

PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE ACTUACIONES PARA LA GESTIÓN, DINAMIZACIÓN Y COMUNICACIÓN DIGITAL DEL TURISMO ACTIVO EN NAVARRA MEDIA, EN EL MARCO DEL PROYECTO PSTD PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN, RESILIENCIA FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA-NEXT GENERATION EU.

ÍNDICE

Contenido

1.- INTRODUCCIÓN	3
2.- OBJETO DEL CONTRATO	3
3. DESCRIPCIÓN.....	4
3.1. DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS A REALIZAR	4
3.2. ENTREGABLES	10
4. – COORDINACIÓN Y GESTIÓN.....	11
5. – DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA	11
6. – OBLIGACIONES DE COMUNICACIÓN	12
7. – TRATAMIENTO DE TEXTOS, TRADUCCIONES, IMÁGENES y LOCUCIONES.....	12
8.- INFORMACIÓN Y CONSULTAS	13

1.- INTRODUCCIÓN

El Consorcio de Desarrollo de la Zona Media (CDZM), en su compromiso con el desarrollo sostenible de la comarca, trabaja activamente para impulsar la dinamización económica, social y cultural de la misma. En la actualidad, agrupa a 37 municipios de la Zona Media de Navarra, representando un territorio diverso, que cuenta con redes de rutas dirigidas al desarrollo de turismo activo, que facilitan disfrutar del rico paisaje y los numerosos recursos patrimoniales de reconocida singularidad y valor que forman parte de la dinámica turística del territorio.

En el ámbito turístico, el CDZM lidera iniciativas estratégicas como el **Plan de Sostenibilidad Turística en Destino (PSTD) de la Zona Media**, concebido para transformar el modelo turístico de la comarca hacia criterios de sostenibilidad, innovación y competitividad, en el que se enmarca la presente contratación. Este plan se desarrolla en el contexto del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) y está financiado por la Unión Europea a través de los fondos Next Generation EU, cuya finalidad es fomentar la recuperación económica, el desarrollo sostenible y la cohesión territorial tras la pandemia de la COVID-19.

En este contexto, las actuaciones del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino (PSTD) de la Zona Media, se encuadra

- En el eje 3, transición digital, en la actuación 9.2 Implantación del plan de marketing digital, con la filosofía del PRTR, para mejorar la experiencia de visita al destino,
- En el eje 4 Competitividad, en la actuación 11.3 Programación de eventos y actividades culturales, con la filosofía del PRTR, para mejorar la experiencia de visita al destino.

La actuación 9.2. Implantación del plan de marketing correspondiente al eje 3 transición digital, se enmarca en la etiqueta digital N° 011 (Soluciones TIC para la Administración, servicios electrónicos, aplicaciones) incluida en el Anexo VII del Reglamento de Recuperación y Resiliencia, contribuyendo con un 100% a los objetivos digitales.

2.- OBJETO DEL CONTRATO

El presente pliego tiene como objetivo establecer las especificaciones y condiciones técnicas que han de regir la contratación de actuaciones para la gestión, dinamización y comunicación digital del turismo activo en Navarra Media.

El **Consorcio de la Zona Media de Navarra** busca con esta actuación fomentar la **diferenciación y especialización del territorio** en el ámbito del **turismo activo**.

En el marco del PSTD de la Zona Media de Navarra se han desarrollado los siguientes tres proyectos relacionados con el turismo activo en Navarra Media:

- por un lado, se ha creado una infraestructura para la movilidad peatonal y ciclable en la Zona Media de Navarra, que se ha materializado en 57 ramales de caminos.
- por otro lado, se está trabajando en la creación de la plataforma digital de la gestión del turismo en el destino
- y además se está desarrollando una estrategia interpretativa de los paisajes enogastronómicos del territorio, que se va a materializar en la implantación de tres miradores y dos senderos en el territorio.

Con la presente actuación, se pretende elaborar un plan de gestión, diseñar y ejecutar una actuación de dinamización y materiales de comunicación y difusión digital, relacionado con los proyectos mencionados.

Los objetivos específicos que se pretenden alcanzar mediante la puesta en marcha de este proyecto son:

- **Fomentar el desarrollo turístico sostenible**, utilizando la singularidad del patrimonio de la comarca como motor del turismo, asegurando la preservación de los valores naturales, culturales y la identidad local.
- **Impulsar la promoción, reconocimiento y posicionamiento** de Navarra Media como un destino destacado en el ámbito del turismo activo.
- **Enriquecer la experiencia** de quienes nos visitan ofreciendo una visión atractiva e interactiva del patrimonio natural y cultural.
- **Optimizar la gestión de flujos** turísticos, asegurando una movilidad eficiente y equilibrada de los y las turistas en toda la comarca.
- **Incrementar el número de personas visitantes y prolongar su estancia**, generando así un impacto positivo en la economía local y en la creación de empleo.
- **Preservar el legado patrimonial** de la zona, contribuyendo al conocimiento, respeto y preservación de los recursos que alberga.

3. DESCRIPCIÓN

Por lo tanto, esta contratación comprenderá los trabajos para dotar de una gestión adecuada del producto turístico activo al destino, crear materiales de difusión y comunicación digital, así como una dinamización del recurso mediante la organización de una quedada gravel.

Se trata de generar herramientas para poner en valor el patrimonio local del destino Navarra Media-Nafar Erdialdea. Facilitar el acceso a la información, estimular la visita y promover la difusión del patrimonio natural a través de diversos canales y formatos.

3.1. DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS A REALIZAR

Contemplará como mínimo las siguientes acciones divididas en diferentes actuaciones:

1. Plan de gestión del producto turístico activo Navarra Media

Se obtendrá como resultado una herramienta de gestión socializada en el territorio.

1.1.- Análisis del mapeo de los agentes territoriales vinculados a este producto con el fin de complementar el mapeo existente, actualizar los datos de contacto, y servir de base para el diseño de las acciones de participación en la elaboración del Plan de Gestión.

Este mapeo incluye a las entidades locales, el sector hostelero y de restauración, actividad turística y deportiva (con especial atención en los servicios a la actividad ciclista). Los agentes están identificados en las páginas webs de las redes apie.navarramedia.es y btt.navarramedia.es y en el proyecto de [Obras para la creación de una infraestructura para la movilidad peatonal y ciclable en la Zona Media de Navarra](#).

1.2.-Diseño del plan de trabajo junto con los agentes territoriales (de forma participada). Al menos constará de 2 sesiones presenciales y se deberán trabajar tres fases:

- 1.- Presentación de la iniciativa, y el borrador inicial de plan de trabajo. Incluirá dinámicas de contraste y mejora del plan propuesto, en mesas sectoriales (entidades locales, sector turístico y servicios complementarios).
- 2.- Devolución y contraste del plan de trabajo.
- 3.- Presentación pública y adhesiones al plan.

El Plan de gestión definirá, cuantificará y, estructurará las actividades necesarias para el cumplimiento de los objetivos de este contrato en las siguientes líneas de acción:

- Sensibilización y formación (p. ejemplo jornada de sensibilización, formación para el desarrollo turísticos del sector)
- Atención a las personas usuarias del espacio (centro de acogida y red de atención)
- Promoción y comercialización (gestión redes sociales, actualización web, acciones de promoción, diseño y desarrollo de experiencias, acciones para el desarrollo de la estructura comercial...).
- Seguimiento y mantenimiento de los espacios (mejoras y actualizaciones).
- Gobernanza (sistema de decisión y financiación).

1.3.-Piloto de gestión para el funcionamiento de centro/s de acogida al turismo activo Navarra Media: Facilitar que exista en Navarra Media al menos un centro de acogida mediante acuerdo con infraestructura existente y referente para el ciclismo/turismo en el territorio. El piloto de gestión debe facilitar que las personas usuarias de las diferentes redes de rutas cuenten con un servicio de información, duchas, herramientas para la reparación básica de bicicletas, restauración... Debe incluir el abono de los honorarios que sean necesarios para implementar este nuevo servicio en la/s infraestructura/s que se elijan durante al menos una anualidad. También se dotará a la o las infraestructuras de centro de acogida de elementos

físicos que identifiquen el o los puntos como centros de acogida (cartelería, roll-ups, vinilos, QRs...), con desarrollo en castellano, euskera, inglés y francés.

Incluirá una campaña de publicidad pagada en RRSS y/o medios digitales dirigida al público usuario objetivo que impulse el lanzamiento y puesta en marcha del recurso y/o potencie su uso en las épocas de mayor afluencia de cicloturistas y senderistas.

La empresa adjudicataria será la encargada de la gestión y financiación de los gastos directos o indirectos de la ejecución del Plan de gestión.

2. Materiales de difusión y comunicación digital.

2.1.- Materiales de comunicación profesionales.

Se contará con la realización, edición y entrega de los materiales que a continuación se detallan.

La empresa adjudicataria estará a cargo de la gestión de localizaciones y permisos, la cesión de derechos de imagen de las personas que aparezcan en el material, así como de los costes asociados a las diferentes fases de producción del banco multimedia, incluida la contratación de figurantes. También de la tramitación de los permisos de vuelo que sean necesarios para el vuelo de drones.

Las fotografías se entregarán en formato RAW, TIFF y en tres resoluciones JPG (alta UHD, media y baja), de calidad técnica profesional, editadas en formato horizontal, vertical y cuadrado.

El material de vídeo a producir consistirá en la grabación, producción y edición de diferentes piezas adaptadas a diversos canales y soportes (web, redes sociales, grandes pantallas, etc.), que incluyan imagen, sonido (locución y/o música) y subtítulos en los diferentes idiomas, si fuera necesario.

Las características técnicas cumplirán, como mínimo: formato MPEG-2 o MPEG-4, velocidad de fotogramas 25 FPS, resolución 1920 x 1080 con una relación de aspecto mínima de 16:9, tasa de bits de 80 Mbps.

2.1.a.-Conceptualización, guionización, producción y postproducción de **vídeos profesionales** en Navarra Media de las siguientes temáticas:

- Distintas modalidades de ciclismo que se pueden realizar (gravel, btt, bikepacking...)
- Modalidad de ciclismo gravel
- Ciclismo y mujeres
- Senderismo
- Birding
- Miradores interpretativos
- Senderos interpretativos
- Movilidad en bici y andando

En los vídeos se recogerá actividad enmarcada en cada temática con figuración a cargo de la empresa licitadora. En los vídeos se mostrará a la figuración apoyando la actividad en los recursos de la zona (alojamientos, restauración, piscinas, camping, velódromo, patrimonio con bici...).

Siendo los mínimos a desarrollar de cada temática:

- 1 vídeo general de cada temática de 1:30 minutos de duración.
- 2 vídeos de 40 segundos de diferentes elementos a destacar dentro de la temática.
- 4 píldoras adaptadas para diferentes soportes digitales.

2.1.b.- Banco de imágenes profesionales que incluya al menos:

- 10 fotos de actividad de gravel con figuración femenina y masculina, de las cuales al menos 2 recojan también recursos patrimoniales culturales de la zona.
- 3 fotos de rutas en ciclismo en carretera con figuración masculina y femenina
- 5 fotos de cicloturismo con fotos de público familiar, con vestimenta de calle, que relacionen con un uso de paseo, movilidad, y llegar a un recurso patrimonial.
- 5 fotos de práctica de BTT realizada por mujeres.
- 2 fotos de práctica de bikepacking ciclismo con alforjas con figuración femenina y masculina.
- 2 fotos rodando en el velódromo con figuración femenina y masculina.
- 8 fotos de personas con bicis empleando distintos recursos del territorio (campings, otros tipos de alojamiento, restauración, aparcabicis, piscinas...).
- 5 fotos de ciclismo y bodegas con figuración para cada una de las modalidades de cicloturismo (gravel, btt, movilidad-familiar).
- 15 fotos de senderos a pie en la Red apie.navarramedia.es con figuración masculina, femenina y grupos familiares.
- 57 Fotografías para ilustrar los 57 ramales de la red uniendo-pueblos, al menos una fotografía por ramal
- 16 fotos, 4 de cada uno de los 4 miradores interpretativos de Navarra Media (Añorbe, Larraga, Pueyo/Puiu y Ujué/Uxue). Al menos una de las fotografías será panorámica del paisaje desde el mirador.
- 6 fotografías, 3 de cada uno de los 2 senderos interpretativos de Navarra Media (Añorbe y Olite/Erriberri).
- 8 fotografías de personas disfrutando de las nuevas infraestructuras de observación de aves tanto en la Laguna de Pitillas, como en Laguna Dos Reinos.

2.1.c.- Cobertura audiovisual profesional de la quedada gravel (3.1) que se desarrollará durante el fin de semana del 28 y 29 de marzo de 2026. De la cual se obtendrá al menos los siguientes materiales de fotografía y vídeo con el siguiente esquema temporal:

-Previo al evento (mínimo 2 meses antes de la quedada):

- 1 vídeo avance de unos 40-60" de duración en formato 9:16 y 16:9 con el objetivo de mostrar parte del entorno y el recorrido, animando a la participación en el evento.
- 3 fotografías para ilustrar cartelería y RRSS.

-Material de consumo inmediato (durante el evento y en menos de 24 h tras el evento):

- 3 vídeos verticales de 15-30 segundos
- 30 mejores fotografías del evento para prensa y publicaciones inmediatas en RRSS.

- Material post-quedada (3 días después):

- 1 vídeo tipo mejores momentos (highlight) de unos 40-60" de duración en formato 9:16 y 16:9.
- 1 vídeo del evento (aftermovie oficial) de unos 3-5 min de duración, con narrativa completa, discurso de marca, entorno, música, subtítulos en distintos idiomas...
- Brutos, material completo sin editar para permitir empleos futuros.

2.1.d.-Redacción de 57 **textos divulgativos** para realizar fichas de información web de los ramales de la red uniando-pueblos en castellano, euskera e inglés. Esta información recogerá además sus datos técnicos (distancia, desnivel, tiempo estimado andando y en bicicleta, punto de inicio, dificultad, y sistema de señalización), imagen de plano, perfil y track (GPX, KMZ, enlace en Wikiloc) y ficha descargable en PDF para su inclusión en ficha de acceso web. De forma similar a los productos recogidos en los productos btt.navarramedia.es y apie.navarramedia.es, pero con la información de la infraestructura [para la movilidad peatonal y ciclable en la Zona Media de Navarra](#). Se proporcionan los archivos GPX de estos recorridos.

2.2.- Digitalización de nuevos recursos de la red Rutas Navarra Media. Trabajos de digitalización que obtendrán los materiales necesarios para generar fichas técnicas de nuevas rutas para su difusión online de una ruta gravel que conecte Eurovelo 3 con las localidades Puente la Reina/Gares - Mendigorria - Artajona - Tafalla - Olite/Erriberri - Ujué/Uxue - San Martín de Unx - Olleta - Orísoain - Iratxeta - Katalain - Eristain - San Pedro de Etxano.

La elaboración de este material debe llegar al detalle requerido en el punto 2.1.d.

3. Dinamización producto turismo activo Navarra Media

3.1.- Realización de una quedada gravel durante el fin semana del 28 y 29 de marzo de 2026, para un grupo de mínimo de 40 personas, que acogerá una participación femenina mínima del 40%.

Los trabajos de organización incluirán a cargo de la empresa adjudicataria:

- diseño de la ruta a realizar en Navarra Media durante la quedada,
- solicitud y adquisición de permisos necesarios,
- difusión, captación e inscripción de participantes,
- seguros de responsabilidad civil,
- gestión comunicación previo, durante y posterior al evento, incluyendo gestión de crisis en caso de imprevistos que afecten al desarrollo (con plan de comunicación con hitos y objetivos a cubrir).
- preparación y reparto de un mínimo de 40 kits de avituallamiento
- diseño, producción y reparto de un mínimo de 50 kits de acogida a las personas participantes que incluyan elementos de PTO específicos del destino,
- coordinación y gestión de la comida de participantes en restaurante perteneciente a la Red de Rutas Zona Media,
- actividad paralela con bodega de Zona Media perteneciente a Ruta del Vino de Navarra,
- seguimiento audiovisual de todas las actividades, producción de materiales para difusión en RRSS (desarrollado en el punto 2.1.c),
- campaña de captación en redes sociales y en medios locales y/o regionales para amplificar el impacto y difusión de la quedada.

La empresa adjudicataria asumirá todos los costes derivados de la organización y ejecución material del evento. La empresa adjudicataria podrá marcar un precio por participante. Este precio no resultará barrera de acceso para la consecución del objetivo de participación del mínimo de 40 personas. Habrá de encargarse de la gestión de la inscripción y plataforma de pago de modo que ambos procesos resulten sencillos y no genere confusión sobre el tipo de servicio que se está contratando para quienes se inscriban. Correrán a cargo de la adjudicataria todos los gastos relativos al sistema de gestión para la venta y reserva de las actividades, y transporte de las mismas, en el caso de que sea necesario. La adjudicataria será la única perceptora de los beneficios que genere la venta.

4. Evaluación y seguimiento del Plan:

Elaboración de **informe de resultados** de las acciones desarrolladas durante la ejecución de las actividades recogidas en el contrato que recoja propuesta de **ajustes y mejoras** para tener en cuenta en el futuro desarrollo del Plan en función de los resultados obtenidos.

3.2. ENTREGABLES

Los entregables mínimos del presente contrato se recogen a continuación:

FASE 1

Entregable 1

- **Protocolo de funcionamiento** de los trabajos que incluya:
 - secuencia de actuaciones definidas y calendarizadas (**cronograma de entregas**).
 - **matriz de responsabilidades** identificando a cada una de las personas que componen el equipo del proyecto en las entidades adjudicataria y contratista.
 - **sistema de comunicación** que pautе la interlocución con la entidad, seguimiento y verificación.
 - área de colaboración digital o **entorno común de datos** (CDE) funcional con el correspondiente alta en el sistema de quienes forman parte de los equipos vinculados al proyecto y protocolo de uso.

FASE 2

Entregable 2. **Materiales de difusión y comunicación digital**

- Banco multimedia de recursos audiovisuales en los formatos y calidades especificados (excepto quedada).
- Entrega de todas las creatividades en alta calidad y sus adaptaciones a formato web y formato RRSS (excepto quedada)
- Brutos (excepto quedada).
- Documento referenciado con los textos divulgativos.
- Materiales digitalizados nuevas rutas (excepto quedada).

Entregable 3. **Dinamización producto turismo activo**

- Banco multimedia de recursos audiovisuales en los formatos y calidades especificados (quedada).
- Entrega de todas las creatividades en alta calidad y sus adaptaciones a formato web y formato RRSS (quedada).
- Brutos (quedada).
- Informe actividades realizadas, impactos comunicativos, resultados y memoria explicativa (quedada).

Entregable 4. **Plan de gestión del producto turístico activo Navarra Media**

- Mapeo de agentes territoriales.
- Plan de trabajo.
- Plan de gestión del turismo activo en Navarra Media socializado en territorio.
- Informe detallado y presupuestado del modelo de gestión del piloto de centro/s de acogida al turismo activo Navarra Media (plan de gestión).

4. – COORDINACIÓN Y GESTIÓN.

Para facilitar la coordinación y gestión del proyecto, la empresa contratista proporcionará junto con su plan de trabajo un **sistema de comunicación ágil, trazable y efectivo** entre los equipos de la empresa y el personal técnico del Consorcio.

Se establecerá un **área de colaboración digital o entorno común de datos** (CDE) donde se almacenará la información de forma segura y actualizada (a cargo de la empresa adjudicataria). También se establecerá una **matriz de responsabilidad** y tabla cronograma de **producciones y entregables calendarizados**, con el objeto de facilitar el seguimiento de los trabajos, su revisión, aceptación y/o corrección. Debe quedar claro cómo será el flujo de entrega de materiales (borradores para validación, entregables) y cómo se notificará al Consorcio cada puesta a disposición.

Desde el Consorcio se entregará un **modelo de cuadro de mando** para el seguimiento, en formato tabla de acceso online que permita edición colaborativa (empresa adjudicataria y Consorcio). Será responsabilidad de la empresa adjudicataria mantener este cuadro de mando actualizado según el estado de ejecución, revisión y validación de los trabajos. Desde este cuadro de mando se deberá tener acceso mediante enlace directo a cada una de las producciones u entregables objeto de revisión y/o aceptación por parte del Consorcio.

La empresa adjudicataria podrá proponer ajustes, sustituciones o mejoras en las actividades originalmente previstas, con el objetivo de optimizar su impacto y ejecución. Estas modificaciones deberán ser debidamente justificadas y contar con la aprobación del Consorcio. En ningún caso podrán alterar la esencia de los objetivos del proyecto ni comprometer su calidad.

Los diferentes elementos del proyecto se trabajarán coordinadamente con el equipo del Consorcio, entidad encargada de dar el visto bueno a los mismos, garantizando la viabilidad operativa y la coherencia con la estrategia del destino.

Por otra parte, los trabajos contratados, serán propiedad del CDZM y, por tal razón, podrán solicitar en cualquier momento las entregas de los documentos o materiales que la integren, con todos sus antecedentes, datos o procedimientos en cualquier tipo de formato editable.

En consecuencia, los trabajos que sean objeto de propiedad intelectual se entenderán expresamente cedidos por la adjudicataria al CDZM para uso en el marco del proyecto. Si para la realización del objeto del contrato se precisan derechos de propiedad intelectual, la adjudicataria deberá aportar con su oferta la correspondiente cesión de su titular para los efectos del cumplimiento del contrato, teniendo en cuenta la anterior previsión.

5. – DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA

Las actuaciones estarán alineadas con el Plan estratégico de Turismo de Navarra 2018-25. Así como con la estrategia definida en el PSTD de la Zona Media de Navarra.

Además, deberán guardar coherencia con la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos del Ministerio de Turismo, Comercio y Consumo, así como con la línea que defina la Dirección de Turismo de Navarra en este sentido.

El CDZM pondrá a disposición de la adjudicataria el contenido de la documentación necesaria y de interés para el desarrollo de los trabajos, como el Plan de Sostenibilidad Turística de Zona Media, estrategia de turismo de Gobierno de Navarra, normativa de comunicación relativa a los Fondos Next Generation UE, ficha DNSH de la acción para el cumplimiento de estos objetivos relativos al proyecto y documentación de apoyo sobre el patrimonio de la Zona Media que servirá de referencia en la elaboración de los distintos materiales y producciones relacionadas con el presente contrato.

6. -OBLIGACIONES DE COMUNICACIÓN

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

- Cumplimiento de las disposiciones del artículo 9 de la Orden HFP/1030/2021 de 29 de septiembre sobre comunicación en la gestión del PRTR. Se seguirá el “Manual de marca del PRTR” en su última versión disponible, que puede consultarse en planderecuperacion.gob.es o en el apartado relativo al PSTD de la web navarramedia.es.
- Se tendrán 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.
- Inclusión del emblema de la Unión Europea con el texto «Financiado por la Unión Europea-Next Generation EU», 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 y Consorcio de Zona Media.
- Los materiales generados deberán reflejar correctamente la financiación del proyecto, siguiendo las indicaciones marcadas por el Consorcio.
- La empresa adjudicataria tendrá en cuenta la narrativa y la identidad visual de marca turística Navarra Media - Nafar Erdialdea a la hora de realizar sus propuestas comunicativas, respetando y alineándose con el storytelling de la marca y su Manual de Identidad Corporativa.

7. -TRATAMIENTO DE TEXTOS, TRADUCCIONES, IMÁGENES y LOCUCIONES

Se tendrá en cuenta:

- 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. El Área de Igualdad de la entidad será la referencia para poder facilitar materiales e indicaciones a la empresa, así como aclarar dudas.

- Las **traducciones** de textos y locuciones se realizarán al euskera e inglés. Deberán efectuarse mediante un servicio de traducción profesional, buscando la idoneidad y naturalidad en los diferentes idiomas e irán a cargo de la empresa adjudicataria.
- Cuando sea necesaria la realización de **locuciones**, la adjudicataria deberá presentar con carácter previo a la realización de las mismas un casting de las voces que realizarán las mismas en los distintos idiomas para su elección por parte del CDZM, teniendo en cuenta la perspectiva de género. Las grabaciones que se realicen se entregarán con todos los derechos de uso de las mismas para los fines requeridos con una duración indefinida.
- El uso de **música** en las diferentes producciones podrá ser de nueva creación o procedentes de librerías. Se entregará justificación de los derechos de uso de estas músicas para los fines propuestos que tendrán un carácter indefinido en el tiempo.
- Las **imágenes** 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. La empresa adjudicataria estará a cargo de la cesión de derechos de imagen de las personas que aparezcan en los materiales audiovisuales producidos.
- De todo tipo de **imagen o soporte multimedia** se entregarán los materiales brutos de las diferentes producciones con los derechos de uso de los mismos, incluidos su utilización en nuevas producciones o remontaje de las existentes que se pudieran hacer en el futuro para los fines expuestos.
- **Alineación de todos los materiales** con el universo visual y narrativo de la marca turística Navarra Media – Nafar Erdialdea y su manual de identidad corporativa.

8.- 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.