eventos:** La empresa asistirá en el apoyo a la promoción de los eventos a través de diversos soportes como distribución de cartelería, notas de prensa y empleo de los medios propios de los GALs, como páginas web, redes sociales, etc. Para ello, realizará las adaptaciones necesarias de los materiales de promoción para ajustarlos a cada evento.
- **Pre-producción de los eventos:** La empresa será la encargada de gestionar las localizaciones y necesidades técnicas de cada evento, así como la identificación -apoyándose en el Grupo Focal-, contacto y captación de agentes participantes en el evento (iniciativas o negocios, etc.) con el visto bueno de los GALs. Se prevé que los eventos se realicen en edificios municipales y estén, por tanto, exentos de gastos relativos a alquileres de locales. Del mismo modo, la empresa desarrollará aquellas labores de pre-producción necesarias para la correcta organización de los eventos.

b. Fase 2: Desarrollo de eventos pop-up

Recogerá, como mínimo, los siguientes trabajos:

- **Producción de los eventos:** La empresa adjudicataria se encargará in-situ de la coordinación del desarrollo y cumplimiento del programa y estructura del evento, incluyendo el traslado, montaje y desmontaje de los elementos y equipos necesarios.
- **Cobertura audiovisual de los eventos:** La empresa realizará el registro de material audiovisual (vídeo y foto) de cada evento, así como la

edición y envío del mismo a los GALs en un plazo que no supere los tres días tras la celebración de cada sesión.

La empresa realizará la redacción y maquetación de un **informe** por cada evento que incluya la descripción, valoración y prueba documental del desarrollo de cada evento pop-up.

Irán a cargo de la adjudicataria los honorarios de la participación de iniciativas y/o negocios locales en el evento, así como los gastos de dinamización (concierto, muestra gastrocultural, espectáculo de humor, ambientacion…), los derivados del alquiler de equipo auxiliar vinculado a la realización y dinamización de los eventos así como los relativos a transporte de equipos y materiales, montaje y desmontaje.

3.2.3 Jornadas de capacitación y sensibilización

Estas acciones están enfocadas al personal técnico y representativo de los GALs y consisten en dar a conocer el argumentario desarrollado en la campaña de comunicación que renueva el relato de lo rural, así como acercar la comunicación como herramienta de dinamización territorial. Las jornadas se dividirán del siguiente modo:

a. Fase 1: Jornadas de capacitación

Se contemplan estas fases para el desarrollo de los trabajos:

- **Preparación de las jornadas** y coordinación de las mismas con los diferentes GALs.
- **Desarrollo de las jornadas** en la anualidad 2024.
- **Memoria de ejecución de las jornadas de capacitación**: Contenido y programa de las actividades de capacitación que recoja el contenido y programa de las actividades de capacitación, así como el control de participantes, lugar, asuntos tratados, duración y pruebas de realización (fotografías, hojas de firmas).

b. Fase 2: Jornadas de sensibilización

Se contemplan estas fases para el desarrollo de los trabajos:

- **Preparación de las jornadas** y coordinación de las mismas con los diferentes GALs.
- **Desarrollo de las jornadas** en la anualidad 2025.
- **Memoria de ejecución de las jornadas de sensibilización** que recoja el contenido y programa de las actividades de sensibilización, así

como el control de participantes, lugar, asuntos tratados, duración y pruebas de realización (fotografías, hojas de firmas).

3.3. Entregables

Los entregables mínimos de contrato se recogen a continuación:

Documentos entregables a 31/10/2024
▪ **Memoria** de trabajos realizados por el **Focus Group**: participantes, lugar, asuntos tratados, duración y pruebas de realización (fotografías, hojas de firmas, y/o grabaciones sesiones online). ▪ **Memoria del diseño de la campaña de comunicación con participación de población joven que incluya:** o Informe Briefing o Materiales gráficos y audiovisuales en alta calidad y las cantidades y formatos on-line y off-line correspondientes o Manual de Identidad Corporativa (MIC) o Plan de comunicación y cronograma ▪ **Memoria de la realización de la campaña de comunicación diseñada con la participación de población joven rural**, año 2024: o Diseño, planificación y contratación campaña de publicidad o Ruedas y notas de Prensa o Materiales textuales y gráficos generados en la campaña o Publicaciones en redes sociales y otros medios o Seguimiento y evaluación del plan de comunicación ▪ **Memoria de valoración y ejecución del diseño** y estructura de eventos pop-up y cobertura audiovisual de los 4 eventos ejecutados en 2024: o Escaletas o Materiales textuales y gráficos generados o Materiales brutos y finales de la cobertura audiovisual o Informe de cada evento (descripción, valoración y prueba documental) ▪ **Memoria de ejecución de las jornadas de capacitación**: Contenido y programa de las actividades de capacitación que recoja el contenido y programa de las actividades de capacitación y sensibilización, así como el control de participantes, lugar, asuntos tratados, duración y pruebas de realización (fotografías, hojas de firmas).

Documentos entregables a 31/05/2025
▪ **Memoria** de trabajos realizados por el **Focus Group**: participantes, lugar, asuntos tratados, duración y pruebas de realización (fotografías, hojas de firmas, y/o grabaciones sesiones online). ▪ **Memoria de la realización de la campaña de comunicación diseñada con la participación de población joven rural**, año 2025: o Diseño, planificación y contratación campaña de publicidad o Ruedas y notas de Prensa o Materiales textuales y gráficos generados en la campaña o Publicaciones en redes sociales y otros medios ▪ Seguimiento y evaluación del plan de comunicación **Memoria de valoración y ejecución del diseño** y estructura de eventos pop-up y cobertura audiovisual de los 4 eventos ejecutados en 2025: o Escaletas o Materiales textuales y gráficos generados o Materiales brutos y finales de la cobertura audiovisual o Informe de cada evento (descripción, valoración y prueba documental) ▪ **Memoria de ejecución de las jornadas de sensibilización** : Contenido y programa de las actividades de capacitación que recoja el contenido y programa de las actividades de capacitación y sensibilización, así como el control de participantes, lugar, asuntos tratados, duración y pruebas de realización (fotografías, hojas de firmas).

3.4. Equipo de trabajo

El **equipo de trabajo** encargado de este lote estará compuesto por al menos cuatro personas con estos perfiles profesionales, sin perjuicio de añadir los que la empresa considere necesarios para el correcto desarrollo de los trabajos.

- **Responsable de proyecto**: Titulación universitaria y al menos 3 años de experiencia en la gestión y desarrollo de campañas de comunicación.

- **Perfil técnico 1:** Titulación universitaria en periodismo, publicidad y/o márketing o afines con al menos 2 años de experiencia en proyectos de marketing, promoción y comercialización.
- **Perfil técnico 2:** Titulación en diseño gráfico y/o afines con al menos 2 años de experiencia en diseño y creación publicitaria.
- **Perfil técnico 3:** Experiencia de al menos 2 años en la gestión y producción de eventos.

4. CONDICIONES DE EJECUCIÓN

4.1. Duración y dotación del contrato

La dotación y los plazos del contrato son los que se indican:

El plazo de ejecución del contrato finalizará el 31/05/2025 y la dotación total asciende a 91.000 € (IVA INCLUIDO). Incluye una certificación parcial, con una dotación parcial de 45.500,00 € (IVA INCLUIDO) con fecha límite 31 de octubre de 2024 y que se detalla en el apartado 3.3.

Las contrataciones de este pliego se enmarcan en el convenio suscrito entre la Dirección General de Desarrollo Rural y los cuatro grupos de acción local navarros: Asociación Cederna Garalur, Consorcio EDER, Asociación TEDER y Consorcio de Desarrollo de la Zona Media para actuaciones sobre el proyecto "Pueblos vivos y activos- Landa herriak bizirik".

4.2. Propiedad intelectual y confidencialidad

Quedarán en propiedad de los poderes adjudicadores tanto las prestaciones contratadas, como los derechos inherentes a los trabajos realizados, su propiedad intelectual, industrial y comercial, reservándose los poderes adjudicadores su utilización, no pudiendo ser objeto de comercialización, reproducción u otro uso no autorizado expresamente por los poderes adjudicadores.

La empresa adjudicataria facilitará a la entidad contratante la transición de contenidos y sistemas empleados, así como el acceso a los mismos.

La empresa adjudicataria está obligada a mantener la confidencialidad y reserva sobre todos aquellos datos y documentos relacionados con el contrato que maneje. La obligación de secreto profesional y confidencialidad obliga a las partes incluso una vez cumplido, terminado y resuelto el contrato.

4.3. Documentación de referencia

Los poderes adjudicadores pondrán a disposición de la asistencia técnica el contenido de la documentación necesaria y de interés para el desarrollo de los trabajos, como por ejemplo las estrategias de desarrollo participadas de desarrollo local de las entidades que conforman los poderes adjudicadores.

4.4. Obligaciones de comunicación

La entidad contratista y subcontratista tendrá en cuenta las siguientes obligaciones en cuanto a la comunicación, publicidad y difusión:

- Las relativas a la comunicación sobre financiación, será necesario identificar la financiación de Gobierno de Navarra, cumpliendo lo relativo al uso del símbolo oficial (Decreto Foral 189/2004, de 3 de mayo (BON nº 66 de 2/06/2004)).
- La inclusión del emblema de Gobierno de Navarra y los Grupos de Acción cooperantes: Asociación Cederna-Garalur, Consorcio EDER, Asociación TEDER y Consorcio de Desarrollo de la Zona Media.
- El órgano de contratación proporcionará durante la ejecución del contrato las indicaciones acerca del contenido preciso en cada medio, soporte y/o formato en relación a estas obligaciones.

4.5. Tratamiento de textos e imágenes

Para todos los trabajos se tendrá en cuenta:

- Las **traducciones** de textos al euskera deberán efectuarse mediante un servicio de traducción profesional, buscando la idoneidad y naturalidad. Siguiendo criterios de accesibilidad intelectual y visual, se asignará a cada idioma un color diferente, con contrastes similares e igualdad de protagonismo.
- La **perspectiva de género** estará presente en la creación y tratamiento de todos los textos, documentación, publicidad, imagen o materiales generados durante el contrato. La empresa adjudicataria deberá hacer uso de lenguaje inclusivo y no sexista en todas las redacciones propuestas, incluidos los documentos de trabajo presentados. Asimismo, tendrá que evitar cualquier imagen discriminatoria o estereotipada de las mujeres y fomentar en su lugar valores de igualdad, presencia equilibrada, diversidad, corresponsabilidad y pluralidad de roles. El personal de las Áreas de Igualdad de las entidades contratantes será la referencia para poder

facilitar materiales e indicaciones a la empresa, así como aclarar dudas.

- Las **imágenes** registradas y empleadas serán realistas y naturales, buscando la autenticidad. En el caso de incluir figurantes o modelos contemplarán perspectiva de género, diferentes perfiles de personas, así como una indumentaria adecuada al escenario planteado. Se evitarán los contextos que resulten artificiales.
- En el caso de que en el desarrollo del diseño de la campaña de comunicación se plantee la puesta en marcha de un sitio **web**, este tendrá en cuenta los estándares de accesibilidad y usabilidad requeridos por el artículo 40 de la Ley Foral 12/2018, de 14 de junio, de Accesibilidad Universal y la Ley Foral 31/2022, de Atención a Las PCD en Navarra.
- Las **maquetaciones** de cualquier documento y/o soporte se presentarán de un modo claro y fácil de leer para todas las personas. En cuanto al contraste de los elementos será necesario vigilar que este sea suficiente entre los textos y los fondos, teniendo en cuenta criterios de accesibilidad visual.

5. INFORMACIÓN Y CONSULTAS

Se puede obtener **información adicional** y efectuar **consultas** sobre el contrato y el presente condicionado llamando al teléfono **948 740 739**, en horario de 9:00 a 14:00 horas, o a través del correo electrónico **consorcio@navarramedia.org**, durante el periodo de presentación de ofertas.