

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

Expediente nº: OS-B18-2023

Objeto de la contratación: Diseño, planificación y compra de una campaña de sensibilización para la P.R.L. y la seguridad y salud en el trabajo.

Tipo de contrato: servicios

Procedimiento: abierto

Clase: ordinario

INTRODUCCIÓN

La consecución de la seguridad y salud laborales, el fomento de la prevención de los riesgos laborales, en definitiva, el derecho de todas las personas a desempeñar su trabajo en un entorno saludable y que contribuya a su bienestar son objetivos que toda sociedad debe perseguir.

Osalan-Instituto Vasco de Seguridad y Salud Laborales trabaja por plantear metas alcanzables en este terreno, teniendo en cuenta el entorno complejo y sujeto a cambios en los planos laboral, económico y social que está viviendo nuestra sociedad.

La situación que en este momento está priorizando la Agencia Europea de SST (EU-OSHA) es **2023 - 2025: Trabajo seguro y saludable en la era digital**. Lo que la Agencia propone es crear conciencia sobre el impacto de las nuevas tecnologías digitales en el trabajo y los lugares de trabajo y los desafíos y oportunidades relacionados con la seguridad y la salud en el trabajo (SST).

En esta línea, OSALAN, más allá de atender las necesidades cotidianas, procura estar alerta ante los cambios que se van dando en las condiciones de trabajo y, como consecuencia, ante los nuevos riesgos que pueden conllevar, con el fin de adaptar adecuadamente la prevención de riesgos laborales a esas nuevas circunstancias.

Porque en prevención siempre hay que mirar hacia el futuro, estudiar y analizar los riesgos existentes para adelantarnos a ellos y evitarlos.

Y, de un tiempo a esta parte, está teniendo lugar una eclosión del trabajo en entornos digitales, algo que las actuales circunstancias en que vivimos no han hecho sino potenciar y que es en sí misma una revolución del mundo del trabajo.

Por esta razón, OSALAN ha elegido este año abordar desde una perspectiva interdisciplinar los más relevantes problemas en materia de salud y seguridad en el trabajo que plantea la mencionada irrupción de la economía de plataformas digitales, un entorno que agrupa plataformas de trabajo basadas en la web y que, por su naturaleza, pueden desdibujar progresivamente el rol clásico del empresariado, por ejemplo, a la hora de facilitar los recursos necesarios para el desempeño o en la gestión asociada a la producción.

A día de hoy, el trabajo en plataformas digitales se proyecta en ámbitos como la logística, los servicios, la alimentación, el transporte, las mercancías, las finanzas, el aprendizaje, la salud y el bienestar, las instituciones, ... y es difícil encontrar un entorno totalmente ajeno a ellas. A la vez que esta realidad nos hace conscientes del peso de este tipo de actividades, también deducimos de ello su importancia económica.

Sin embargo, el estatus laboral de quienes trabajan en -o para- estos entornos digitales y su acceso a los mecanismos de protección social es todavía muy incipiente. En la práctica, su autonomía laboral es reducida y el control sobre la propia actividad es escaso salvo excepciones; los sistemas de retribución son variables, desconociendo muchas veces la fiscalidad aplicada; en general, se da una sobrecualificación pero, a la vez, no existen información y formación sobre el trabajo a realizar y, en la mayor parte de los casos, no hay representación de quienes trabajan en estas modalidades. Así mismo, la utilización de las nuevas tecnologías genera cambios importantes en las condiciones de trabajo, y los esfuerzos físicos y las condiciones adversas son cuestiones ajenas a su organización.

De este modo, junto a los riesgos laborales más generales (seguridad vial laboral o riesgos ergonómicos o higiénicos por mencionar algunos) identificamos factores de riesgo específicos. Algunos, vinculados con el uso de las propias plataformas (hiperconexión, monitorización, invisibilidad, falta de contacto social, precariedad); otros, relacionados con la organización del trabajo (aislamiento, reputación digital, algoritmos gestores, etc...).

Por su parte, el Consejo General de Osalan aprobó en 2021 la Estrategia Vasca de Seguridad y Salud en el Trabajo 2021-2026, que tiene como marco conceptual la idea de que el trabajo es un determinante de la salud y que, como tal, debe tener como principio inspirador que hay que perseguir un entorno de trabajo saludable como parte de una vida saludable para todos y todas, objetivo a desarrollar a través de tres ejes: la sociedad (que exige que se pongan en marcha las medidas organizativas y de prevención necesarias), las organizaciones (que deben considerar la PRL como signo de excelencia empresarial), y las administraciones (que deben desarrollar políticas que fomenten y protejan la salud de las personas trabajadoras).

Por ello, y siguiendo la línea marcada por la Agencia Europea de SST, **Trabajo seguro y saludable en la era digital**, que propone cinco áreas prioritarias para estructurar la campaña (trabajo en plataformas digitales, robótica avanzada e inteligencia artificial, trabajo remoto, sistemas digitales inteligentes y gestión de trabajadores a través de inteligencia artificial), Osalan, volverá a poner en marcha durante la Semana Europea de SST del año 2023 iniciativas de difusión y sensibilización sobre PRL, con el objetivo de contribuir a la amplificación del eco de la campaña de la Agencia Europea.

1.- OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es, por una parte, la elaboración de una campaña de publicidad **que se complemente en dos fases**, a través de la creación, elaboración y diseño de contenidos y materiales que impulsen la sensibilización y concienciación sobre la importancia de prevenir los riesgos que conllevan las nuevas formas de trabajo y, por otra, la planificación y compra de espacios publicitarios en medios de comunicación y el apoyo al impulso y gestión de la página web del organismo y de su visibilización en las redes sociales.

La campaña se desarrollará durante la Semana Europea de SST (semana 43) del año.

Como orientaciones generales, la creatividad deberá expresar las siguientes ideas básicas:

- La importancia de **aunar los esfuerzos** del empresariado, las y los trabajadores, sus representantes, los servicios de prevención y, en definitiva, todos los agentes para mejorar la prevención.
- Y que incentive el impulso de actividades dirigidas a mejorar la organización y las condiciones de trabajo, a promover la participación activa y a favorecer el desarrollo individual.

En este contrato se valorarán especialmente la creatividad de la empresa licitante, su disponibilidad y flexibilidad para responder ágil y eficazmente a los requerimientos de comunicación de Osalan y su contrastada experiencia en gestión y diseño de páginas web y uso de redes sociales.

Los soportes de la campaña se realizarán tanto para distintos medios de comunicación convencional (prensa escrita y digital y radio) como para redes sociales, donde se harán circular los materiales sensibilizadores de la campaña. Asimismo, el material creativo se podrá utilizar en diferentes sesiones de formación y sensibilización que organice Osalan durante el año.

Concretamente, se tendrán en cuenta:

- Cartelería exterior (marquesinas, oppis, etc.);
- Internet y redes sociales;
- Prensa y medios digitales;
- Radios.

2.- PERIODO DE EJECUCIÓN

Este contrato de desarrollará desde la fecha de su adjudicación hasta el mes de diciembre del año 2023, centrando la difusión en torno a la Semana Europea de SST.

3.- TAREAS A REALIZAR

3.1. Creatividad de la campaña

La campaña habrá de contar con una imagen y un lema acordes con el objetivo de la misma.

3.2.- Público destinatario

Aunque se dirige a toda la sociedad vasca, está destinada especialmente a toda la población activa así como a las organizaciones y entidades en que se organiza la PRL.

3.3.- Uso de las lenguas oficiales en la Comunidad Vasca

La campaña ha de ser realizada en la lógica de las dos lenguas oficiales existentes en la Comunidad Vasca: castellano y euskera. El lema ha de ser adecuado y correcto en ambas lenguas.

3.4.- Uso no sexista del lenguaje y de las imágenes en todos los soportes

La campaña habrá 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.

3.5. Soportes para la difusión de la campaña

La propuesta de campaña habrá de acomodarse a diferentes soportes a través de los cuales se hará la difusión de la misma y que, al menos, serán los siguientes:

- **Pieza audiovisual** para su circulación en redes sociales y la página web de Osalan. Se diseñará el guion visual de la pieza en euskera y castellano.
- **Banners**, en euskera y castellano, para inserción en distintas páginas web.
- **Piezas para publicidad en prensa escrita**. En euskera y castellano.
- **Cuña o cuñas radiofónicas**. Se diseñarán y grabarán las cuñas en euskera y castellano.

La empresa adjudicataria se encargará de facilitar los soportes de creatividad de la campaña a los medios contratados para su difusión. Para ello, se coordinará con la persona designada por el Área de Comunicación de Osalan que podrá decidir cambios específicos en la creatividad de la campaña.

La empresa adjudicataria cederá en exclusiva a Osalan el ejercicio de los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y otros derechos de explotación de la creatividad de la campaña.

3.6.- Planificación y contratación de espacios publicitarios en medios de comunicación para la difusión de la campaña;

La selección de medios y soportes se establecerá por criterios objetivos que implicarán grado de influencia, eficacia, pertinencia en cuanto a público objetivo y el presupuesto asignado a cada acción.

Se argumentará con informes la idoneidad de la elección de los medios/soportes como parte de una estrategia integral que tenga en cuenta al público objetivo.

Se valorará que la empresa argumente de manera clara sus acciones y propuestas, de manera visual orientada a una mejor toma de decisiones por Osalan.

3.7.- Ámbito territorial de la campaña

La campaña será divulgada en toda la Comunidad Autónoma Vasca.

3.8.- Seguimiento

La empresa adjudicataria mantendrá la necesaria comunicación con Osalan en el desarrollo de sus responsabilidades y tareas, bien a través de reuniones presenciales y/o a través de otros canales de comunicación.

4.- PRESUPUESTO DE LICITACIÓN

El presupuesto máximo de licitación asciende a 230.000€, IVA incluido (21%).

5- CONDICIONES DE LA CONTRATACIÓN

Osalan se reserva el derecho de hacer un seguimiento en todo momento de la realización y desarrollo del plan de trabajo de la empresa adjudicataria, a fin de que se cumplan las condiciones fijadas en el presente pliego.

6.- PLAZO DE ENTREGA DE LOS MATERIALES

La fecha límite para la entrega de todos los materiales elaborados para la campaña en sus diferentes soportes es el 6 de octubre.

6.- FACTURACIÓN

- 50% del importe de adjudicación, a la entrega de los materiales originales para la campaña, previa conformidad de Osalan.
- 50%, a la fecha de finalización de la campaña, previa conformidad de Osalan.

7.- OTROS ASPECTOS DE LA CONTRATACIÓN

Las personas vinculadas a la ejecución del contrato dependerán funcional y orgánicamente de la empresa adjudicataria.

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

La propuesta deberá argumentar la planificación y agenda más adecuadas para la mayor rentabilidad y eficacia de la campaña.

Todos los gastos que se deriven de la planificación, compra y tramitación deben incluirse en el presupuesto.

8.- CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS

- 1. Criterios evaluables de forma automática mediante la aplicación de fórmulas:**

PRECIO: Ponderación: 52 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: 4 puntos (1 por cada apartado)

La comisión de cursado máxima admitida para la agencia 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 decimales, solo se computarán los dos primeros)

Fórmula: 1 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:

$$\frac{1 \times (\text{comisión máxima admitida} - \text{comisión que se valora})}{\text{comisión máxima admitida} - \text{comisión más baja ofertada}}$$

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.

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

Grupo 3: Descuentos sobre tarifas de soportes y medios consignados en la tabla B. Ponderación máxima: 18 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.

Descuento ofertado x 1

Máximo descuento ofertado

2. Criterio oferta técnica: Ponderación: **48** puntos.

Descripción del método de valoración del criterio: El servicio que se pretende contratar requiere una metodología, una relación estrecha con el Instituto contratante tanto funcionalmente como de seguimiento del producto. En este marco, se valorarán:

1.- El enfoque general y la propuesta de un estilo original con los que abordar el diseño y creatividad de la campaña que faciliten la sensibilización de la población en materia de prevención de riesgos laborales y salud laboral: **20** puntos.

2.- El planteamiento de espacios publicitarios y medios que procuren la máxima difusión de la campaña. **18** puntos.

3.- En ocasiones, se hace necesario atender a situaciones que requieren una especial disponibilidad. Por tanto, igualmente se van a valorar las propuestas para la adopción de soluciones con inmediatez, lo que requiere del contratista la disposición de servicio de diseño y producción de las distintas piezas publicitarias, así como aquellas propuestas de apoyo a la comunicación de Osalan que no estén explícitamente contempladas en estos pliegos. **5** puntos

4.- En estrecha relación con el punto anterior, la comunicación de Osalan tiene un soporte básico en su página web, que le aporta dinamismo y flexibilidad a la hora de modular sus mensajes en un entorno cambiante. En ese sentido, se valorará la capacidad y la versatilidad del contratista para el mantenimiento del portal web del Instituto y la realización de piezas de diseño gráfico que lo acompañen. **5** puntos