



Dirección General de la Mujer  
CONSEJERÍA DE POLÍTICAS SOCIALES  
Y FAMILIA

**Comunidad de Madrid**



Pacto de Estado  
contra la violencia de género

## **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE REGULA LOS REQUISITOS DEL CONTRATO DE SERVICIOS PARA LA CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN DE UNA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN EN MATERIA DE PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO ORIENTADA A LOS HOMBRES CON EL FIN DE IMPLICARLOS EN LA LUCHA DE ESTE FENÓMENO, PARA EL AÑO 2019.**

### **1.- OBJETO DEL CONTRATO**

El presente contrato tiene por objeto la definición, diseño y producción de una campaña de Prevención de la Violencia de Género orientada a los hombres en la Comunidad de Madrid.

En concreto, y para el lanzamiento de dicha campaña, la empresa adjudicataria deberá crear y producir el mensaje y los elementos básicos integrantes de la campaña y plasmarlos en los soportes que considere necesarios para su presentación a los ciudadanos madrileños. Como mínimo las piezas a desarrollar serán la creatividad para radio, prensa, televisión, cine, internet, dispositivos móviles y publicidad exterior, y la producción para todos los soportes excepto la cartelería estática de la publicidad exterior. También deberá asumir todos los gastos de derechos de imagen y música derivados del anuncio para todos los medios y soportes.

La operación prevista en este contrato tiene como objetivo sensibilizar, estimular y fomentar la necesidad de la implicación masculina, tanto de hombres adultos como de adolescentes varones, en la problemática de la violencia de género, generando posturas de rechazo social activo a fin de alcanzar la tolerancia cero frente a este fenómeno. en la problemática de la violencia de género.

Esta operación se enmarca de las líneas de actuación previstas en acciones dirigidas a sensibilizar al público en general en materia de prevención de violencia de género.

Asimismo, la campaña de sensibilización está recogida dentro del Eje 1, Sensibilización y prevención, Objetivo 1 Campañas y publicidad en general, Medida 1.6 Campaña de Información y prevención dirigida a hombres de la Estrategia Madrileña contra la Violencia de Género 2016-2021.

Las acciones de sensibilización llevadas a cabo por la Dirección General de la Mujer se dirigen a toda la población de la Comunidad de Madrid, y en especial en este caso, a los hombres, con el fin de contribuir a la concienciación de una cultura preventiva en violencia de género centrada en ellos.

### **2.- CARACTERÍSTICAS DE LA CAMPAÑA**

#### **2.1. OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA**

El citado contrato deberá asegurar la cobertura del objetivo de la campaña para sensibilizar a la población en materia de Prevención de la Violencia de Género, concretada en el papel que desempeñan los hombres en pos de la lucha contra este fenómeno.



La autenticidad de este documento se puede comprobar en [www.madrid.org/csv](http://www.madrid.org/csv) mediante el siguiente código seguro de verificación: **0962925125811673715014**



Los objetivos de la campaña habrán de ser:

- ✓ Implicación y complicidad de los hombres en el rechazo contra la violencia de género: Implicar al conjunto de los varones en la intolerancia a los comportamientos coercitivos hacia las mujeres.
- ✓ Desarrollar actuaciones destinadas a potenciar el imprescindible cambio de los hombres hacia posiciones de no violencia.
- ✓ Utilización de un lenguaje centrado en la responsabilidad masculina, más que en la culpa, insistiendo en la capacidad de los hombres en oponerse al sexismo.
- ✓ Concienciación del peligro de minimizar el riesgo del maltrato, dejando constancia de que los malos tratos son un delito.
- ✓ Identificación de conductas que, siendo objetivamente violencia de género, a veces, se toleran o justifican como consecuencia de la pervivencia de estereotipos discriminatorios. Desmitificar y mostrar las características reales de los varones que ejercen violencia y abuso.
- ✓ Aprender a detectar las distintas manifestaciones de este tipo de violencia y las formas en que la ejercen, y las formas de actuación con el fin de rehacer conductas.
- ✓ Generar una concienciación social de una identidad cultural igualitaria, especialmente en el caso de los hombres, que haga frente a la violencia de género.
- ✓ Consideración de que la violencia de género afecta a los entornos familiar y social, en especial a los niños y niñas, grandes implicados.
- ✓ Valoración alta de la vida de pareja, y el respeto y la relación democrática en ella. Discutir es positivo, los conflictos son parte de la vida.
- ✓ Fomentar la igualdad entre hombres y mujeres en todos los ámbitos, como fundamento de que la educación en la igualdad es la principal medida para la prevención en violencia de género, así como para promover modos de desactivar las resistencias masculinas a la igualdad.
- ✓ Trasmitir el respeto a la capacidad de decisión en libertad de las mujeres, como papel enriquecedor en la vida privada y social, como estímulo para el desarrollo de una sociedad más justa.

## 2.2. SOPORTES DE COMUNICACIÓN

Se establecerán soportes de comunicación correspondiente a acciones publicitarias tanto convencionales como especiales.

Los soportes de comunicación que se establecen serán, como mínimo, los siguientes:

- Prensa.
- Radio.
- Televisión.





- Publicidad exterior: Se contempla tanto formato estático como audiovisual: Mupis, marquesinas, autobús, metro cercanías, soportes luminosos y demás formatos de publicidad exterior.
- Anuncios para salas de cine.
- Las acciones online, mediante portales web, buscadores, weblog, blog, correo electrónico, redes sociales y todos aquellos avances tecnológicos que se puedan producir, a través de los siguientes elementos: texto, link o enlace, banner, logo, anuncio, audio, video y animación, etc.

Todas las acciones tenderán a conseguir un mensaje publicitario homogéneo y coherente con la imagen de la Comunidad de Madrid.

### **3.- PÚBLICO OBJETIVO**

El público objetivo al que va dirigida la campaña es:

- El conjunto de toda la población de la Comunidad de Madrid, con especial incidencia en la población masculina adolescente y adulta. Se quiere llegar a toda la población, incidiendo en el papel que desarrolla la mujer en los ámbitos político, social, cultural, y económico en la sociedad.

### **4.- CONTENIDO DE LOS TRABAJOS A REALIZAR**

Los servicios publicitarios y de comunicación que prestará el adjudicatario serán:

#### **Creatividad y producción.**

Las empresas concurrentes presentarán:

- Estrategia de comunicación de la campaña.
- Creatividad de conceptos y claims.
- Adaptación de la creatividad a los conceptos de los distintos medios y soportes requeridos para las propuestas de gráfica, y en formato electrónico para los spots y las cuñas de radio.
- Producción de las diferentes piezas para los distintos medios. La empresa adjudicataria se responsabilizará de la producción y realización de la totalidad de piezas y adaptaciones para la inserción en los medios de prensa, radio, televisión, cine e Internet y todas las necesarias para la mejor difusión de la campaña, excepto la cartelería estática de la publicidad exterior.

#### **Piezas a realizar por el adjudicatario:**

Una vez aprobados los distintos aspectos relativos a la creatividad (adaptación y modificación de la propuesta presentada por el adjudicatario) por la Consejería de Políticas Sociales y Familia, la empresa adjudicataria deberá realizar los elementos originales para cada uno de los soportes:





#### Televisión:

Producción de un Spot de televisión, en versión de 20". El número de copias de emisión se hará en función del número de soportes a emplear en la difusión. Se realizará la adaptación mediante subtítulos para discapacitados sensoriales en el caso de que la Consejería lo estime conveniente de acuerdo con la creatividad que se apruebe.

Los subtítulos para discapacitados sensoriales abarcarán mediante subtítulos la explicación del sonido presente en el spot para tv o cine, no solamente la transcripción del diálogo.

#### Radio:

Producción de una Cuña de radio, en versiones de 20" y de 10". Se realizará una copia en los formatos necesarios (mínimo MP3 y WAP) por creatividad y duración.

El número de copias se hará en función del número de soportes a emplear en la difusión.

#### Medios gráficos.

Realización originales propuestos para campañas en medios gráficos (prensa y revistas) en formato página, media página y faldón, en color y/o blanco y negro. El número de adaptaciones se hará en función del número de soportes a emplear en la difusión.

#### Exterior.

Anuncio y adaptaciones para exterior en los siguientes formatos (a título indicativo):

- Mupis / Opis
- Autobús
- Metro y Cercanías
- Iwall
- Soportes luminosos y demás formatos de publicidad exterior en cualquier opción disponible.

El número de adaptaciones se hará en función del número de soportes a emplear en la difusión.

#### Internet:

Anuncio y adaptaciones en los siguientes formatos (a título indicativo):

- Adaptación del anuncio de televisión de 10".
- Banner.
- Otros formatos.

El número de adaptaciones se hará en función del número de soportes que se decida emplear en la difusión.

#### Salas de cine:

Producción de un anuncio, en versión de 20". El número de copias de emisión se hará en función del número de soportes a emplear en la difusión. Se realizará la adaptación mediante subtítulos para discapacitados sensoriales en el caso de que la Consejería lo estime conveniente de acuerdo con la creatividad que se apruebe.

El número de adaptaciones será establecido por el Responsable del contrato.

Los subtítulos para discapacitados sensoriales abarcarán mediante subtítulos la explicación del sonido presente en el spot para tv o cine, no solamente la transcripción del diálogo.





Todas las acciones tenderán a conseguir un mensaje publicitario homogéneo y coherente con la imagen de la Comunidad de Madrid.

Todas las piezas, materiales y elementos de este contrato llevarán los logos institucionales o mensajes que identifican que dicha publicidad institucional proviene de la Comunidad de Madrid, para lo cual insertarán en todas las piezas dicha identificación (logos, locuciones), que se facilitarán o indicarán por la por la Consejería de Políticas Sociales y Familia (Dirección General de la Mujer). Se podrá requerir al adjudicatario que lleve a cabo distintas versiones de las piezas en el caso de que se tengan que utilizar uno o varios logos/identificaciones, a juicio de este órgano gestor.

Asimismo, todas las actividades de difusión, de estas actuaciones, serán supervisadas previamente por la Consejería de Políticas Sociales y Familia (Dirección General de la Mujer), quien deberá prestar su conformidad a las mismas.

### **Acto de presentación de la campaña:**

Diseño del acto (escenario, materiales, carpetas, etc.).

Impresión en los formatos que se le indiquen, de los elementos que forman la campaña (prensa, exterior, carteles, etc.).

Se prepararán carpetas conteniendo, al menos:

- Una sinopsis de la Estrategia Creativa y de la Estrategia de Medios
- Material informativo suficiente de los distintos originales aprobados, spot de televisión, cuñas de radio, así como cualquier otro elemento que se considere oportuno incluir en la misma y que ayude a dar una visión conjunta de la Campaña.

La creatividad presentada en la oferta de licitación por el contratista adjudicatario deberá ser adaptada y modificada según las circunstancias que decida la Consejería de Políticas Sociales y Familia (Dirección General de la Mujer), y ser debidamente aprobada definitivamente antes del inicio de la campaña de difusión.

La Consejería de Políticas Sociales y Familia se reserva la potestad de facilitar la relación de soportes que serán utilizados durante el periodo de campaña.

Previamente a la presentación de la campaña deberá realizarse una memoria de los trabajos realizados (5 copias) que incluirá, al menos, lo siguiente:

- Estrategia Creativa y argumentación de las aportaciones de los trabajos aprobados para los medios empleados.
- Originales aprobados, esto es master, de todo el material impreso y de publicidad exterior, en CD o DVD y en impresión a color.
- Igualmente, para los originales de TV, Radio, Banner y otros se entregarán en CD o DVD.
- Otros elementos que la empresa contratista considere que contribuyen a una mejor comprensión y valoración de la campaña.





### **Artes finales:**

A la finalización de los trabajos se entregarán 5 copias del trabajo definitivamente aprobado, en los siguientes formatos de:

- TELEVISIÓN y ONLINE: Versión del Spot de televisión, en soporte digital con los master (en formatos 4K y HD).
- RADIO: todas las piezas en formato MP3.
- MATERIAL GRÁFICO: Todos los master y sus respectivas adaptaciones a cada uno de los distintos medios y soportes gráficos en formato PDF de alta resolución (también se podrá pedir en baja resolución), y en Illustrator o Indesign.
- Digitales: Todas las piezas digitales y sus respectivas adaptaciones a cada uno de los soportes.

### **5.- EQUIPO DE TRABAJO Y ADSCRIPCIÓN DE MEDIOS PERSONALES**

La adjudicataria incluirá en su oferta el personal propuesto para el proyecto:

El equipo de la agencia será al menos el siguiente:

- Un Ejecutivo de Cuenta Senior con una experiencia mínima de 2 años en realización de campañas.
- Un director de Arte/Maquetador con una experiencia mínima de 2 años en realización de campañas.

### **6.- CONTROL Y SEGUIMIENTO.**

Los medios humanos que sea necesario contratar para el correcto desempeño del servicio serán por exclusiva cuenta de la contratista, a la que le corresponde ejercer el poder de dirección inherente a todo empresario respecto de sus trabajadores.

La Consejería de Políticas Sociales y Familia de la Comunidad de Madrid se reserva el derecho a vigilar y comprobar en todo momento el correcto cumplimiento por parte de la contratista de todas las obligaciones que asume a través de esta contratación.

Todas las actuaciones que realice la empresa adjudicataria deberán llevarse a cabo bajo la supervisión y con el conocimiento previo de la Dirección General de la Mujer, a través del responsable del contrato. El responsable del contrato es la Directora General de la Mujer.

Con idéntica finalidad de disponer de un conocimiento inmediato y puntual, se podrá recabar la información necesaria, obligándose la contratista a facilitar los datos solicitados. A este efecto, de la misma manera que la Consejería Políticas Sociales y Familia nombrará a una persona encargada de supervisar el proyecto, la contratista pondrá a disposición de ésta un director de proyecto que actuará como máximo responsable de coordinar y ejecutar las directrices marcadas





por aquella, y asimismo actuará como interlocutor de la empresa impartiendo directamente las órdenes e instrucciones de trabajo al resto de trabajadores de la empresa contratista.

Con independencia de lo establecido en los párrafos anteriores, la contratista se comprometerá a suministrar a la Consejería de Políticas Sociales y Familia toda la documentación requerida y una memoria final.

Asimismo, la adjudicataria en relación con las actuaciones que recoge este contrato, queda sometida al control y verificación de la Intervención General de la Comunidad de Madrid y de la Cámara de Cuentas de la Comunidad de Madrid.

En toda la documentación, publicidad, imagen o materiales que deban aportar los licitadores o que sean necesarios para la ejecución del contrato deberá hacerse un uso no sexista del lenguaje, evitar cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas, derivado de la aplicación de la política de igualdad a la que se ajusta este contrato.

## **7.- CONFIDENCIALIDAD**

El adjudicatario se comprometerá a mantener en secreto todos los datos e informaciones facilitados por la Dirección General de la Mujer, concernientes a la prestación del Servicio aquí regulado.

Será considerado como Información Confidencial todo el saber hacer resultante de la ejecución del contrato, debiendo el adjudicatario mantener la información en secreto, sin revelarla de ninguna forma, a ninguna persona física o jurídica que no sea parte del contrato. Los estudios y documentos resultantes de la ejecución del contrato serán propiedad de la Comunidad de Madrid, quien podrá reproducirlos, publicarlos y divulgarlos total o parcialmente.

El adjudicatario no podrá realizar ningún uso o divulgación de dicha documentación, sin autorización expresa del órgano de contratación.

Si el contrato tiene por objeto el desarrollo y la puesta a disposición de productos protegidos por un derecho de propiedad intelectual o industrial, éste será cedido por el adjudicatario a la Administración contratante.

## **PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES**

A los efectos de lo establecido en la Disposición Adicional 25ª de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, el presente contrato no requiere el acceso a ninguno de los tratamientos de datos personales responsabilidad de la Dirección General de la Mujer.

En consecuencia, queda expresamente prohibido el acceso a cualquier actividad de tratamiento de datos personales cuya responsabilidad corresponda a la Dirección General de la Mujer.

Ello sin perjuicio de que, para la adecuada ejecución del presente contrato, el adjudicatario deba de realizar cuantos tratamientos de datos personales resulten necesarios, en cuyo caso responderá a título de Responsable de tratamiento, en los términos establecidos en el artículo 24 del RGPD.

Los tratamientos de datos personales que deba gestionar, y en su caso, crear el adjudicatario para la adecuada ejecución del objeto del presente contrato, quedará sometido a las obligaciones que en materia de protección de datos de las personas físicas impone la normativa vigente y el





presente pliego de cláusulas. Actualmente, el Reglamento UE 2016/679, del Consejo y del Parlamento, de 27 de abril de protección de las personas físicas en lo relativo a los datos de carácter personal la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales, así como cuanta normativa de desarrollo resulte aplicable durante toda la vida del contrato, y sin que sea necesario para dicha aplicación modificación o adenda alguna.

Por último, en lo relativo a los datos personales facilitados por los licitadores personas físicas, que aporten como representante legal de una persona jurídica o como profesional individual, serán tratados de conformidad con la normativa vigente de protección de datos personales que resulte aplicable, en el tratamiento de datos personales “CONTRATACIÓN PÚBLICA” cuyo responsable de tratamiento es la Secretaría General Técnica, de la Consejería de Políticas Sociales y Familia. La finalidad es el cumplimiento de una obligación legal prevista en Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, constando además su consentimiento expreso en la solicitud. En dicha normativa se prevé la comunicación de los datos personales a los órganos de esta Administración para su gestión, y a otras Administraciones o Entidades colaboradoras legalmente previstas para la finalidad declarada.

Se conservarán durante el tiempo necesario para su ejecución y el necesario para determinar las posibles responsabilidades que se pudieran derivar de su finalidad. Asimismo, deberán conservarse durante los periodos establecidos en la normativa de archivos y patrimonio de la Comunidad de Madrid.

Para mayor información, puede consultar en el siguiente enlace [www.comunidad.madrid/protecciondedatos](http://www.comunidad.madrid/protecciondedatos). También puede contactar al delegado de protección de datos en [protecciondatos-psociales@madrid.org](mailto:protecciondatos-psociales@madrid.org), o en la C/ O'Donnell, 50 - Madrid. Para ejercer sus derechos de acceso, rectificación, supresión y los demás que le otorga la normativa vigente (si procede) ha de dirigir al responsable de tratamiento una solicitud firmada, “EJERCICIO DE D. PROT.DATOS” por cualquier medio admitido en derecho, donde conste copia de DNI o consintiendo su consulta.”

## **8.- DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL**

La contratista estará obligada a cumplir con todas las disposiciones vigentes relacionadas con la propiedad industrial e intelectual, concretamente con el Texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, que regulariza, aclara y armoniza las disposiciones legales vigentes sobre la materia; con la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas y el Real Decreto 687/2002, de 12 de julio, que la desarrolla; con la Ley 20/2003, de 7 de julio, de protección jurídica del diseño industrial; con la Ley 19/2006, de 5 de junio, que amplía los medios de tutela de los derechos de la propiedad intelectual e industrial y establece normas procedimentales para facilitar la aplicación de diversos reglamentos comunitarios; y con normativa que la desarrolla o la que lo pueda sustituir.

La contratista cede a la Comunidad de Madrid todos los derechos de autoría y de explotación, incluyendo la explotación en Internet, sobre las obras y creaciones producidas y sobre los datos que se puedan derivar de la presente contratación en cualquier forma. Concretamente cede los siguientes derechos:





- Derecho de reproducción en forma gráfica incluido el material punto de venta, sonora, visual y audiovisual, y/o en cualquier otra forma o tipos de soporte, por cualquier tipo de procedimiento, analógico, digital u otros.
- Derecho de comunicación pública, en concreto, su representación y ejecución por todos los medios y procedimientos a partir de soportes sonoros y/o audiovisuales, su emisión, por cualquier medio de retransmisión y de difusión actualmente existentes.
- Derecho de transformación, en concreto, la actualización, la traducción, adaptación, arreglo, y cualquier otra modificación de su forma que pueda derivar en otra obra o creación.
- Derecho de distribución: La cesión de los derechos de explotación a la Comunidad de Madrid (Consejería de Políticas Sociales y Familia) en cualquier forma y modalidad, incluida la explotación en red reviste carácter de exclusiva por todo el tiempo que tarde la obra en pasar a dominio público y se otorga por el ámbito territorial universal.

En el caso de que el resultado de los trabajos diera lugar a la creación de una obra nueva, pasarán a ser de la exclusiva propiedad de la Comunidad de Madrid, con todos los derechos de propiedad intelectual inherentes a los mismos, con ámbito territorial mundial y por el máximo período de tiempo establecido por la Ley.

En cuanto a los derechos de imagen de los figurantes o de cualquier persona/s que aparezcan en la obra y en cualquier otro elemento que componga la creación de la misma, la contratista tendrá que contratar los derechos de imagen u otros que pudieran corresponderle por un periodo que cubra totalmente los años 2019 y 2020 para que la Consejería, como propietaria de estas piezas, pueda emitirlas en el ámbito territorial de la Comunidad de Madrid y universal en el caso de Internet, sin ningún cargo por éste o de otros conceptos durante el periodo mencionado.

Madrid, a fecha de firma

LA DIRECTORA GENERAL DE LA MUJER

Fdo.: Paula Gómez-Angulo Amorós

