

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN, CREATIVIDAD Y DISEÑO DE LA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN EN MATERIA DE CONCILIACIÓN Y CORRESPONSABILIDAD EN EL MARCO DEL PLAN CORRESPONSABLES**

EXPEDIENTE: 30/2026

- 1.- Objeto del contrato y alcance de los servicios.
- 2.- Especificaciones técnicas específicas
- 3.- Condiciones generales de los servicios

**1.- OBJETO DEL CONTRATO Y ALCANCE DE LOS SERVICIOS.**

El Plan Corresponsables es un programa puesto en marcha en 2021 que tiene por objeto consolidar el camino hacia la garantía del cuidado como un derecho en España desde la óptica de la igualdad entre mujeres y hombres.

Dicho plan, es concebido por la Secretaría de Estado de Igualdad y para la Erradicación de la Violencia contra las Mujeres del Ministerio de Igualdad como un programa semilla que permite articular mecanismos de colaboración con las comunidades autónomas y las ciudades con Estatuto de Autonomía, dando apoyo específico a las necesidades de conciliación de las familias mediante servicios de cuidados dirigidos a niñas, niños y jóvenes de hasta 16 años de edad, y aborda la problemática de los cuidados a través de otros ejes de actuación relacionados como la creación de empleo de calidad, aspirando a la dignificación y reconocimiento de la experiencia profesional de cuidados no formal y la sensibilización del conjunto de la sociedad particularmente de los hombres, en materia de corresponsabilidad, con el fin de impulsar modelos de masculinidades corresponsables e igualitarias.

La Consejería de Inclusión Social, Juventud, Familias e Igualdad es consciente de la necesidad de sensibilizar a los ciudadanos y las ciudadanas residentes en Andalucía sobre el cambio de cultura que se necesita para lograr la conciliación real y con ello, concienciar sobre los valores, comportamientos y beneficios para la sociedad que implica el reparto equilibrado de las tareas domésticas y de las responsabilidades familiares y es por ello, que en el ejercicio de las competencias que tiene atribuidas y tras el preceptivo procedimiento de licitación (EXPT 100/2024 - CONTR 2024 781954), ha llevado a efecto una Campaña de sensibilización en materia de conciliación y corresponsabilidad en el marco del Plan Corresponsables 2024.

Tras analizar los resultados obtenidos hasta la fecha, y el éxito mediático obtenido en esta primera campaña, la CISJUFI pretende dar un paso adelante en materia de conciliación y corresponsabilidad con la ejecución de una nueva campaña que se desplegará durante el ejercicio 2026, que mantenga y refuerce el mensaje y los valores que se quiere transmitir a la sociedad con un calado mas profundo y en una línea continuista con la anterior.

Así pues, en línea con lo anterior, la presente contratación tiene por objeto la planificación estratégica, diseño y la creatividad, con la finalidad de llevar a cabo una campaña de sensibilización en materia de conciliación y corresponsabilidad en el marco del Plan Corresponsables 2025. También es objeto de la presente contratación, en lo que se refiere a dicho diseño y creatividad, la ejecución y seguimiento de las



MARIA CONCEPCION CARDESA CABRERA		27/02/2026 12:20:37	PÁGINA: 1 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGwo8H52Qv5978HMF6GLXHNePI	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



acciones de comunicación institucional y de las campañas informativas y divulgativas que la Consejería de Inclusión Social, Juventud, Familias e Igualdad de la Junta de Andalucía quiera llevar a cabo en el ejercicio de las competencias atribuidas en materia de corresponsabilidad .

Las condiciones descritas en este pliego de prescripciones técnicas constituyen el marco que se considera más adecuado para la finalidad perseguida con la formalización del presente contrato. Así pues, este 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.

### **1.1.- Ámbito y público destinatario:**

Las campañas y acciones de comunicación institucional se desarrollarán, con carácter general, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía, sin perjuicio de que, en función del contenido de las mismas y de sus objetivos de comunicación, desde la Secretaría General de Familias, Igualdad, Violencia de Género y Diversidad pueda establecerse un ámbito comarcal o local a determinadas acciones de comunicación.

El objetivo primordial es sensibilizar a los ciudadanos y las ciudadanas residentes en Andalucía sobre el cambio de cultura que se necesita para lograr la conciliación real y con ello, concienciar sobre los valores, comportamientos y beneficios para la sociedad que implica el reparto equilibrado de las tareas domésticas y de las responsabilidades familiares.

Estarán incluidas tanto las campañas que se dirijan directamente a los ciudadanos (de forma general o a colectivos concretos), como aquellas actuaciones de carácter institucional cuyo objetivo sea la comunicación de los objetivos del citado Plan.

### **1.2.- Objetivos y mensajes:**

Los objetivos que configuran la propuesta estratégica de esta nueva campaña son los siguientes:

- Visualizar la carga mental de un gran número de mujeres, entendida ésta como un sobre esfuerzo cognitivo y emocional en la gestión de las tareas domésticas y familiares, incluyendo la planificación, organización y toma de decisiones, generalmente de manera invisible y no reconocida.
- Necesidad de romper con la feminización de los servicios de cuidados, lo que implica reconocer el cuidado como una responsabilidad compartida entre los miembros de la unidad familiar (hombres y mujeres) y redistribuir equitativamente las cargas y responsabilidades.
- Mostrar los beneficios sociales y económicos que conllevan las políticas de conciliación y corresponsabilidad, tanto para las familias, como para la sociedad en general y las empresas. Entre otros muchos, mejora la calidad de vida de todas las personas que componen la unidad familiar, evitar conflictos y tensiones, alcanzar mayor grado de formación y autonomía personal; a nivel laboral, estas políticas mejoran la productividad, reduce el absentismo, permiten a los empleados gestionar mejor sus responsabilidades personales y familiares, lo que se traduce en mayor bienestar y compromiso con el trabajo.

MARIA CONCEPCION CARDESA CABRERA		27/02/2026 12:20:37	PÁGINA: 2 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGwo8H52Qv5978HMF6GLXHnHEpTI	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



### 1.3.- Alcance de los servicios.

El presente contrato tiene por objeto el planteamiento estratégico, diseño y la creatividad la campaña publicitaria en el marco del Plan Corresponsables 2025, teniendo en cuenta el público objetivo al que irán dirigidas las acciones publicitarias.

Los servicios a contratar, a través del diseño y la creatividad, deberán 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 al que va destinado.

El alcance principal del servicio será el de diseñar y producir los soportes publicitarios necesarios, de acuerdo a las indicaciones de los responsables de la Secretaría General de Familias, Igualdad, Violencia de Género y Diversidad, respetando la normativa del Manual de 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. Los servicios contemplados incluirían, 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.

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

1. Conocimiento, capacidad y solvencia en inversiones publicitarias y concretamente en el sector de servicios sociales.
2. Nivel de adaptación de los mensajes y medios al público objetivo definido.
3. Resultados objetivos demostrables de la campaña, a través del diseño y la creatividad.

### 1.4.- Periodo de campaña:

El plazo de ejecución tendrá una duración que comprenderá desde la fecha de su formalización hasta el 31 de diciembre de 2026 o, en su caso, agotar el presupuesto.

No se contempla prórroga.

## 2.- ESPECIFICACIONES TÉCNICAS ESPECÍFICAS

### 2.1.- Investigación del sector.

Se debe contemplar un trabajo de investigación que permita obtener un mayor conocimiento del sector, tendencias, campañas previa, con el objetivo de identificar el mejor insight creativo sobre el que construir los mensajes y estrategia creativa.

### 2.2.- Desarrollo de la estrategia creativa. Creación concepto creativo y claim.

La estrategia y el concepto creativo para lanzar el mensaje que se pretende con la campaña debe responder a los siguientes principios, tono y eje de comunicación:

MARIA CONCEPCION CARDESA CABRERA		27/02/2026 12:20:37	PÁGINA: 3 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGwo8H52Qv5978HMF6GLXHnEpTI	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



- Debe tratarse de un concepto versátil. Un concepto adaptable a todos los formatos, canales y recursos, con fuerza emocional que consiga enganchar a todos los segmentos y con flexibilidad para adaptarse.
- Modernidad en el sentido de presentar un sector y una comunidad vanguardista, con recursos e innovación de primer nivel en todos los ámbitos y pionera en diversos sectores de actividad.
- Universal. La campaña debe ser válida para la totalidad del público objetivo al que se dirige.
- La propuesta creativa deberá reflejar de manera adecuada la necesidad de impulsar modelos de masculinidades corresponsables e igualitarias, mostrando asimismo de manera adecuada la dignificación y reconocimiento de los profesionales del sector de los cuidados.
- La campaña deberá ser sostenible, tanto en lo que se refiere a su perdurabilidad en el tiempo como en su respeto por el medio ambiente, de manera que pueda mantenerse sin perder actualidad en el tiempo.
- Debe contemplar el desarrollo digital de todo el proyecto como pilar básico de difusión.

Tono de la comunicación. La comunicación debe llegar al público de una manera emocional, moderna y sugerente.

Eje de comunicación. Debe girar alrededor del valor y la importancia de la conciliación y la corresponsabilidad en las tareas de cuidados, con el fin de impulsar modelos de masculinidades corresponsables e igualitarias.

Deberá presentarse una única línea creativa con una estrategia centrada en la importancia y beneficios de la conciliación y corresponsabilidad, más 3 adaptaciones de la anterior en función del público al que va dirigido.

Las imágenes usadas para la campaña deben ser originales, exclusivamente creadas, grabadas y fotografiadas para esta campaña, sin que pueda abusarse de imágenes pregrabadas.

El Servicio de creatividad y diseño conllevará asimismo la creación del lema o lemas de la campaña o claim que acompañará a la campaña publicitaria con el fin de comunicar los beneficios o puesta de valor de la corresponsabilidad. En este sentido, en el plazo de 15 días naturales tras la formalización del contrato, la entidad contratista presentará a la Secretaría General de Familias, Igualdad, Violencia de Género y Diversidad tres propuestas de lemas o claims con los siguientes condicionantes: distintividad, capacidad evocadora, flexibilidad, coherencia, notoriedad y registrabilidad.

### **2.3.- Desarrollo de piezas creativas.**

Se debe incluir en la oferta el desarrollo creativo de las piezas y adaptaciones que sean necesarias para la difusión de la campaña solicitada, contemplando como mínimo los siguientes originales y adaptaciones:

#### ➤ On-line:

Creatividad y diseño de un desarrollo digital que mantenga viva la campaña, que deberá incluir formatos estáticos, dinámicos e interactivos (vídeos/animaciones, formatos expandibles...) y sus adaptaciones a los diferentes canales.

Se deben contemplar 4 originales, uno con la imagen genérica de campaña y tres versiones centradas al público al que va dirigido.

MARIA CONCEPCION CARDESA CABRERA		27/02/2026 12:20:37	PÁGINA: 4 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGwo8H52Qv5978HMF6GLXHnEpTI	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



➤ Prensa:

Creatividad, diseño y arte final de un total de 4 originales, uno con la imagen genérica de campaña y 3 versiones centradas al público al que va dirigido

Cada original debe ser adaptado como mínimo a los siguientes formatos.

Para Prensa impresa:

- Página
- Media página

Para Prensa digital:

Formatos estáticos y dinámicos estandarizados por la IAB (<https://iabspain.es/quienes-somos-iabspain/Formatos>).

➤ Exterior:

Creatividad, diseño y arte final de un total de 4 originales, uno con la imagen genérica de campaña y tres versiones centradas centradas al público al que va dirigido.

Cada original debe ser adaptado como mínimo a los siguientes formatos :

- Lona gran formato vertical
- Lona gran formato horizontal
- Valla 8x3
- MUPIS

➤ Radio:

Creatividad, dirección técnica y producción de:

- 2 cuñas genéricas de 20"
- 2 cuñas genéricas de 30"

➤ Piezas audiovisuales:

Creatividad, dirección técnica y producción de:

- Spot genérico de 30"
- Spot genérico de 45"
- Spot genérico de 60"
- Spot de 20"

En esta partida, se incluyen todos los derechos nacionales e internacionales y permisos necesarios para la realización y utilización de las diferentes piezas creativas (música, imagen, modelos, copyright, localizaciones, rodajes...) durante dos años a contar a partir del lanzamiento de la campaña.

Todos los másteres y artes finales de la campaña serán realizados en la más alta calidad y formatos aplicando las últimas tecnologías disponibles en el mercado.

#### 2.4.- Microsite

Diseño y creación de página promocional con la imagen de campaña en la que se publicará de forma amigable el contenido relevante sobre el lema de la campaña y que redireccionará al usuario a contenidos concretos de la web de la Consejería de Inclusión Social, Juventud, Familias e Igualdad.

Esta microsite funcionará como plataforma matriz de la campaña de publicidad, de forma que todas las piezas creativas y especialmente las destinadas al medio online dirigirán a ella.

MARIA CONCEPCION CARDESA CABRERA		27/02/2026 12:20:37	PÁGINA: 5 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGwo8H52Qv5978HMF6GLXHnEpTI	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



Se incluye diseño responsive, implementación de analítica, consultoría UI/UX, arquitectura web, servicio de actualización, gestión de contenidos y soporte técnico de la microsite durante 12 meses desde la fecha de la firma del contrato. La empresa contratista deberá realizar las tareas de actualización y mantenimiento de la web y garantizar un servicio completo de asistencia en contenidos, consultoría y resolución de incidencias técnicas, incluyendo la contratación/renovación del alojamiento web y dominios por un periodo de 12 meses.

### **2.5.- Manual de Imagen de la campaña**

La empresa contratista deberá entregar un manual que defina el estilo y los elementos esenciales de la imagen de campaña, incluido el lema que deberá para dotar de coherencia gráfica a todas las aplicaciones.

### **2.6.- Consultoría general**

La empresa contratista realizará la labor de consultoría y asesoría de todos los trabajos que tengan que ver con la ejecución de la campaña objeto de contrato u otras acciones de comunicación que pudieran surgir a lo largo del periodo de vigencia del contrato:

En estos servicios se incluyen los siguientes conceptos:

- Equipo de trabajo permanente (mínimo 2 personas)
- Coordinación de todas las partes implicadas en el proceso creativo, de producción y difusión de la campaña.
- Asesoramiento general a la Consejería de Inclusión Social, Juventud, Familias e Igualdad en cualquier cuestión relacionada en el ámbito de la comunicación

### **2.7.- Acto de Presentación de la campaña**

La empresa contratista deberá presentar un desarrollo creativo del acto de presentación de campaña, incluyendo el diseño de todas las piezas necesarias para su puesta en marcha y la coordinación técnica y creativa de los trabajos. Como mínimo se debe contemplar el diseño de roll ups, trasera escenario, vídeo presentación, atril y photocall, así como el diseño y producción de material divulgativo específico para merchandising.

Asimismo, la empresa contratista deberá idear una propuesta de acto de presentación no presencial, en el caso de que no fuera posible celebrar el acto en modalidad presencial.

### **2.8. - Otras consideraciones**

- La contratista debe presentar un timing detallado de realización de los trabajos descritos anteriormente, dentro del mes siguiente a la formalización del contrato.
- Una vez finalizada la relación entre la agencia contratista y la Secretaría General de Familias, Igualdad, Violencia de Género y Diversidad, se considerará a esta última la propietaria de los másteres, artes finales, derechos intelectuales y explotación de la campaña a todos los efectos.
- Las piezas creativas deberán cumplir con la estrategia global de comunicación de la Administración de la Junta de Andalucía, todo ello referido al respeto de la identidad corporativa, uso de lenguaje e imágenes no

MARIA CONCEPCION CARDESA CABRERA		27/02/2026 12:20:37	PÁGINA: 6 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGwo8H52Qv5978HMF6GLXHnEpTI	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



sexistas y accesibilidad a la comunicación institucional, y a los principios recogidos en la Ley 6/2005, de 8 de abril.

- La empresa contratista deberá hacer entrega a la Secretaría General de Familias, Igualdad, Violencia de Género y Diversidad cuando lo solicite o por defecto, a la finalización del contrato, de los artes finales y másteres de todas las piezas creativas que desarrolle, así como de todos aquellos elementos y recursos utilizados en la creación de las mismas y necesarios para realizar modificaciones o adaptaciones a otros formatos y soportes.

### 3.- CONDICIONES GENERALES DE LOS SERVICIOS

- Durante la realización de los trabajos objeto del contrato, la Secretaría General de Familias, Igualdad, Violencia de Género y Diversidad efectuará cuantas sugerencias y modificaciones considere necesarias para el mejor logro de los objetivos perseguidos, siempre dentro del límite máximo de la oferta económica presentada por la empresa contratista.

- La empresa contratista 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 Secretaría General de Familias, Igualdad, Violencia de Género y Diversidad.

- El responsable de la empresa contratista deberá asistir a las reuniones que se convoquen relacionadas con los trabajos a desarrollar, con la persona que se designe del servicio de la Consejería de Inclusión Social, Juventud, Familias e Igualdad responsable de la comunicación con una periodicidad mínima mensual y, en todo caso, cuando así se requiera por dicha persona.

- La empresa contratista deberán designar una persona Jefa/e de Equipo como interlocutor principal.

- El contratista aporta su propia dirección y gestión al contrato, siendo responsable de la organización del servicio, de la calidad técnica de los trabajos que desarrolle y de las prestaciones y servicios realizados. La empresa contratista dispondrá, para la ejecución del contrato, de una estructura jerarquizada, que se hará responsable de impartir a sus trabajadores las correspondientes órdenes, criterios de realización del trabajo y directrices de cómo distribuirlo.

Corresponderá a la Secretaría General de Familias, Igualdad, Violencia de Género y Diversidad los poderes de verificación y control del contrato establecidos en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

- La contratista dispondrá de un local/oficina para la ejecución del contrato. La dotación de este local, la organización física de las instalaciones, sin perjuicio de las limitaciones que pueda imponer la Administración, y el acopio de medios materiales de este (mobiliario, material de oficina, material informático y de comunicaciones) corresponde a la contrata. 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.

MARIA CONCEPCION CARDESA CABRERA		27/02/2026 12:20:37	PÁGINA: 7 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGwo8H52Qv5978HMF6GLXHhEpTI	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



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

- 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 a la empresa 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.

- Todas las actuaciones realizadas deberán identificarse con la imagen gráfica del Plan Corresponsables, junto con la del Ministerio de Igualdad del Gobierno de España. Este logotipo deberá incorporarse en todos los materiales de comunicación, difusión y promoción vinculados a las iniciativas respaldadas por el programa, asegurando así su reconocimiento y presencia institucional.

En la señalización exterior de los lugares donde se ejecuten los proyectos y, en todo caso, en las actividades de difusión que el destinatario de los fondos pueda desarrollar en relación con los mismos, deberá constar expresamente, en lugar visible, que se han financiado con cargo a los fondos recibidos del Ministerio de Igualdad, Secretaría de Estado de Igualdad y para la Erradicación de la Violencia contra las Mujeres, en el marco del Plan Corresponsables. Cuando el soporte de comunicación de las actuaciones sea la radio, audio *online* o se utilicen medios audiovisuales, debe mencionarse «Cofinanciado por el Plan Corresponsables. Ministerio de Igualdad, Gobierno de España».

En todos los soportes de difusión o comunicación institucional, la denominación Plan Corresponsables deberá figurar con la misma relevancia y visibilidad que la utilizada por la entidad o entidades ejecutoras de la actuación.

La documentación de acceso público, logos y manual de uso del Plan Corresponsables se encuentra en la siguiente dirección : <https://www.igualdad.gob.es/prioridades/plancorresponsables/>

En lo que se refiere a la guía básica y los logos de identidad corporativa de la Junta de Andalucía : <https://juntadeandalucia.es/organismos/presidenciainterior/dialogosocialysimplificacionadministrativa/areas/comunicacion-social/identidad-corporat-JdA.html>

Sobre el orden de publicación de los logos, de conformidad con el manual de instrucciones "Plan Corresponsables" , será el siguiente: Ministerio/SEIEVM - Corresponsables -Gobierno autonómico/Gobierno local, aunque al tener este orden carácter de recomendación el mismo podrá sufrir variaciones. En cualquier caso, estos logos deben tener el mismo tamaño y colocarse en la misma línea.

## LA SECRETARIA GENERAL DE FAMILIAS, IGUALDAD, VIOLENCIA DE GÉNERO Y DIVERSIDAD

1.

MARIA CONCEPCION CARDESA CABRERA		27/02/2026 12:20:37	PÁGINA: 8 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGwo8H52Qv5978HMF6GLXHnEpTI	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	