



OSALAN

Laneko Segurtasun eta
Osasunerako Euskal Erakundea
Instituto Vasco de Seguridad y
Salud Laborales



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

Expediente N.º: OS-B1-2025

Objeto de la contratación: empresas externas para la contratación de medios y soportes donde difundir las campañas, acciones publicitarias y otros proyectos de comunicación y marketing de OSALAN.

Tipo de contrato: servicios

Procedimiento: abierto armonizado

Clase: Ordinario

1.- INTRODUCCIÓN

Una de las líneas de trabajo prioritarias de OSALAN es la de difundir la cultura de la prevención de los riesgos laborales, es decir, procurar que la importancia de la prevención de riesgos laborales llegue a toda la población de la Comunidad Autónoma de Euskadi, para lo cual debe intensificar su oferta informativa, formativa y divulgativa, utilizando cuantos medios, canales y soportes tenga a su alcance. Es decir, la ciudadanía de la CAE es la destinataria prioritaria de la comunicación de OSALAN, con la que éste se relaciona de manera directa o bien de manera indirecta a través de medios propios o medios pagados.

En ese sentido, las vías de comunicación se han multiplicado y es necesario que las Administraciones Públicas, en un ejercicio de optimización de los recursos públicos, sean muy eficientes en la forma en la que transmiten los mensajes y en la elección de los canales para llegar a todos los segmentos de la sociedad.

2. OBJETO DEL CONTRATO

La contratación de una empresa externa para el apoyo técnico, asesoramiento, ejecución y seguimiento de programas de compra de espacios publicitarios donde difundir las diferentes campañas y acciones publicitarias de OSALAN, en base a las prioridades de eficacia y aprovechamiento de los recursos públicos, utilidad pública, buen gobierno, transparencia y mejora de la profesionalización del servicio.

3. ALCANCE DEL SERVICIO OBJETO DEL CONTRATO

Este contrato está coordinado por OSALAN para la difusión de campañas y otras acciones publicitarias, sin perjuicio de que la institución contrate puntualmente con otras agencias de

comunicación, marketing, publicidad, empresas de eventos, centrales de medios, o incluso directamente con medios de comunicación, durante el periodo de vigencia del contrato.

Este pliego de prescripciones técnicas detalla el alcance del servicio, las condiciones que regirán la prestación de éste y las especificaciones técnicas que deberá cumplir la empresa adjudicataria.

4. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

El servicio objeto de contratación es la planificación y contratación de medios, soportes y audiencias y evaluación de resultados, considerando que las campañas de abril y octubre habrán de acomodarse a diferentes soportes a través de los cuales se hará la difusión y que, al menos, serán los siguientes:

- Banners, para inserción en medios digitales.
- Piezas para publicidad en prensa
- Cuña radiofónica de 20´.
- Exteriores: soportes publicitarios en los medios de transporte públicos de la CAPV (Metro Bilbao, tranvías, trenes y autobuses) por su impacto de difusión, además de otro tipo de pantallas, mupis, etc.

A su vez, los mensajes mensuales se difundirán a través de los distintos medios de prensa digital, redes sociales y, **especialmente, la radio (cuñas 20´)**.

5. CONDICIONES DEL SERVICIO

Teniendo en cuenta que los principales hitos por desarrollar por Osalan en este campo durante el ejercicio 2025 son:

- sendas campañas de sensibilización y concienciación sobre la importancia de la PRL y la salud laboral que se desarrollarán en dos fases: la primera, en el entorno del Día Mundial de la Seguridad y Salud en el Trabajo (28 de abril) y, la segunda, durante la Semana Europea de SST (semana 43 del año).
- La elaboración de los llamados “consejos mensuales de OSALAN”, que se difundirán a través de cuñas de radio, RR.SS. y medios digitales, siguiendo el modelo y la estructura de las que se han venido realizando en 2024 y que están disponibles en la página web del Organismo.

Y que la empresa adjudicataria de la creatividad se encargará de facilitar en los plazos adecuados los soportes a la empresa adjudicataria de este contrato:

El contenido y condiciones del servicio serán:

- La planificación y contratación de medios, soportes y audiencias (compra programática) mediante las fórmulas más eficientes en cada caso que se necesiten para la ejecución de campañas y acciones de comunicación, a través de la elaboración y ejecución de planes de medios. Los planes en medios se desarrollarán en función de los objetivos y públicos marcados por OSALAN bajo la premisa de optimizar la inversión y conseguir la máxima eficacia y serán validados por la entidad.
- El asesoramiento, investigación de medios y elaboración de informes cuando OSALAN así lo requiera.
- El contratista deberá disponer de una plataforma tecnológica homologada para la gestión, control y la correcta entrega de las creatividades correspondientes a los medios contratados.

Las reuniones de coordinación se celebrarán en la sede de OSALAN.

6.- PERIODO DE EJECUCIÓN

Este contrato de desarrollará desde la fecha de su adjudicación hasta el mes de diciembre del año 2025.

7.- ÁMBITO TERRITORIAL DE LA CAMPAÑA

La campaña será divulgada en toda la Comunidad Autónoma Vasca.

8.- PRESUPUESTO DE LICITACIÓN

El presupuesto máximo de licitación asciende a 395.000€, IVA incluido.

9.- FACTURACIÓN

- 140.000€ al finalizar la campaña de abril, previa conformidad de OSALAN;
- 140.000€ al finalizar la campaña de octubre, previa conformidad de OSALAN;
- 115.000€ al finalizar la planificación y contratación anual de los mensajes mensuales.

Redes sociales y banners:

Dado que tanto la publicidad de pago en redes como los banners en display o programática se contratan por sistema de pujas y, por tanto, no se puede establecer una tabla de descuentos ad hoc, las ofertas deberán reservar la cantidad presupuestaria especificada en el punto 11.2 a estas dos categorías, centrando la segmentación geográfica en la CAPV y provincias limítrofes.

10.- OTROS ASPECTOS DE LA CONTRATACIÓN

Las personas vinculadas a la ejecución del contrato dependerán funcionalmente de la empresa adjudicataria.

La empresa adjudicataria asumirá además los riesgos, obligaciones y responsabilidades propias del desarrollo de la actividad empresarial.

11.- CRITERIOS EVALUABLES

100 puntos

11.1.- Criterio oferta técnica. Ponderación: 45 puntos

Se valorará la difusión que propongan las ofertas en redes sociales, en los medios digitales y la publicidad en prensa, siendo igualmente muy importante colocar las cuñas radiofónicas en horarios y emisoras de mayor audiencia: **30 puntos**.

En exteriores, se valorará el volumen de soportes publicitarios a disponer en las compañías de medios de transporte públicos de la CAPV, atendiendo a sus puestos en el ranking de CIES para el *target core* que nos ocupa: **15 puntos**.

11.2.- Criterios evaluables mediante la aplicación de fórmulas. Ponderación: 55 puntos

La valoración del precio se divide en tres grupos:

- Grupo 1: Comisión de cursado.
- Grupo 2: Descuentos sobre tarifas de soportes y medios consignados en la tabla A.
- Grupo 3: Descuentos sobre tarifas de soportes y medios consignados en la tabla B.

Grupo 1: Comisión de cursado. Ponderación máxima: **6** puntos (2 por cada apartado)

La comisión de cursado máxima admitida será de un 4%. No se admitirá oferta ninguna por encima de ese porcentaje. La oferta de la comisión de cursado no deberá tener más de dos decimales. En caso de que se pongan más de dos decimales, solo se computarán los dos primeros.

Fórmula: 2 multiplicado por la diferencia entre la comisión máxima admitida y la comisión que se valora, dividido por la diferencia entre la comisión máxima admitida y la comisión más baja ofertada:

$$2 \times (\text{comisión máxima admitida} - \text{comisión que se valora})$$

$$(\text{comisión máxima admitida} - \text{comisión más baja ofertada})$$

COMISIÓN DE CURSADO

	(%) COMISIÓN
Prensa diaria	
Radio	
Internet	

Grupo 2: Descuentos sobre tarifas de soportes y medios consignados en la tabla A. Ponderación máxima: **30** puntos (2 puntos por cada soporte y medio consignado) Los descuentos consignados se realizarán sobre las tarifas oficiales del año en curso de cada uno de los medios.

Fórmula: Descuento ofertado por la empresa multiplicado por la máxima puntuación posible (2) y dividido por el máximo descuento ofertado.

$$\frac{\text{Descuento ofertado} \times 2}{\text{Máximo descuento ofertado}}$$

TABLA A		
	DESCUENTO (%)	PUNTOS
PRENSA DIARIA		
El Correo		
Diario Vasco		
Deia		
D. Noticias de Gipuzkoa		
D. Noticias de Álava		
Gara		
Berria		
RADIOS		
SER Euskadi (Convencional)		
40 principales		
Radio EUSKADI		
Euskadi Irratia		
Radio Vitoria		
Radio Gaztea		
Onda Cero		
Radio Popular		

Grupo 3: Descuentos sobre tarifas de soportes y medios consignados en la tabla B.
Ponderación máxima: **19** puntos (1 punto por cada soporte y medio consignado).
Los descuentos consignados se realizarán sobre las tarifas oficiales del año en curso de cada uno de los medios.

Fórmula: Descuento ofertado por la empresa multiplicado por la máxima puntuación posible (1) y dividido por el máximo descuento ofertado.

$$\frac{\text{Descuento ofertado} \times 1}{\text{Máximo descuento ofertado}}$$

TABLA B		
	DESCUENTO (%)	PUNTOS
PRENSA DIARIA		
El País		
El Mundo		
Expansión		
RADIOS		
Bizkaia Irratia		
Grupo Nervión		
Onda Vasca		
COPE Euskadi		
Cadena 100 Euskadi		
OTROS		
deia.com		
elcorreo.com		
diariovasco.com		

Noticiasdealava.com		
Noticiasdegipuzkoa.eus		
eitb.com		
naiz.eus		
berria.eus		
elpais.com		
Metro, Euskotren, Tranvías		
Compañías públicas de bus		

Con respecto a la distribución de publicidad en medios digitales no contemplados en la tabla de descuentos, se recuerda que se debe destinar al menos un 20% del presupuesto dirigido a la difusión de los consejos mensuales y un 25% de la de las campañas de abril y octubre a los siguientes ámbitos:

- Social media ads: Publicidad de pago en Youtube, X, Facebook, Instagram y LinkedIn, valorándose propuesta en otras plataformas.
- Banners en display o programática.

Además, dado que se pretende que las campañas estén optimizadas para un rendimiento adecuado, buscando un impacto en la población de la CAPV, se solicita que la segmentación geográfica se centre en la CAPV y provincias limítrofes.

Nota: tanto en la comisión de cursado como en los descuentos sobre tarifas de soportes y medios consignados en las tablas A y B, el apartado “prensa diaria” se aplicará solamente para las campañas de abril y octubre, siendo radios y digitales aplicables, además de a dichas campañas, al apartado de mensajes mensuales.

No se aceptarán las ofertas desproporcionadas o temerarias en las subastas tal como se recoge en los pliegos de condiciones administrativas particulares (PCAP) atendiendo a los parámetros objetivos para detectarlas que son los que aparecen en los artículos 85 y 86 del RGLCAP. en todo lo que no se oponga a la LCSP.

LEZERTUA
RODRIGUEZ,
JON
(AUTENTICACIÓN)

Firmado digitalmente
por LEZERTUA
RODRIGUEZ, JON
(AUTENTICACIÓN)
Fecha: 2025.01.17
11:32:37 +01'00'