PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS PUBLICIDAD ONLINE PARA LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EN MATERIA DE CORRESPONSABILIDAD Y PARENTALIDAD POSITIVA PARA LA LÍNEA IAVANTE DE LA FUNDACIÓN PÚBLICA ANDALUZA PROGRESO Y SALUD M.P. POR PROCEDIMIENTO ABIERTO NO SUJETO A REGULACIÓN ARMONIZADA

EXPEDIENTE 1063_2024

FUNDACIÓN PÚBLICA ANDALUZA PROGRESO Y SALUD MP

SEVILLA, AGOSTO DE 2024

Es copia autÃ©ntica de documento electrÃ³nico

FIRMADO POR	GONZALO BALBONTIN CASILLAS	12/08/2024 13:16:37	PÁGINA 1/11
VERIFICACIÓN	UUM32968KJG7G75HPTNSXSV6C8CQHA	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

ÍNDICE

1. JUSTIFICACIÓN DE LA LICITACIÓN. 3
2. OBJETO DEL CONTRATO. 3
3. CONDICIONES GENERALES DEL SERVICIO A CONTRATAR. 3
3.1. ALCANCE DEL SERVICIO. 3
3.2. OBJETIVOS GENERALES DEL SERVICIO 4
3.3. MODALIDAD DE SERVICIO Y FUNCIONES PRINCIPALES. 4
3.3.1. Propuesta estratégica de campaña publicitaria y planificación de medios y espacios publicitarios en redes sociales y medios de comunicación online. 4
3.3.2. Propuesta de diseño visual, contenidos y soportes de la campaña: incluye mensajes a comunicar, definición de soportes y propuesta gráfica. 6
3.3.3. Ejecución la campaña y seguimiento de las acciones de comunicación a través de informes de activación y de resultados en los que se analicen los resultados, así como la audiencia y cobertura alcanzada de acuerdo a los indicadores de seguimiento consensuados con la FPS. 7
4. LUGAR DE TRABAJO Y HORARIO DEL SERVICIO. 8
5. GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO. 9

Es copia autÃ©ntica de documento electrÃ³nico

FIRMADO POR	GONZALO BALBONTIN CASILLAS	12/08/2024 13:16:37	PÁGINA 2/11
VERIFICACIÓN	UUM32968KJG7G75HPTNSXSV6C8CQHA	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

1. JUSTIFICACIÓN DE LA LICITACIÓN.

La Fundación Pública Andaluza Progreso y Salud M.P. (en adelante FPS) a través de la Línea IAVANTE, precisa contratar un servicio consistente en una campaña de publicidad online para sensibilizar al ciudadano o residente en Andalucía de género masculino entre 18 y 50 años sobre los valores y comportamientos de igualdad en los cuidados de las personas menores por parte de sus responsables. Este servicio está solicitado por la Dirección General de Salud Pública y Ordenación Farmacéutica de la Consejería de Salud y Consumo de la Junta de Andalucía.

La Línea IAVANTE de la FPS, ante la falta de recursos de perfil técnico en su plantilla y la necesidad de asesoramiento e implementación, esencial para la ejecución de la campaña publicitaria online, requiere de la contratación de una agencia de comunicación que provea este servicio y aporte su conocimiento y su experiencia en este ámbito.

En este pliego se describen las condiciones mínimas técnicas que deberán cumplir los servicios objeto de la presente contratación. Las especificaciones tienen un carácter abierto y expositivo en la definición de las necesidades a las que los servicios a contratar deben responder a la mejor opción, incluyendo las soluciones más adecuadas a las necesidades expresadas.

Las condiciones descritas en este pliego de prescripciones técnicas constituyen, pues, el marco que se considera más adecuado para la obtención del objeto del presente contrato. El presente documento está orientado a describir los objetivos a cubrir y los requisitos técnicos generales y específicos necesarios para la realización de los trabajos. Asimismo, pretende enmarcar los aspectos organizativos y las distintas etapas de desarrollo de los trabajos, con el fin de asegurar la calidad y el control de los mismos y su facturación.

2. OBJETO DEL CONTRATO.

Planteamiento estratégico, diseño, planificación, producción de soportes, contratación, lanzamiento y seguimiento de anuncios publicitarios en redes sociales y medios de comunicación online, teniendo en cuenta el público objetivo al que va dirigida la publicidad (ciudadanos o residentes en Andalucía de género masculino entre 18 y 50 años).

3. CONDICIONES GENERALES DEL SERVICIO A CONTRATAR.

3.1. ALCANCE DEL SERVICIO.

La presente contratación tiene por objeto el planteamiento estratégico, diseño, planificación, producción de soportes, lanzamiento y seguimiento de anuncios publicitarios en redes sociales y medios de comunicación online, teniendo en cuenta el público objetivo al que irán dirigidas las acciones publicitarias.

Para ello será necesario que la empresa se responsabilice de crear los soportes necesarios, de acuerdo a las indicaciones de los responsables del proyecto de FPS, respetando la normativa del Manual de

Es copia autÃ©ntica de documento electrÃ³nico

FIRMADO POR	GONZALO BALBONTIN CASILLAS	12/08/2024 13:16:37	PÁGINA 3/11
VERIFICACIÓN	UUM32968KJG7G75HPTNSXSV6C8CQHA	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía vigente y del Plan Corresponsables impulsado por la Secretaría de Estado de Igualdad y contra la Violencia de Género del Ministerio de Igualdad.

El alcance de los servicios contemplados incluye, además de lo descrito anteriormente, la edición, diseño, grabación, ilustración, fotografía, multimedia y audiovisuales como pueden ser: piezas de audio, video, infografías, animaciones, fotografías, banners, ilustraciones y locuciones, además de los textos que acompañen estas piezas, teniendo en cuenta criterios de accesibilidad en su producción, así como la adecuación de cada contenido al formato más conveniente según el público objetivo de cada una de las acciones publicitarias.

Las acciones de publicidad se desarrollarán en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

3.2. OBJETIVOS GENERALES DEL SERVICIO

El servicio a contratar deberá responder a las necesidades de difusión para sensibilizar a los ciudadanos andaluces en la corresponsabilidad de los cuidados en la crianza de personas menores, según el público objetivo mencionado. Para ello la empresa adjudicataria deberá:

- Diseñar la estrategia de comunicación publicitaria online.
- Realizar un plan de medios, calendarización de apariciones publicitarias y su presupuesto asociado.
- Diseñar el modelo de seguimiento de las acciones de comunicación publicitarias online.
- Diseñar y producir los soportes publicitarios a difundir.
- Ejecutar las campañas publicitarias.
- Informar de los resultados obtenidos (datos desagregados por género, edad y ubicación geográfica como mínimo).

La calidad del servicio se basa principalmente en varios factores clave:

- Conocimiento, capacidad y solvencia en inversiones publicitarias online y concretamente en el mercado andaluz.
- Nivel de adaptación de los mensajes y medios al público objetivo definido.
- Resultados objetivos demostrables de la campaña.
- Servicio de soporte eficaz que incluya un seguimiento de audiencias y coberturas continuo con capacidad de poner en marcha acciones correctoras en el caso de no alcanzar los objetivos prefijados con la FPS.

3.3. MODALIDAD DE SERVICIO Y FUNCIONES PRINCIPALES.

Para alcanzar la máxima eficacia, la empresa adjudicataria deberá atenerse a criterios técnicos en lo relativo a la planificación de medios y soportes de comunicación, de acuerdo con los objetivos y grupos de población destinatarios de la acción, el carácter territorial y el alcance de cada medio publicitario.

3.3.1. Propuesta estratégica de campaña publicitaria y planificación de medios y espacios publicitarios en redes sociales y medios de comunicación online.

Es copia autÃ©ntica de documento electrÃ³nico

FIRMADO POR	GONZALO BALBONTIN CASILLAS	12/08/2024 13:16:37	PÁGINA 4/11
VERIFICACIÓN	UUM32968KJG7G75HPTNSXSV6C8CQHA	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

- Diseño de la estrategia publicitaria específica para cada cribado y plan de acción de acuerdo a las líneas de comunicación marcadas y estrategia general del proyecto marcada por la FPS.
- Asignación de recursos humanos y materiales para la coordinación y producción de soportes publicitarios. La empresa adjudicataria deberá adscribir al contrato a un profesional de referencia (el Coordinador de Cuentas de acuerdo al equipo establecido en el punto 11.2 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares) que estará en permanente contacto con el equipo designado por parte de FPS, para garantizar el correcto desarrollo de las acciones de comunicación.
- Propuesta de calendario de las acciones, propuesta de planificación de medios y presupuesto desglosado por medio/rrss.

La empresa adjudicataria deberá presentar la siguiente documentación de actividades que se enmarcarán en el apartado 1 correspondiente a GESTIÓN DE LA CAMPAÑA Y ELABORACIÓN DE SOPORTES PUBLICITARIOS:

A. PROPUESTA ESTRATÉGICA Y PLAN DE ACCIÓN:

Esta propuesta, detallada por medio /rrss deberá adecuarse al perfil del público objetivo, al soporte publicitario, al presupuesto estimado, así como explicitar las acciones que se llevarán a cabo para conseguir una cobertura adecuada y sensibilizar a los hombres andaluces de la corresponsabilidad. En la propuesta estratégica deberá detallarse como mínimo la estrategia de contenidos y de medios/rrss y los mensajes y creatividad. En el plan de acción, se deberán temporalizar las distintas actuaciones propuestas por medio/rrss a utilizar en la campaña de acuerdo a los objetivos y target.

B. PLAN DE MEDIOS:

La empresa adjudicataria deberá presentar el correspondiente plan de medios de acuerdo al punto anterior y al presupuesto estimado, que contemple número de inserciones, medios/RRSS a utilizar y calendario de campaña, debiendo estar evaluada en términos de impresiones/visualizaciones, cobertura sobre el target, alcance, CTR, CPM, GRP e interacciones de cada medio/ canal/rrss.

Adicionalmente, el plan de medios deberá contemplar la publicación de contenidos orgánicos en las redes sociales de la Consejería de Salud y Consumo.

Se deberá presentar un plan de medios para la publicidad en redes sociales y medios de comunicación online contando con los siguientes importes que deberán ser consumidos en su totalidad:

1. Publicidad en redes sociales 14.000,00 €
2. Publicidad en medios de comunicación digitales 17.332,32 €

C. PRESUPUESTO:

La empresa adjudicataria deberá presentar un presupuesto desglosado para:

- Medios de comunicación digitales: relación de medios de comunicación digitales en los que se va a invertir el presupuesto publicitario y coste total.
- Redes sociales: presupuesto desglosado por red social.

Es copia autÃ©ntica de documento electrÃ³nico

FIRMADO POR	GONZALO BALBONTIN CASILLAS	12/08/2024 13:16:37	PÁGINA 5/11
VERIFICACIÓN	UUM32968KJG7G75HPTNSXSV6C8CQHA	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

A continuación, se indican las acciones mínimas a desarrollar en cada campaña de publicidad:

- ACCIONES DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN ONLINE:

    - Una campaña de publicidad en al menos un medio de comunicación digital en cada una de las 8 provincias andaluzas.

- ACCIONES DE PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES:

    - Una campaña de publicidad en Instagram.
    - Una campaña de comunicación en X-Twitter.
    - Una campaña de publicidad en Youtube.

- ACCIONES DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES CORPORATIVAS DE LA CONSEJERÍA DE SALUD Y CONSUMO:

    - La campaña publicitaria deberá contemplar sinergias y acciones cruzadas entre el plan de medios y los canales informativos y redes sociales de la Consejería de Salud y Consumo. La empresa adjudicataria remitirá una propuesta con los tipos de soportes/anuncios/post a implementar en cada red social de la Consejería de Salud y Consumo la Junta de Andalucía, incluyendo una planificación de alimentación de contenidos: periodicidad, duración y segmentación, entre otros datos.

Para ello contarán con los soportes de difusión suministrados por la Consejería de Salud y Consumo y disponibles en www.ventanafamilias.es

Con carácter previo y durante la realización de los trabajos objeto de la presente contratación, el responsable del proyecto por parte de la FPS podrá efectuar cuantas sugerencias y propuestas de modificación se consideren necesarias sobre la planificación de medios propuesta, cuando así lo requieran las necesidades de la campaña para su buen funcionamiento.

De forma general, cualquier cambio en la planificación, debido a causas extraordinarias y ajenas a la empresa adjudicataria, deberá ser comunicado previamente a la FPS, a la mayor brevedad posible, para la aprobación de la propuesta alternativa presentada por la misma.

3.3.2. Propuesta de diseño visual, contenidos y soportes de la campaña: incluye mensajes a comunicar, definición de soportes y propuesta gráfica.

La empresa adjudicataria deberá presentar por cada acción de publicidad/comunicación propuesta, los soportes publicitarios necesarios para poder desarrollar adecuadamente cada acción descrita en el apartado anterior. Estos soportes se enmarcarán en el apartado 1 correspondiente a GESTIÓN DE LA CAMPAÑA Y ELABORACIÓN DE SOPORTES PUBLICITARIOS de acuerdo a su importe designado.

En este apartado se incluye la producción de soportes publicitarios de acuerdo a las necesidades marcadas por la estrategia de la FPS. Estos soportes serán la base para la difusión publicitaria

Es copia autÃ©ntica de documento electrÃ³nico

FIRMADO POR	GONZALO BALBONTIN CASILLAS	12/08/2024 13:16:37	PÁGINA 6/11
VERIFICACIÓN	UUM32968KJG7G75HPTNSXSV6C8CQHA	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

planificada en el punto anterior. Concretamente deberá contemplar como mínimo los siguientes soportes:

- ACCIONES DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN ONLINE:

Número de banners a publicitar.
Descripción y número de otros formatos publicitarios (skin, skyscraper, interstitial, etc.).

- ACCIONES DE PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES:

Número de anuncios, formato y contenido por cada red social.

- ACCIONES DE PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS EN PERFILES DE LA CONSEJERÍA DE SALUD:

Número de post que incluya información de formato y texto a incluir.

Todos los soportes deberán cumplir las siguientes características:

- Adaptación a la normativa del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía y la línea de diseño predefinida por FPS a través de la línea IAVANTE.
- Adaptación a la normativa de inclusión de logotipos del Plan Corresponsables impulsado por la Secretaría de Estado de Igualdad y contra la Violencia de Género del Ministerio de Igualdad.
- Adaptación a criterios de accesibilidad para la población.
- Normativa en materia de publicidad de la Junta de Andalucía.
- Compatibilidad con las principales plataformas de comunicación y visualmente atractivas.
- Inclusión, en el caso que los requiera de:
    - Imágenes inéditas y con derechos, relacionadas con el sector servicios y sanitario.
    - Música, con los derechos de autor correspondientes.
    - Voz en off y locuciones profesionales.
    - Sonido.
    - Infografía.
    - Versiones subtituladas en castellano.
    - Animaciones y retoques digitales necesarios para la elaboración del mismo.

Las empresas que se presenten cumplirán con las siguientes condiciones:

- Entrega de los soportes finales y editables, cuando se solicite, para que la Línea IAVANTE pueda adecuar de forma autosuficiente su producción interna a la línea de imagen marcada.

3.3.3. Ejecución la campaña y seguimiento de las acciones de comunicación a través de informes de activación y de resultados en los que se analicen los resultados, así como la audiencia y cobertura alcanzada de acuerdo a los indicadores de seguimiento consensuados con la FPS.

Es copia autÃ©ntica de documento electrÃ³nico

FIRMADO POR	GONZALO BALBONTIN CASILLAS	12/08/2024 13:16:37	PÁGINA 7/11
VERIFICACIÓN	UUM32968KJG7G75HPTNSXSV6C8CQHA	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Una vez aprobados por parte del responsable del proyecto de la FPS la campaña publicitaria la empresa adjudicataria se responsabilizará del lanzamiento de la campaña en los diferentes medios y canales definidos.

Para el seguimiento de los resultados, se consensuará entre el responsable del proyecto de la FPS y la empresa adjudicataria las métricas específicas para el control de la campaña, tanto el global como por canal: total de impresiones, CTR, CPM, GRPs, cobertura, alcance y demás aspectos.

Al inicio de cada acción incluida en la campaña, la empresa adjudicataria remitirá al responsable del proyecto de la FPS un informe de activación de la misma en cada red social o conjunto de medios online. Finalizada cada acción la adjudicataria deberá remitir un informe de resultados de acuerdo al listado de acciones especificado en el punto 3.3.1. del presente documento

El informe de resultados de cada acción deberá incluir, además de las valoraciones de la empresa adjudicataria, las mediciones oficiales facilitadas por los proveedores de espacios publicitarios. Deberán presentarse informes detallados de los resultados de las acciones elaborados por personal experto.

La puesta en marcha de las acciones de la campaña se realizará en el plazo máximo de 96 horas desde la aprobación del plan de medios por el responsable del proyecto de la FPS. Se entiende por puesta en marcha de campaña el envío de órdenes de compra a los medios y el envío al responsable de proyecto de la FPS del informe de activación.

La empresa adjudicataria deberá remitir mensualmente, o cuando se les solicite por el responsable del contrato, informes de ejecución global del contrato hasta la fecha (listado de acciones planificadas y/o ejecutadas con detalle de importe, período de ejecución, incidencias observadas, así como desglose del gasto por soporte/canal de comunicación).

Dentro de las funciones de dirección, coordinación y seguimiento de los trabajos objeto del contrato, por parte del responsable del proyecto de la FPS se podrán hacer cuantas sugerencias y modificaciones se consideren necesarias para el mejor logro de los objetivos perseguidos, siempre dentro de las condiciones fijadas en la oferta del adjudicatario.

La adjudicación conlleva la obligación de realizar la prestación del servicio durante todo el tiempo de duración del contrato.

La empresa adjudicataria deberá mantener una total discreción y confidencialidad sobre la información relativa al contenido y desarrollo de los trabajos objeto el contrato, asumiendo las responsabilidades que se puedan derivar de su utilización sin autorización expresa de la Administración.

La empresa adjudicataria deberá mantener reuniones con la persona designada como responsable del proyecto por la FPS con una periodicidad mínima quincenal y, en caso de necesidad, cuando así se requiera por dicha persona.

4. LUGAR DE TRABAJO Y HORARIO DEL SERVICIO.

Es copia autÃ©ntica de documento electrÃ³nico

FIRMADO POR	GONZALO BALBONTIN CASILLAS	12/08/2024 13:16:37	PÁGINA 8/11
VERIFICACIÓN	UUM32968KJG7G75HPTNSXSV6C8CQHA	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Los trabajos se realizarán en las oficinas de la empresa adjudicataria, salvo que excepcionalmente y por el tiempo mínimo imprescindible, fuera necesario realizar actuaciones puntuales en las dependencias de la FPS por razón de consulta o utilización de material o documentación obrante en ésta.

La empresa adjudicataria dispondrá de un local/oficina para la realización del trabajo. La dotación de este local, la organización física de las instalaciones y el acopio de medios materiales de este (mobiliario, material de oficina, material informático y de comunicaciones) corresponde a la adjudicataria. La empresa contratista dispondrá en este local de un delegado/a, que, bajo las directrices exclusivas de su empresa, dirigirá y organizará la actividad de los trabajadores de la empresa allí destacados, controlando, además, la ejecución del servicio. Es responsabilidad de la empresa contratista facilitar a sus trabajadores los medios materiales necesarios para llevar a cabo su trabajo. El contratista deberá concertar o acreditar que disponen de un seguro de responsabilidad civil que cubra todas sus posibles responsabilidades ante la Administración derivadas de la ejecución del contrato.

Es responsabilidad de la empresa contratista y de sus delegados/as impartir todas las órdenes, criterios de realización del trabajo y directrices a sus trabajadores/as, siendo la Administración pública del todo ajena a estas relaciones laborales y absteniéndose, en todo caso, de incidir en las mismas. Corresponde asimismo al contratista, de forma exclusiva, la vigilancia del horario de trabajo de los trabajadores, las posibles licencias horarias o permisos o cualquiera otra manifestación de las facultades del empleador. No obstante, es responsabilidad exclusiva del contratista, en la forma establecida en los pliegos, asegurar que el servicio quede convenientemente cubierto.

5. GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO.

La ejecución del contrato se realizará a riesgo y ventura del adjudicatario. El adjudicatarios destinaráde entre sus recursos aquellos con cualificación técnica suficiente para la realización de los trabajos.

El trabajo se organizará bajo la forma de proyecto. Es un objetivo prioritario de la línea IAVANTE de FPS asegurar la calidad de los trabajos realizados. La organización del proyecto y su ejecución debe ser tal que le permita obtener un seguimiento formal del avance del mismo. Debe existir una organización específica prevista para el desarrollo del trabajo en la que cada función quede perfectamente identificada, y cada función tenga asignada una persona responsable de su cumplimiento. Se establecen las siguientes figuras y órganos de dirección:

- Responsable del proyecto, por la línea IAVANTE de FPS.
- Jefe del Proyecto (preferiblemente el Coordinador de Cuentas), por parte de los adjudicatarios.
- Equipo de Proyecto, por parte de los adjudicatarios.

Las funciones y responsabilidades de cada figura y órgano serán:

- **Responsable del proyecto**: Será designado por FPS pudiendo ser distinto para cada una de los servicios, siendo sus funciones y responsabilidades:

  - Dirigir, supervisar y coordinar la realización y desarrollo de los trabajos.
  - Aprobar el programa de trabajo y propuestas de campañas.
  - Velar por el nivel de calidad de los trabajos.

Es copia autÃ©ntica de documento electrÃ³nico

FIRMADO POR	GONZALO BALBONTIN CASILLAS	12/08/2024 13:16:37	PÁGINA 9/11
VERIFICACIÓN	UUM32968KJG7G75HPTNSXSV6C8CQHA	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

- Decidir sobre la aceptación de las modificaciones propuestas por el jefe del proyecto a lo largo del desarrollo de los trabajos.
- Asegurar el seguimiento del programa de realización de los trabajos.
- Hacer cumplir las condiciones estipuladas en el presente pliego, en el de Cláusulas Administrativas Particulares, en su oferta y en el contrato y demás documentación anexa.
- Autorizar cualquier alteración del proyecto.
- Aprobar la participación en el proyecto de las personas del equipo de proyecto aportado por las empresas, así como sugerir o exigir la sustitución, con la antelación suficiente, de alguna o algunas de las personas miembros del equipo (tanto del jefe del proyecto como del equipo del proyecto) si a su juicio su participación en el mismo dificulta o pone en peligro la calidad o la realización de los trabajos.
- Una vez aprobada por el responsable del proyecto, la composición del equipo de trabajo, aportado por el adjudicatario, el jefe de proyecto tiene la obligación de mantenerle informado sobre cualquier modificación que se pueda producir en el equipo de trabajo. Estas modificaciones no podrán llevarse a efecto sin la aprobación expresa de la dirección de proyecto, debiendo ser comunicadas con la suficiente antelación para que no influya en la marcha del proyecto.
- Aprobar los resultados parciales y totales de la realización del proyecto; a estos efectos deberá recibir y analizar los resultados y documentación elaborados a la finalización de cada etapa, en su caso, pudiendo introducir las modificaciones o correcciones oportunas, requiriéndose su aprobación final.
- Autorizar las facturas que se emitan previa comprobación de su correspondencia con los servicios realizados.

- **Jefe del Proyecto.** Es aportada por el adjudicatario, siendo su responsabilidad la ejecución de los trabajos. Además, tendrá como objetivos específicos los siguientes**:**

  - Organizar la ejecución del proyecto de acuerdo con la metodología y el programa de realización de los trabajos y poner en práctica las instrucciones del responsable del proyecto.
  - Ostentar la representación del equipo técnico contratado en sus relaciones con la FPS en lo referente a la ejecución de los trabajos.
  - Proponer al responsable del proyecto las modificaciones que estime necesarias, surgidas durante el desarrollo de los trabajos.
  - Asegurar el nivel de calidad de los trabajos.
  - Presentar al responsable del proyecto, para su aprobación, los productos y demás documentación que se realice.
  - Presentar al responsable del proyecto los resultados parciales y totales de la realización del proyecto y su análisis y conclusiones. Podrá formar parte del equipo de proyecto.

- **Equipo de Proyecto:** El equipo de proyecto será el responsable de la realización de todos los procesos y trabajos necesarios para la ejecución del objeto del contrato. El equipo mínimo requerido deberá ser el que se detalla en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (solvencia técnica), y deberá cumplir los requisitos específicos establecidos para el mismo. Del conjunto de todos los miembros de los equipos del proyecto, en la propuesta técnica se deberá explicitar el reparto de funciones, especificándose las tareas que cada persona asumiría, así como su dedicación temporal al proyecto.

Es copia autÃ©ntica de documento electrÃ³nico

FIRMADO POR	GONZALO BALBONTIN CASILLAS	12/08/2024 13:16:37	PÁGINA 10/11
VERIFICACIÓN	UUM32968KJG7G75HPTNSXSV6C8CQHA	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

La empresa adjudicataria seguirá las siguientes etapas de trabajo:

- En un momento inicial, la FPS, a través del responsable del proyecto, realizará con el jefe de proyecto de la empresa adjudicataria una reunión en la que se detallará el servicio a realizar, así como el plan de trabajo. El adjudicatario se encargará de la planificación del proyecto y del seguimiento de actividades, designará para ello un único interlocutor que será el jefe de proyecto y represente al equipo de trabajo.

- El adjudicatario deberá mantener informado en todo momento al responsable del proyecto del grado de avance de los trabajos, de cualquier incidencia que se produzca en el desarrollo de los mismos y de cualquier modificación que se pueda producir sobre la planificación de cada uno de los trabajos. Los posibles inconvenientes de adaptación al entorno de trabajo y al proyecto debido a las sustituciones de los recursos, deberán subsanarse mediante períodos de solapamiento sin coste adicional, durante el tiempo necesario.

Sevilla, agosto de 2024

Fdo. Gonzalo Balbontín Casillas.
DIRECTOR GERENTE.

Es copia autÃ©ntica de documento electrÃ³nico

FIRMADO POR	GONZALO BALBONTIN CASILLAS	12/08/2024 13:16:37	PÁGINA 11/11
VERIFICACIÓN	UUM32968KJG7G75HPTNSXSV6C8CQHA	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	