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

EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO
EKONOMIA, LAN ETA ENPLEGU SAILA
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA, TRABAJO Y EMPLEO

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

Expediente N.º: OS-B6-2026
Objeto de la contratación: Apoyo técnico, diseño y seguimiento de proyectos de comunicación y marketing de OSALAN**.**
Tipo de contrato: servicios
Procedimiento: abierto.
Clase: Ordinario.

1.- INTRODUCCIÓN

OSALAN - Instituto Vasco de Seguridad y Salud Laborales, en el marco de su compromiso con la promoción de entornos laborales seguros y saludables, impulsa la presente licitación con el objetivo de contratar servicios profesionales de diseño y apoyo técnico al área de comunicación para el desarrollo de campañas y otros proyectos de comunicación y sensibilización en materia de prevención de riesgos laborales.

La Estrategia Vasca de Seguridad y Salud en el Trabajo 2021-2026 establece como eje prioritario la consolidación de una cultura preventiva en todos los ámbitos de la sociedad. En este contexto, OSALAN considera esencial intensificar su labor divulgativa y formativa, utilizando mensajes y contenidos visuales de alto impacto coherentes con su identidad corporativa.

Con esta licitación, se busca seleccionar empresas especializadas en diseño gráfico y comunicación visual que colaboren en la creación de materiales atractivos, eficaces y plenamente alineados con los valores de OSALAN, contribuyendo así a proyectar su influencia más allá del entorno laboral y reforzar la conciencia social sobre la importancia de la seguridad y salud en el trabajo.

2. OBJETO DEL CONTRATO

La contratación de una empresa externa para el apoyo técnico, asesoramiento, diseño, ejecución y seguimiento de campañas, acciones publicitarias y otros proyectos de comunicación y marketing 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 realización y diseño de campañas y otras acciones publicitarias, sin perjuicio de que la institución contrate puntualmente con otras agencias de comunicación, marketing, publicidad, etc. durante el periodo de vigencia del contrato.

Este pliego de prescripciones técnicas (en adelante, PPT) detalla el alcance del servicio, las características de éste y las especificaciones técnicas que deberá cumplir cada empresa adjudicataria.

4. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

El servicio objeto de contratación es el desarrollo de estrategia, creatividad, diseño y producción de campañas de comunicación y acciones publicitarias, así como el apoyo técnico al área de comunicación de OSALAN en servicios periodísticos y redacción de contenidos.

Por lo que se refiere al desarrollo de estrategia, creatividad, diseño y producción de campañas de comunicación y acciones publicitarias:

- La creación, elaboración y diseño de contenidos y materiales para sendas **campañas de sensibilización de abril y octubre**, 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). Los temas que desarrollar serán los que marca la Organización Internacional del Trabajo para el 28 de abril y la Agencia Europea de SST para la semana de octubre.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), al momento de redactar los presentes pliegos, aún no ha hecho pública la temática oficial de su campaña para el año 2026. En caso de que, en el momento de preparar las ofertas tras la publicación del presente concurso en el Boletín Oficial del País Vasco (BOPV), la OIT no se haya pronunciado al respecto, se tomará como referencia para la campaña de abril de 2026 el lema "El trabajo decente comienza con un trabajo seguro", el cual se encuentra alineado con su Plan Estratégico 2026–2029, titulado "Hacer realidad la justicia social mediante el trabajo decente en un periodo de incertidumbre". Esta elección está en consonancia con el 5º principio fundamental de la OIT: "Entorno de trabajo seguro y saludable".

Del mismo modo, si la Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo no hubiera definido la temática de su campaña para octubre de 2026 en el momento de preparar las ofertas, se considerará como eje temático el lema "Compromiso con la prevención de riesgos laborales", en coherencia con su Plan Estratégico 2025–2027, titulado "Juntos por la salud mental en el trabajo".

La propuesta de las campañas de abril y octubre habrá de acomodarse a diferentes soportes a través de los cuales se hará la difusión y que, al menos, serán los siguientes:

- Piezas audiovisuales para su difusión en redes sociales y en la página web de OSALAN.

- Banners para inserción en medios digitales.

- Piezas publicitarias para prensa impresa.

- Cuña radiofónica de 20 segundos.

- Piezas audiovisuales para soportes publicitarios exteriores de medios de transporte públicos de la CAPV (Metro Bilbao, tranvías, trenes y autobuses), así como en otros formatos como pantallas digitales, mupis, etc.

- Desarrollo de una landing page (o página de aterrizaje) que aporte coherencia al plan de medios y facilite la consecución de los objetivos establecidos.

- Materiales para rueda de prensa: roll-up, cartelería, displays de sobremesa, presentación PowerPoint, entre otros.

- Se elaborarán los llamados **consejos mensuales de OSALAN**. Dichos mensajes responderán a las directrices que marque OSALAN y se articularán en torno a las recomendaciones e informaciones que éste promueve, siguiendo el modelo y la estructura de las que se han venido realizando en años anteriores y que están disponibles en la página web del organismo. Se difundirán mensualmente, a excepción de agosto, como muy tarde a partir de los 30 días siguientes a la fecha de formalización del contrato. Los consejos mensuales se adaptarán para su difusión a través de los distintos medios:

    - Piezas audiovisuales para su difusión en redes sociales, prensa digital y en la página web de OSALAN.

    - Cuñas radiofónicas de 20 segundos para su distribución en emisoras de radio.

- Diseño y realización de **herramientas didácticas en la aplicación móvil de OSALAN**. Se mantendrá la aplicación móvil actualizada y se desarrollarán, al menos, dos herramientas didácticas siguiendo las directrices que marque OSALAN.

La empresa adjudicataria se encargará de facilitar en los plazos adecuados los soportes de creatividad a la empresa encargada de gestionar la inserción en medios. Para ello, se coordinará con la persona designada por el Área de Comunicación de OSALAN que podrá decidir cambios específicos.

La empresa adjudicataria cederá en exclusiva a OSALAN el ejercicio de los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y otros derechos de explotación de las creatividades.

Por lo que se refiere al apoyo técnico al área de comunicación de OSALAN en servicios periodísticos y redacción de contenidos:

- Redacción y publicación, en su caso, de contenidos informativos, entre ellos notas de prensa y convocatorias sobre la actividad de OSALAN, piezas para redes sociales y web, así como documentos e intervenciones u otros formatos que indique la Dirección de OSALAN.

- Otras prestaciones anexas y complementarias.

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

Público destinatario: Aunque se dirigen a toda la sociedad vasca, interesa dirigirse especialmente a toda la población activa, así como a las organizaciones y entidades en que se organiza la PRL.

Uso de las lenguas oficiales en la Comunidad Vasca: Las tareas han de ser realizadas en la lógica de las dos lenguas oficiales existentes en la Comunidad Vasca: castellano y euskera. Los lemas han de ser adecuados y correctos en ambas lenguas.

Uso no sexista del lenguaje y de las imágenes en todos los soportes: Todos los mensajes habrán de observar un uso no sexista del lenguaje y de las imágenes en todos los soportes que se produzcan durante la ejecución del contrato. Así mismo, en caso de que se expongan datos, estos han de estar desagregados por sexo y ser tenidos en cuenta para la elaboración del contenido y la estrategia publicitaria.

5.- PERIODO DE EJECUCIÓN

El periodo de ejecución del contrato será desde el 1 de enero de 2026 (o el día siguiente a la firma si ésta fuera posterior a esta fecha) hasta el 31 de diciembre de 2026.

No obstante, podrá ser prorrogado por un período adicional máximo de un (1) año, previa decisión expresa del órgano de contratación, que deberá notificarse al contratista con una antelación mínima de dos meses respecto a la fecha de finalización del contrato inicial.

La prórroga implicará la continuidad del contrato en los mismos términos y condiciones vigentes, salvo que proceda su modificación de acuerdo con lo previsto en la Ley de Contratos del Sector Público.

La prórroga será obligatoria para el contratista, salvo que concurra alguna de las causas legales de resolución anticipada previstas en la ley, entre ellas el retraso en el pago por parte de la administración superior a seis meses, conforme al artículo 211.f) de la LCSP.

6.- ÁMBITO TERRITORIAL DE LA CAMPAÑA

La campaña será divulgada en toda la Comunidad Autónoma Vasca.

7.- PRESUPUESTO DE LICITACIÓN

El presupuesto máximo de licitación asciende a 110.000€, IVA incluido (21%).

8.- FACTURACIÓN

1/3 del importe total de adjudicación a la fecha de finalización de la campaña de abril, previa conformidad de OSALAN.

1/3 del importe total de adjudicación a la fecha de finalización de la campaña de octubre, previa conformidad de OSALAN.

El pago del importe restante se efectuará tras la finalización del contrato, previa conformidad de OSALAN.

9. DIVISIÓN POR LOTES

No se considera necesaria la división en lotes, ya que el objeto del contrato requiere una ejecución unitaria para garantizar la coherencia estratégica, creativa y visual de las campañas. La fragmentación podría dificultar la coordinación, generar duplicidades y afectar la eficacia del servicio. Por tanto, se opta por un único lote para asegurar una gestión integral, eficiente y homogénea.

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.

En este apartado se valorará especialmente la creatividad de la empresa licitante, su capacidad para adaptar los mensajes a la política comunicativa de OSALAN —basada en enfoques positivos y constructivos—, así como su sensibilidad para evitar la culpabilización de los agentes implicados, manteniendo una clara atribución de responsabilidades. Asimismo, se valorará la flexibilidad operativa para responder de forma ágil y eficaz a los requerimientos de comunicación del organismo y el grado de implicación en las labores de apoyo al gabinete de prensa.

Criterio	**Descripción**	**Puntuación máxima**
Creatividad y estilo original	Diseño, enfoque general y propuesta de estilo original.	15
Mensajes en clave positiva	Adaptación a la política de OSALAN, evitando culpabilización.	10
Disponibilidad	Capacidad de respuesta ágil y eficaz a requerimientos de comunicación.	10
Apoyo a gabinete de prensa	Propuestas de apoyo a la comunicación y gabinete de prensa.	10

Sobre cada uno de estos criterios se realizará una puntuación en base a los siguientes aspectos:

Nivel	**Descripción**	**Puntuación**
Muy bueno	La propuesta está bien desarrollada, aborda con claridad y coherencia todos los aspectos clave requeridos.	80%-100%
Bueno	La propuesta cumple con los aspectos clave requeridos, aunque puede presentar áreas de mejora.	50%-79%
Deficiente	La propuesta no aborda adecuadamente los aspectos clave.	0%-49%

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

1.- Con el objetivo de conseguir dotar al proyecto de la mayor calidad posible, aproximando los contenidos de los mensajes a la PRL, respetando escrupulosamente la perspectiva de género, generando una relación fluida con los medios de comunicación, explotando las posibilidades que ofrecen las redes sociales y con un uso adecuado y natural del euskera, se computarán cinco puntos por la disponibilidad en el equipo de trabajo de profesionales que acrediten las siguientes especialidades (**25 puntos**):

- Formación (Máster o equivalente) y experiencia en materia de igualdad (5 puntos);
- Formación (Licenciatura o Diplomatura) y experiencia en labores de gabinete de prensa (redacción, relación con MCS, notas y ruedas de prensa…) (5 puntos);
- Formación (Máster en PRL) y experiencia en prevención de riesgos laborales (5 puntos);
- Formación (Máster en gestión web) y experiencia en webs y RR.SS. (5 puntos);
- Titulación equivalente al nivel C2 de euskera (5 puntos).

Para poder valorar este criterio las empresas licitadoras deberán entregar copia de los contratos de las personas que van a participar en la ejecución de los servicios o declaración responsable de la voluntad de contratación (especificando número y categoría profesional), en caso de que se necesite contratar personal, junto a la documentación que acredite el cumplimiento del requisito (titulación obtenida tras la formación).

2.- Precio (**30 puntos**)

- Criterio: OFERTA ECONÓMICA
- Ponderación: 30 puntos
- Fórmula: Fórmula: PL = (OME/OV) x30
- Se asignará la mayor valoración a la oferta más económica. El resto de las ofertas se valorarán proporcionalmente a la anterior.
- PL= Puntuación empresa licitadora
- OME= Oferta más económica
- OV= Oferta a valorar