

ASOCIACIÓN CEDERNA GARALUR JUNIO DE 2025



**P.P.T. PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE
“DIGITALIZACIÓN DEL CAMINO NATURAL DEL IRATI”.
ENMARcado EN EL PLAN DE RECUPERACIÓN,
TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA - FINANCIADO POR LA UNIÓN
EUROPEA - NEXTGENERATIONEU**

**PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINO DE
PREPIRINEO Y COMARCA DE SANGÜESA**

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HAN DE REGIR EN LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE “DIGITALIZACIÓN DEL CAMINO NATURAL DEL IRATI”, EN EL MARCO DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA, FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA-NEXT GENERATION EU.

1- ANTECEDENTES

La Asociación Cederna Garalur es la entidad encargada de gestionar el Plan de Sostenibilidad Turística en Destino de “PREPIRINEO Y COMARCA DE SANGÜESA”, financiados a través de los Fondos Europeos de Recuperación y Resiliencia, en el marco del Componente 14, Inversión 1 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Cederna Garalur es un Grupo de Acción Local nacido en 1991, con el objetivo de impulsar el desarrollo socioeconómico de la «Montaña de Navarra», es decir, el apoyo a políticas y acciones locales y comarcales que mejoren significativamente la calidad de vida de las personas, consolidando la red de servicios públicos y privados para mantener y atraer a la población al medio rural.

Como Grupo de Acción Local, el valor añadido que aporta Cederna Garalur a la Montaña de Navarra es su trabajo diario en estrecha colaboración con los agentes políticos, económicos y sociales de la Montaña de Navarra, y creando sinergias entre dichos agentes. De esta manera, a lo largo de sus más de 25 años de existencia, la Asociación Cederna Garalur se ha convertido en una herramienta indispensable en el desarrollo local, que aglutina el conocimiento del territorio, identificando necesidades, compartiendo experiencias, ofreciendo soluciones y optimizando recursos.

Cederna Garalur actúa en la Montaña de Navarra, un extenso territorio que abarca la mitad norte de la Comunidad Foral de Navarra. Cuenta con una extensión de 4.900 km²; una población de 80.000 habitantes, 126 municipios y 100 kms. de frontera con Francia. El objetivo final es «estimular el desarrollo endógeno, sostenible y armonizado de la Montaña de Navarra».

2.- OBJETIVOS DEL CONTRATO

El Camino Natural del Irati es una nueva ruta turística en ejecución en el ámbito rural con un alto potencial para atraer visitantes y dinamizar la economía local. Al ser un recorrido nuevo establecido, carece de herramientas digitales adecuadas para su promoción y para ofrecer una experiencia moderna y accesible a los/as usuarios/as.

En vista de esta situación, el objeto general de este contrato, promovido por Cederna Garalur (en adelante parte contratante) es impulsar el marketing turístico mediante la digitalización del Camino Natural para modernizar su gestión, darle su visibilidad social, promocionar el recurso y ofrecer al/la usuario/a una experiencia interactiva y enriquecedora del producto mediante el uso de las tecnologías y herramientas digitales.

Entre los objetivos más específicos se encuentran:

1. la creación de una identidad visual adaptada al entorno digital,
2. el desarrollo una plataforma web multilingüe e interactiva
3. el generar diferentes contenidos digitales atractivos

3.- OBJETO DEL CONTRATO

3.1. INTRODUCCIÓN

El Camino Natural del Irati transcurre por el antiguo trazado del tren Irati (1911-1955), atravesando las Cuencas Prepirenaicas y la Comarca de Sangüesa. La recuperación de la histórica vía ferroviaria del Irati como eje de revitalización local y desarrollo turístico sostenible es un recorrido de 56,6 kilómetros que transita por el antiguo corredor ferroviario entre Sangüesa y el Valle de Egüés, pasando por las localidades de Liédena, Lumbier, Urraúl Bajo, Lónguida, Aoiz, Urroz-Villa y Lizoain-Arriasgoiti. Enlaza, además con la red europea de rutas ciclables Eurovelo 3, con el Camino Natural del Plazaola, el Parque fluvial del Arga y el Camino de Santiago.

El Camino Natural del tren Irati contribuirá a conectar el área pirenaica con la atlántica articulando la Montaña de Navarra con otros itinerarios del País Vasco, Aragón e incluso Francia. Se trata de un itinerario a través del cual se unirán distintos lugares y parajes de interés cultural y natural, como la Foz de Lumbier, uno de los espacios más representativos y de mayor riqueza ambiental de Navarra.

3.2 SERVICIOS OBJETO DE CONTRATACIÓN

La presente licitación con presupuesto de 85.000 euros tiene por objeto la contratación de servicios de “digitalización del camino natural del Irati”, en el marco del plan de recuperación, transformación y resiliencia, financiado por la UNIÓN EUROPEA-NEXT GENERATION EU, para dar como resultado la creación o diseño de la IDENTIDAD Y MARCA TURÍSTICA, de una PLATAFORMA DIGITAL y de CONTENIDOS INTERACTIVOS, y con arreglo a las prescripciones técnicas que se indican a continuación:

a) Diseño de Manual de Identidad y Marca Turística

El Camino Natural del Irati es un producto dinamizador del territorio con una identidad propia y potente dentro de la Comunidad Foral de Navarra que alberga un gran potencial turístico como destino de actividades lúdico-deportivas en el espacio natural y rural.

En este caso los servicios consisten en **diseñar una marca** integral que contemple los valores patrimoniales y naturales del territorio. Se desarrollará la propuesta de forma estratégica, conceptual y creativa de la nueva marca de forma clara, atractiva y diferenciada que contribuya al posicionamiento del producto en el mercado turístico.

En el diseño de la marca se deberá tener en cuenta las diferentes marcas que conviven en el territorio para distinguirse y no caer en similitudes o concordancias.

La identidad visual de la marca y del logotipo debe representar la personalidad del producto, la esencia y valores del destino de forma intuitiva y coherente. Esta deberá ser multifuncional, es decir, su uso se podrá utilizar por un lado en diversos soportes dependiendo de las aplicaciones y necesidades del promotor y por otro lado deberá ser adaptable a las diferentes áreas institucionales y promocionales.

La marca estará formada por imagen y tipografía (imagotipo o isologo). Se deberán utilizar grafismos o imágenes originales y tipografías gratuitas que no exijan derechos de uso y adaptables a todo tipo de formatos, soportes o idiomas.

La empresa adjudicataria deberá presentar previamente a la parte contratante al menos 3 bocetos o esbozos diferentes de marca inspirados en valores o aspectos que personalizan o identifican el producto, para su valoración y elección antes de continuar con el desarrollo definitivo del diseño de marca elegido y consensuado por el cliente y su correspondiente Manual de Identidad.

La marca será registrada por la empresa adjudicataria y a nombre del cliente en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OFPM) por un plazo de 10 años, haciéndose cargo de todos los costes, tasas y honorarios derivados. En la propuesta que realice la empresa licitadora tendrá que indicar el coste de renovación de la marca en dicho registro por un tiempo no inferior a 10 años para conocimiento del cliente.

La empresa adjudicataria deberá presentar el **Manual de Identidad Corporativa**, documento en el que se diseñarán las normas de aplicación de la marca y su identidad visual en los diversos materiales y soportes, impresos y digitales, que se pudieran requerir para servicios online, administrativos, papelería, cartelería, stands feriales, señalética publicitaria, merchandising, etc.

El contenido de este documento será, al menos, el siguiente:

1. Introducción y presentación de la Marca Turística
2. Elementos básicos de identidad visual
 - 2.1. Logotipo
 - 2.2. Marca principal
 - 2.3. Marca secundaria
 - 2.4. Normas básicas de construcción
 - 2.5. Aplicación del logotipo
 - 2.6. Paleta de colores (colores primarios y secundarios)
 - 2.7. Tipografía (tipografías principales y secundarias)
 - 2.8. Tratamiento de imágenes
3. Aplicaciones de la Marca
 - 3.1. Papelería corporativa
 - 3.2. Edición de material promocional
 - 3.3. Publicaciones digitales y multimedia
 - 3.4. Señalizaciones internas y externas
 - 3.5. Merchandising

- 3.6. Adaptación a medios digitales
- 3.7. Adaptación de la marca a otras lenguas (español, euskera, inglés y francés)
4. Registro en oficina de patentes y legalidad de la marca
5. Ejemplo de aplicaciones

El Manual de Identidad Corporativa será entregado a Cederna Garalur al final del proceso creativo en formato PDF y los elementos gráficos, como el logotipo e imagotipo se entregaran en formatos PDF, JPG y vectorial. El documento estará perfectamente editado para su visualización y contendrá, al menos, todos los aspectos anteriormente citados, junto con la documentación de registro de la marca en la Oficina Española de Patentes y Marcas.

Las empresas licitadoras deberán imputar un 5% de la oferta económica que presenten a este apartado, y la empresa adjudicataria deberá destinar la cuantía imputada al mismo en la ejecución del contrato.

b) Creación de plataforma digital y contenidos digitales

Estos servicios comprenden el **diseño y desarrollo de un sitio web responsiva en español, euskera, inglés y francés, con un mapa interactivo y narrativa para enriquecer la experiencia digital del/la usuario/a, con arreglo a las siguientes prestaciones que se definen con carácter de mínimo**

1. PORTAL WEB

El portal web deberá permitir la presentación interactiva de los contenidos digitales generados en el proyecto. El diseño y la estructura final del portal se consensuarán con el equipo técnico del proyecto al inicio del mismo, debiendo aprobarse cualquier ajuste posterior.

Requisitos mínimos a cumplir:

- Acceso público y universal.
- Estructura intuitiva y muy visual, navegación sencilla y edición ágil mediante el gestor de contenidos.
- Diseño práctico, con una narrativa visual muy atractiva, que sea capaz de transmitir visualmente la calidad del entorno que compone el Camino Natural de Irati y que haga que la experiencia del/la usuario/a sea única desde el primer momento. Todos los contenidos (imágenes, vídeos) deberán mostrarse a pantalla completa.
- Organización de contenidos mediante categorías jerarquizadas y etiquetas para facilitar la búsqueda.
- Desde la página Web se podrá acceder al apartando del mapa interactivo de forma muy intuitiva, de manera que sea posible disponer de toda la información y las rutas del visor interactivo sin perder el hilo de navegación del/la usuario/a.

Apartados mínimos:

- ✓ Municipios
- ✓ Puntos de interés

- ✓ Etapas y posibles rutas asociadas
- ✓ Acceso al Mapa Interactivo
- ✓ Agenda de eventos
- ✓ Buscador avanzado por texto, etiquetas o categorías
- ✓ Noticias
- ✓ Ayuda para usuarios
- ✓ Accesibilidad
- ✓ Aviso legal
- ✓ Mapa del sitio
- ✓ Información general del proyecto (Acerca de)
- ✓ Fichas de contenido para cada punto de interés, con bloques que incluyan:
 - Información básica (descripción general)
 - Información ampliada
 - Datos útiles (dirección, accesibilidad, horarios, transporte recomendado)
 - Opción de ruta mediante servicios externos (Google Maps, Waze)
 - Puntos cercanos de interés y servicios asociados (parkings, oficinas turísticas, etc.)
 - Bibliografía y créditos
 - Documentación adicional (publicaciones)
 - Contenidos multimedia relacionados (imágenes, audiovisuales, tours virtuales).

El portal web dispondrá de una sección de etapas, tramos y/o rutas asociadas al Camino Natural de Irati. Esta sección permitirá ver una información completa de la ficha de cada una de las etapas/tramos/rutas en forma de listado que pueda ser ordenado por categorías definidas por el cliente. Esa pequeña lista de fichas tendrá una información básica de cada una, incluyendo una fotografía representativa, nombre de la ruta, distancia, desnivel, dificultad, descargar track y la descripción corta de la misma. Si pulsamos sobre esta ficha, nos llevará a su ficha completa con todos los contenidos en versión extendida, incluyendo una información técnica, información visual (galería), track (gpx, kml), un mapa interactivo con la ruta, recomendaciones, sitios de interés y lugares cercanos.

Al seleccionar un punto de interés dentro del mapa interactivo, se accederá a su ficha de información.

Todas las etapas/rutas existentes deberán mostrarse sobre el mapa interactivo, en caso de activarse la capa de rutas, pudiéndose seleccionar una etapa/ruta en concreto.

- Enlaces externos esenciales (portales municipales, turísticos y previsión meteorológica) definidos durante la ejecución del proyecto.
- Integración directa con gestor de contenidos para actualizaciones inmediatas.
- Registro estadístico sobre visitas al portal, puntos más consultados, rutas preferidas y contenidos más populares. Integración con Google Analytics
- Compatibilidad garantizada con los navegadores web más extendidos (últimas dos versiones de Edge, Firefox, Safari y Chrome) tanto en ordenador como dispositivos móviles.
- Desarrollo con tecnologías de código abierto, sin costes de licencia.

- Diseño responsive adaptable a cualquier dispositivo (PC, tablet, móvil).
- Uso de plataformas abiertas para mapas interactivos (Leaflet) para mapas interactivos (Leaflet) con modelos de cartografía (capas) satelital y raster que muestren el Camino Natural sobre cartografía ajustada al nivel de zoom demandado, con nivel de zoom máximo sobre mapa de detalle excursionista (curvas de nivel cada 20 metros).
- Integración para compartir contenido fácilmente en redes sociales (Instagram, Facebook, X).

2. MAPA INTERACTIVO

En el portal web se incluirá un mapa interactivo de la zona que recorre El Camino Natural de Irati, atravesando las Cuencas Prepirenaicas y la Comarca de Sangüesa, en el que aparecerán demarcados y geolocalizados los distintos municipios y enclaves que formen parte del ámbito de este proyecto.

Requisitos específicos:

- Uso de coordenadas geográficas para geo-referenciación de la información.
- Itinerario completo del Camino Natural mostrado sobre cartografía de base como capa superpuesta. Tramos diferenciados por colores y como elementos interactivos (mostrando los datos mínimos de las mismas al pulsar sobre ellas: nombre, distancia, tipo de recorrido, dificultad, desnivel, etc.).
- Inclusión inicial mínima de 30 puntos de interés en relación al Camino Natural, adaptando su visualización al incremento del número de elementos.
- Capacidad para visualización aérea o perspectiva inclinada, con control de zoom, selección de la cartografía (fotografía aérea satelital o mapa con detalle excursionista).
- Posibilidad de integrar los puntos de interés con la fotografía y experiencia inmersiva 360.
- Filtros por localidades, zonas de interés, palabras clave, tipo de enclave y servicios adicionales (turismo, servicios o transporte).
- Capacidad de edición del contenido vectorial existente a la entrega del proyecto (trazado del Camino Natural y puntos de interés asociados al mismo), así como de creación de nuevos elementos y nuevas categorías. El gestor de contenidos debe permitir la creación de tramos de ruta nuevos, así como posibles modificaciones de los existentes. También la creación de nuevos elementos puntuales y nuevas categorías dentro de la clasificación de los elementos puntuales.

3. NARRATIVA

La narrativa visual en diseño web implica utilizar elementos gráficos para comunicar una historia y dirigir al/la usuario/a durante su interacción en línea. Se integran imágenes, videos, tipografías y paletas de colores para generar una secuencia lógica y atractiva, que ayuda a transmitir información de manera clara y emocional, promoviendo así una mayor comprensión y participación por parte de las personas usuarias, que deberán respetar las siguientes características mínimas:

- Imágenes de alta calidad

- Incorporación de vídeos que puedan ilustrar/explicar conceptos complejos de una forma sencilla y atractiva
- Implementar infografías para presentar los datos de manera sencilla.
- Uso de paleta de colores y tipografías que refuercen el tono y la personalidad de la marca.
- Consistencia temática que permita que las imágenes tengan que seguir una línea narrativa coherente definida y consensuada por el cliente. Imágenes que cuenten una historia y sean relevantes para el contenido.
- Priorizar calidad sobre cantidad
- Emociones a través de la elección de fotografías que despierten sentimientos y reacciones instantáneas.
- Composición y diseño, que permita que la disposición de los elementos de la web, guíen al usuario por la web de forma intuitiva.
- Color y contraste coherente con la imagen de marca/identidad corporativa.

4 GESTOR DE CONTENIDOS

El gestor será un sistema integral para administración y almacenamiento de contenidos digitales generados por el proyecto, además de servir como backoffice del portal web, visor interactivo y otras interfaces existentes o futuras.

El software de gestión de contenidos tendrá las siguientes características:

- Gestión sencilla, eficiente e intuitiva de contenidos (textos, imágenes, vídeos, tours virtuales, etc.) incluyendo la creación, administración y mantenimiento de estos. Realización de publicaciones personalizables y accesibles desde diferentes dispositivos: Página Web, Mapa Interactivo, etc.).
- Creación, edición y gestión de las etapas/rutas que contendrá el visor interactivo, permitiendo subir tracks, dibujar manualmente, editarlos, categorizarlos, rellenar los campos (definidos por el cliente) y permitir publicar
- Roles diferenciados para usuarios según su nivel de relación con la gestión de contenidos (creación, validación y gestión de contenidos y control total del sistema).
- Escalabilidad para integración en proyectos futuros.
- Almacenamiento detallado por contenido: tipo, descripción, ubicación, accesibilidad, multimedia asociado, documentación adicional, etc.
- Flujo de validación automatizado y notificaciones por correo electrónico.
- Gestión de puntos adicionales informativos (parkings, puntos turísticos, etc.).
- Creación, edición y visualización interactiva de rutas y sus contenidos.
- Publicación y administración de noticias generales y específicas.
- Administración exclusiva por perfil administrador de contenidos institucionales (Ayuda, Aviso legal, Accesibilidad).
- Sistema de estadísticas integradas para seguimiento del uso del sistema.
- Descarga exclusiva para administradores y gestores de contenidos en diferentes resoluciones.
- Soporte amplio de formatos multimedia (JPG, PNG, MP4, MP3, OBJ, SVG, etc.) o repositorios externos.
- Creación y asignación de etiquetas y metadatos de búsqueda.
- Auditoría y seguridad según normativa ENS, con registro detallado de cambios.

- Herramientas de respaldo intuitivo y eficaz para bases de datos y contenidos.
- Sistema seguro y actualizado.

5. REDACCIÓN DE CONTENIDOS TEXTUALES

- Contenido integral para todas las secciones y elementos multimedia.
- Traducción multilingüe obligatoria (castellano, euskera, inglés, francés).
- Compatibilidad con perfiles diversos (visitantes expertos y no expertos).
- Todos los contenidos serán revisados por el cliente antes de incluirse en el proyecto.

6. FORMACIÓN

La formación deberá incluir al menos:

- Se impartirán al menos 3 jornadas formativas de 4 horas de duración cada una de ellas para el conjunto de personas responsables encargadas de gestionar el proyecto una vez finalizado y entregado el mismo.
- El formato o modalidad de impartición podrá variar, de acuerdo con la empresa adjudicataria, una vez se inicie la ejecución del proyecto.
- Entrega de documentación digital completa de cada una de las acciones desarrolladas del proyecto, información que permita continuar con su gestión o transmitir los conocimientos para ello.

Los contenidos mínimos para la formación serán los siguientes:

- Formación sobre el uso del portal web, gestor de contenidos y visor interactivo
- Descripción de cada una de las páginas/secciones y su estructura.
- Descripción de cada una de las funcionalidades ofrecidas
- Descripción de los diferentes tipos de interacción con el usuario.
- Formación sobre el uso y administración del Gestor de Contenidos
- Descripción de las principales funcionalidades
- Creación, edición y borrado de contenido.
- Administración de la biblioteca de material multimedia
- En general, la edición de cualquier recurso visible en el área pública del proyecto y la posibilidad de añadir/suprimir cualquiera de esos recursos del sistema.

7. OTROS SERVICIOS

La empresa adjudicataria gestionará la adquisición de los dominios adicionales que se consideren estratégicos para la optimización del posicionamiento web y la protección de la marca. Además, alojará el contenido en sus servidores particulares durante el plazo de 1 año sin coste adicional. Cabe destacar que la entidad contratante ya dispone de un dominio (.com) adquirido. A partir de este primer año de garantía, la empresa licitante deberá informar en su propuesta técnica de los costes sucesivos derivados del mantenimiento y actualización de los contenidos digitales alojados tanto en servidores del cliente como en los suyos propios.

Las empresas licitadoras deberán imputar un 42% de la oferta económica que presenten a este apartado, y la empresa adjudicataria deberá destinar la cuantía imputada al mismo en la ejecución del contrato

c) Desarrollo de una guía digital interactiva con mapas integrados y enlaces multimedia para su descarga y consulta en dispositivos digitales.

La guía digital PDF interactivo / EPUB 3 será un documento o libro animado que permitirá a los/as usuarios/as interactuar con sus elementos, incluyendo elementos interactivos: hipervínculos, formularios, enlaces, botones, audios, vídeos y galerías de fotos. Estos elementos facilitarán de forma sugerente y atractiva a los/as lectores/as la información y la navegación por el documento mediante un acceso rápido a la información que necesitan. Será adaptable a versiones idiomáticas.

La guía interactiva será un documento riguroso en cuanto a contenido e informaciones, visualmente atractivo y de fácil manejo por el usuario desde su ordenador o tablet (mínimo 10 pulgadas). El índice, estructura y contenidos de la guía serán presentados previamente en borrador para su consenso y aprobación por el cliente.

La guía tendrá un desarrollo mínimo de 40 páginas, incluido la portada y contraportada y contendrá, al menos, los siguientes contenidos:

- Presentación, introducción general del territorio e historia del ferrocarril del Irati y su conversión en Camino Natural del Irati.
- Descripción de la ruta por etapas con ficha técnica (longitud, desnivel, condiciones limitantes) con referencias a puntos de paso, lugares significativos, puntos kilométricos y/o croquis del rutómetro, dirigida tanto a senderistas como a cicloturistas. Inclusión de tablas de servicios básicos disponibles en cada etapa. Otras informaciones técnicas o turísticas que se consideren oportunas
- Inclusión de pequeños textos o contenidos de carácter natural o cultural de interés al paso de la ruta que aderecen y complementen la descripción del Camino Natural.
- Perfil topográfico dinámico por etapa/tramo correctamente escalado con referencias a puntos intermedios de paso significativos y pictogramas correspondientes.
- Mapas interactivos, general del Camino Natural del Irati y de cada una de las etapas, señalando las poblaciones de paso y los principales hitos de la ruta.
- Fotografías históricas y actuales de los principales parajes y/o lugares de paso. Imágenes de lugares 3D o 360º, videos o audios.
- Enlaces a contenidos de interés relacionados con los puntos clave del plano -links hacia páginas web.

La empresa licitadora indicará en su propuesta técnica las características, ventajas, restricciones, condiciones, etc. de las herramientas y soluciones tecnológicas adoptadas para la confección de la guía interactiva y que afecten a la adaptabilidad y accesibilidad del servicio y uso por parte del/la usuario/a y del promotor de esta iniciativa. De igual modo, la empresa adjudicataria asumirá los costes de actualización y mantenimiento del servicio durante 1 año, indicando los posibles gastos derivados de ello en el futuro.

La empresa adjudicataria entregará al final del servicio los archivos editables originales.

Las empresas licitadoras deberán imputar un 17% de la oferta económica que presenten a este apartado, y la empresa adjudicataria deberá destinar la cuantía imputada al mismo en la ejecución del contrato.

d) Realización, selección y optimización de fotografías y videos de alta calidad para plataformas digitales, integrados en el sitio web y otros medios.

Realización de los servicios de producción audiovisual y fotográfica para producción de contenidos audiovisuales, incluyendo preproducción, producción de contenidos, realización de reportajes fotográficos, servicios de drone y vuelos fotográficos, edición de materiales de archivo, guionización, edición, subtítulos y grafismos, sonorización y músicas originales, locución, traducción, licencias y autorizaciones y toda clase de postproducción necesaria para la completa finalización de las piezas audiovisuales y fotográficas, así como la gestión técnica para su difusión en medios, en la web del Camino Natural y portales web asociados y en las cuentas y perfiles de redes sociales.

Las temáticas y contenidos de los videos se consensuarán con Cederna Garalur para su aprobación, al igual que la relación y naturaleza de las fotografías a realizar. Los álbumes fotográficos finales a entregar tendrán que ser aceptados por Cederna Garalur, en su totalidad. Solo se considerará versión final de las entregas realizadas cuando la parte contratante así se lo indique por escrito al adjudicatario.

A título general, se diferencian los siguientes servicios a realizar y a concretar con el cliente:

- Producción de vídeos promocionales. Consistentes en una pieza audiovisual destinada a promover o divulgar un hecho, un evento, un lugar o el proyecto general del Camino Natural. Duración variable, entre 1.5 y 3 minutos. Un mínimo de 3 unidades.
- Vídeos virales y videos para redes sociales. Contenido innovador e impactante, con representación emocional dinámica utilizando diferentes estilos o efectos visuales y sonoros para hacer un contenido atractivo. La duración es variable, de entre un 1 y 1,5 minutos. Un mínimo de 5 unidades
- Fotografías e imágenes históricas y/o de archivo de alta calidad. Proporcionar imágenes variadas, de distintas temáticas y de archivo para acompañar los contenidos, reportajes o noticias del Camino Natural. Un mínimo de 30 imágenes.
- Fotografías con figuración a lo largo del Camino Natural, incluido fotos de drone. Realización de fotografías de alta calidad que deberán capturar diversos aspectos del Camino Natural y su entorno inmediatamente más próximo, incluyendo elementos naturales, puntos de interés y actividades recreativas. En este contexto, las imágenes serán realistas y naturales, no pudiendo haber sido creadas por inteligencia artificial, buscando la autenticidad. Las que incluyan 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. Las fotografías deberán ser entregadas en formato digital. En caso de que las fotografías de drone necesiten autorización de vuelo en espacios protegidos, la empresa adjudicataria

realizará la tramitación oportuna de los permisos. Se requerirán un mínimo de 50 fotografías.

La empresa adjudicataria deberá hacer entrega de las grabaciones en los siguientes formatos digitales:

a) los videos, por defecto, en resolución FHD, 1920x1080, en archivos .mp4 y .mov, suficiente para que cualquier pieza de las producidas se pueda emitir en televisión HD.

b) las fotografías se enviarán en formato jpg (alta calidad) o tiff debiendo ser facilitadas las fotografías en soporte electrónico para su uso en RRSS. La adjudicataria deberá entregar las fotografías retocadas y con calidad de impresión para prensa, en alta resolución (300 ppp), así como en calidad para web (72 ppp).

Las empresas licitadoras deberán imputar un 26% de la oferta económica que presenten a este apartado, y la empresa adjudicataria deberá destinar la cuantía imputada al mismo en la ejecución del contrato.

e) Creación y gestión de una cuenta de Instagram, incluyendo estrategia de contenido visual, publicaciones regulares y campañas para promocionar el Camino Natural.

Creación del soporte creativo para la realización de tareas de comunicaciones, promoción y publicitación del Camino Natural del Irati. Supervisión, adaptación y producción de las aplicaciones creativas y campañas realizadas con la marca, manteniendo la correcta aplicación del manual de identidad corporativa, elaborando un feedback o retorno y comunicación con terceros para su cumplimiento. Adaptación del diseño de materiales ya existentes para su uso en campaña de medios.

Gestión y promoción del Instagram de Camino Natural del Irati, creación de contenido y publicación, dando a conocer los distintos reclamos turísticos del territorio a visitantes. La creación de contenidos para publicar deberá incluir, además de su planificación, la búsqueda de contenido e información a comunicar, recepción de peticiones de contenido a publicar; la selección, creación, retoque o edición de material visual y elaboración de textos. La creación de contenido deberá ser para los distintos formatos de Instagram: post, stories, reels y guías.

El tiempo mínimo de prestación de este servicio de acuerdo a este pliego será de 1 año a partir del momento de emisión del acta de finalización de obra del Camino Natural y cuando éste se encuentre en condiciones de ser recorrido con seguridad por el público. La puesta en marcha de esta red social se alinearán con la fase de apertura y promoción del itinerario, de manera que los contenidos reflejen fielmente el estado final de la actuación y contribuyan a su adecuada difusión.

Condiciones generales

La empresa adjudicataria antes de comenzar la prestación del servicio objeto del contrato deberá presentar y consensuar con la entidad contratante:

- Definición del perfil del/la seguidor/a ideal del Camino Natural del Irati, que permitirá que las publicaciones en redes sociales tengan un mayor alcance.
- Análisis del estado actual de las diferentes redes sociales de otras entidades del territorio, que por su relación, cercanía o similitud pudieran considerarse de interés para nutrir de contenidos o mejorar la capacidad informativa y promocional
- Definición del programa estratégico y de implantación para la gestión de la red social, incluyendo los objetivos a alcanzar y los indicadores clave que se utilizarán para el seguimiento y nivel de alcance de dichos objetivos. Dicha estrategia incluirá un cronograma y una orientación sobre las temáticas y contenidos a publicar basados en el interés detectado por la definición del seguidor ideal y del propio cliente.
- Entrega del informe del análisis realizado y la estrategia definida al Camino Natural del Irati
- Redacción básica de un manual de estilo para las comunicaciones a realizar en las diferentes redes sociales.
- Definición de los indicadores claves de rendimiento y diferentes métricas para el seguimiento de los resultados obtenidos.

Condiciones para la prestación del servicio

- Acordar e implementar la estrategia de la red social presentada al inicio del contrato y realizar su seguimiento. La estrategia de comunicación online se orientará a la captación de nuevos/as seguidores/as, y a incrementar la interacción y la comunicación directa con las personas usuarias de distintas redes sociales.
- Labores de Community Management. Gestión de la red social. Publicación diaria de contenidos informativos y dinamización de las redes sociales del territorio y municipios del Camino Natural del Irati
- Estudio de la idoneidad de creación cuentas o perfiles en otras redes sociales y creación de los mismos si procede con el visto bueno de Cederna Garalur.
- Creación de contenidos digitales. Edición y adaptación de todo el contenido multimedia proporcionado por Camino Natural del Irati para su difusión. Realización de JPG, gifs animados, infografías o adaptaciones de imágenes para las diferentes redes sociales. Realización de vídeos breves optimizados para redes sociales, realización de vídeos sobre eventos, diseño de banners.
- Realización de informes de análisis, medición de resultados y propuestas de mejora, respecto al funcionamiento de las redes sociales.
- Captación de personas usuarias: La captación de personas usuarias resultará un elemento clave para la difusión de los servicios prestados desde el Camino Natural del Irati por lo que la empresa adjudicataria tendrá que desarrollar propuestas de captación para Redes Sociales.

Hacerse cargo de los costes de licencia tanto de aplicaciones que puedan usar como de otros recursos que puedan utilizar en las publicaciones tales como imágenes de bancos de imágenes, vídeos, etc.

A continuación se detallan las tareas a ejecutar, con las frecuencias que se estiman necesarias, y a consensuar con el cliente:

- Diariamente:

El CN del Irati determinará las publicaciones que han de realizarse acorde a las necesidades de Cederna Garalur. Siempre que no exista propuesta expresa de la entidad contratante la empresa deberá tener planificadas publicaciones. En esos casos, la persona/s responsable/s nombrada por la empresa adjudicataria anticipará previamente a Cederna Garalur, las publicaciones previstas en las distintas Redes Sociales para su revisión, visto bueno y autorización.

Monitorización de Internet y Redes Sociales de entidades y organismos relacionados con el territorio y con influencia en el Camino Natural para emisión de notas de prensa, declaraciones institucionales, comunicaciones, eventos e informaciones vinculadas con el CN del Irati, o noticias que puedan afectar a su imagen. La/s persona/s responsable/s de la empresa adjudicataria, comunicará a Cederna Garalur la publicación de cualquier noticia de relevancia en plazo inferior a 24 horas (48 horas si sucede durante fin de semana).

Una publicación mínima diaria. Dentro de estos números se incluirán las menciones o post compartidos en redes sociales de ayuntamientos u otros agentes sociales y gestores del territorio.

- Mensualmente.

Informe sobre alcance e interacciones en Redes Sociales, noticias más relevantes, así como también valoraciones sobre el funcionamiento y desarrollo de la estrategia. Evaluación del impacto de la promoción en redes sociales. Análisis de la audiencia. Datos relativos a la evolución de los indicadores de rendimiento del mes. Conclusiones y demás datos fundamentales para conocer el estado de la red social.

Las empresas licitadoras deberán imputar un 10% de la oferta económica que presenten a este apartado, y la empresa adjudicataria deberá destinar la cuantía imputada al mismo en la ejecución del contrato

ENTREGABLES

-Manual de Identidad y Marca Turística. Documento manual en PDF y elementos gráficos en formatos PDF, JPG y vectorial

-Web. Propuesta de diseño (estructura, funcionalidades, software necesario, etc.) y de contenidos (narrativa, contenidos textuales, mapa digital). Documento de diseño técnico. Propuesta de Gestor de Contenidos (documento descripción del sistema).

- Guía digital interactiva (PDF interactivo / EPUB)

-Plan formativo. Propuesta de jornadas formativas y documentación asociada (guía de contenidos y material de apoyo).

-Fotografías y video. Banco de imágenes y videos.

-Campaña de marketing digital. Estrategia en redes (informe previo de diagnóstico), creación de contenidos y plan de publicaciones (Instagram). Reportes mensuales.

4. ADSCRIPCIÓN DE MEDIOS MATERIALES Y PERSONALES

Compromiso de adscripción de medios materiales

La empresa adjudicataria dispondrá de todos aquellos medios materiales y mecánicos necesarios para la correcta ejecución del contenido de los trabajos. En particular, la empresa adjudicataria deberá disponer de los equipos, programas informáticos y experiencia necesaria para la adecuada realización de los trabajos, compatibles con los sistemas y herramientas informáticas de Cederna Garalur.

Todos los recursos materiales y, en particular, equipos, material fungible y otros necesarios para la realización de los trabajos, deberán ser aportados por la empresa adjudicataria y deberán ser propiedad de aquella o, en su caso, poseer las correspondientes autorizaciones, licencias de uso o permisos necesarios. También será de su responsabilidad la elaboración de materiales y herramientas de comunicación (plataforma web, material impreso, etc.).

Corresponderá a la empresa adjudicataria proporcionar la infraestructura (mobiliario, hardware, software, etc.) que sea necesaria para la correcta ejecución del proyecto. De este modo, la adjudicataria deberá proporcionar el soporte técnico necesario a su equipo de medios personales en todas las materias (móvil, ordenador portátil, cámara fotográfica, software necesario para el desarrollo del proyecto, etc.), así como las comunicaciones de datos entre las dependencias desde las que el equipo designado realice el servicio.

La adjudicataria será responsable de toda reclamación que pueda presentarse por terceros sobre estos conceptos contra Cederna Garalur, habiendo de indemnizarle por todos los daños y perjuicios que para la misma puedan derivarse de la interposición de reclamaciones.

Compromiso de adscripción de medios personales

Las empresa licitadoras deberán facilitar en su oferta la relación de componentes del equipo de trabajo que ofrece, así como el personal clave que aporta, de modo que la estructura del equipo y el perfil profesional de sus componentes y su dedicación se adapten a las condiciones expuestas en este contrato y permita su correcta ejecución.

El equipo de trabajo deberá incluir personal cualificado para colaborar con la consecución de los objetivos del contrato y para el correcto desempeño de las tareas contratadas.

A los efectos, las empresas licitadoras deberán proponer la adscripción a la ejecución del contrato de los medios humanos que respondan a los siguientes perfiles profesionales y cualificaciones:

1. Director/a de Proyecto

Funciones:

- Responsable y coordinador/a general del proyecto. Supervisor/a de todas las fases y gestión y/o dirección de equipo. Encargado/a de intercomunicación con el cliente.
- Experiencia mínima de 5 años en gestión/dirección de proyectos de marketing turístico.

2. Diseñador/a Gráfico/a

Funciones:

- Responsable de creación de la identidad visual de la marca, aplicaciones gráficas online y offline y UX.
- Experiencia mínima de 3 años como diseñador/a gráfico/a con manejo de software de diseño (Adobe Illustrator, Photoshop, InDesign, WordPress etc.), diseño de marca institucional, cartelería, soportes digitales...

3. Técnico/a experto/a en competencias digitales

Funciones:

- Responsable de desarrollo y arquitectura web. Realización de análisis, diseños y programación del portal web. Gestión de contenidos y visor interactivo.
- Experiencia mínima de 3 años en desarrollos digitales (página web con navegación intuitiva, estructura jerárquica clara, acceso directo a mapa interactivo y diseño responsive., App, RA, etc.).

4. Técnico/a experto/a en elaboración y redacción de contenidos

Funciones:

- Responsable de generación de contenidos webs y campañas de promoción.
- Experiencia mínima de 3 años en elaboración de contenidos multimedia en el ámbito turístico digital para su divulgación y promoción.

5. Fotógrafo/a y creador/a digital

Funciones:

- Responsable de producción de contenido audiovisual, incluyendo fotografías y vídeos promocionales.
- Experiencia mínima de 3 años en fotografía y producción de vídeos de ámbito turístico y promocional (rutas turísticas, figuración con perspectiva de género, estilo natural y no artificial, vídeos cortos y largos).

6. Community manager

Funciones:

- Responsable de la creación de un plan de acción y estrategia para la promoción del Camino Natural e Instagram.
- Experiencia mínima de 3 años en promoción y gestión de cuentas de redes sociales con enfoque turístico.

En el caso de sustitución del personal propuesto por la empresa adjudicataria, para la ejecución del contrato, el personal propuesto como sustituto deberá cumplir y contar con al menos las cualificaciones, experiencia y perfil del personal propuesto en la licitación, en relación con las características y elementos que han sido objeto de valoración de la propuesta que ha resultado adjudicataria. En todo caso, la entidad contratante deberá validar y aceptar el personal que se propone como sustituto.

5.- PROPIEDAD INTELECTUAL, L.O.P.D Y CONFIDENCIALIDAD

La empresa adjudicataria y el personal asignado a la ejecución del contrato no podrán en ningún caso utilizar la información o documentación generada a la que tenga acceso para un fin distinto del indicado en el contrato, ni tampoco ceder a terceras personas ni tan siquiera a efectos de conservación. Los datos tratados serán propiedad exclusiva de Cederna Garalur.

Por otra parte, guardarán en todo momento secreto profesional sobre las informaciones y los documentos a los que tenga acceso o conocimiento durante la vigencia del presente contrato, quedando obligado a no enajenar o hacer pública la información que conozca en el marco de este.

Igualmente, la empresa adjudicataria deberá cumplir lo establecido en Ley 3/2018 de 5 de diciembre de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales.

Todos los documentos e informes en cualquiera de sus formatos elaborados por la empresa adjudicataria como consecuencia de la ejecución del presente contrato serán propiedad exclusiva de Cederna Garalur, que podrá utilizarlos, publicarlos y divulgarlos total o parcialmente sin necesidad de aprobación por parte del adjudicatario.

La propiedad intelectual de todos los entregables previstos, códigos fuente, elementos gráficos y de multimedia, documentación, etc. pasará a ser de Cederna Garalur. Aquellos elementos que tengan licencia de código abierto seguirán teniéndola.

6- CUMPLIMIENTO DEL PRINCIPIO DNSH Y ETIQUETADO VERDE Y DIGITAL

Durante la ejecución del contrato, la empresa adjudicataria y las posibles empresas subcontratistas garantizarán el respeto al principio de «no causar un perjuicio significativo» (DNSH), así como el cumplimiento del etiquetado verde y digital, exigidos por el REGLAMENTO (UE) 2021/241, por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia y el artículo 17 del Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de junio de 2020 relativo al establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles y por el que se modifica el Reglamento (UE) 2019/2088. En particular se cumplirá con la Comunicación de la Comisión Guía Técnica 2021/C 58/01, sobre la aplicación del principio de «no causar un perjuicio significativo».

Se podrán adoptar medidas correctoras por parte del órgano de contratación en cumplimiento de obligaciones asumidas en lo que respecta al etiquetado verde y digital y a la aplicación del principio de no causar un daño significativo con el alcance y límites que, en su caso, se indique.

7.- ENFOQUE DE GÉNERO

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 e identidades de género. Por otra parte, las memorias e informes presentados también contemplarán el enfoque de género en el tratamiento desagregado por sexo de los datos.

Las imágenes registradas y empleadas serán realistas y naturales, buscando la autenticidad. Las que incluyan figurantes o modelos contemplarán la perspectiva de género, diferentes perfiles de personas, así como una indumentaria adecuada al escenario planteado. Se evitarán los contextos que resulten artificiales.

8.- IDIOMA

Las traducciones de textos al euskera, castellano, francés e inglés deberán efectuarse mediante un servicio de traducción profesional, buscando la idoneidad y naturalidad en los diferentes idiomas

9.- OBLIGACIONES DE COMUNICACIÓN

La empresa adjudicataria y posibles sub-contratistas estarán obligadas a cumplir con las obligaciones de información y publicidad establecidas en el artículo 9 “Comunicación” de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre, por la que se configura el sistema de gestión del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Concretamente, estarán obligados a cumplir las siguientes obligaciones:

a) En los documentos de trabajo, así como en los informes y en cualquier tipo de soporte que se utilice en las actuaciones necesarias para el objeto del contrato, deberá exhibirse de forma correcta y destacada el emblema de la UE con una declaración de financiación adecuada que diga “financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU”, junto al logo del PRTR y contener tanto en su encabezamiento como en su cuerpo de desarrollo la siguiente referencia «Plan de

Recuperación, Transformación y Resiliencia- Financiado por la Unión Europea-Next Generation EU», Gobierno de Navarra, Asociación Cederna Garalur

b) En las medidas de información y comunicación, sea cual fuere el canal de comunicación que se emplee, se deberá a hacer referencia a que la inversión está financiada por la Unión Europea a través del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia-Next Generation EU.

c) Las campañas audiovisuales relacionadas con el PRTR deberán mostrar, al menos, los logos del “Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia” y “Financiado por la Unión Europea Next Generation EU”, según lo establecido en el artículo 9 de la Orden HFP/1030/2021, de 29 de septiembre y el Manual de Identidad Visual. En el locutado, se deberá incluir el siguiente mensaje:

“Campaña financiada por la Unión Europea Next Generation EU – Plan de Recuperación- Ministerio competente- Gobierno de España” o una opción más corta eliminando de la locución el nombre del ministerio correspondiente.

d) Las cuñas radiofónicas deberán contener el mensaje de la administración que gestiona la campaña acompañada de la siguiente frase “Campaña financiada por la Unión Europea Next Generation-Plan de Recuperación- Ministerio competente- Gobierno de España”.

e) El órgano de contratación proporcionará durante la ejecución del contrato las indicaciones acerca del contenido preciso en cada medio y/o formato.

Ansoain/ Antsoain, a fecha de firma electrónica.

Ibon Mimentza de Irala

Dirección-Gerencia de la Asociación Cederna Garalur