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

EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS
Expediente nº: OS-B37-2023 **Objeto de la contratación:** diseño, planificación y compra de espacios para campañas de sensibilización para la seguridad y salud en el trabajo. **Tipo de contrato:** servicios **Procedimiento:** abierto armonizado **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 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, junto a la atención de las necesidades cotidianas, que no debe enn en ningún caso ser desatendidas, 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.

Y es que la utilización de las nuevas tecnologías genera cambios importantes en las condiciones de trabajo y, 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 esta razón, OSALAN ha elegido continuar en el año 2024 el abordaje desde una perspectiva interdisciplinar de los más relevantes problemas en materia de salud y seguridad en el trabajo que plantea la mencionada irrupción de la economía de plataformas digitales,.

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.

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 el año 2024 iniciativas de difusión y sensibilización sobre PRL.

1.- OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es, por una parte, la elaboración de sendas campañas de publicidad así como de mensajes de sensibilización sobre una gestión activa y participativa de la seguridad y salud en los lugares 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.

Las campañas de publicidad consistirán en:

- la creación, elaboración y diseño de contenidos y materiales para sendas campañas de sensibilización y concienciación sobre la importancia de prevenir los riesgos que conllevan las nuevas formas de trabajo que se desarrollarán en dos fases complementarias: 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). Al formar parte de campañas divididas en dos fases temporales, además

de que ambas se complementen, la segunda deberá reforzar los mensajes y contenidos de la primera.

- Por otra parte, se elaborarán y difundirán mensajes de sensibilización sobre una gestión activa y participativa de la seguridad y salud en los lugares de trabajo que se difundirán a través de cuñas de radio, RR.SS.y medios digitales. Dichos mensajes responderán a las directrices que marque Osalan y se articularán en torno a una estructura que muestre que son recomendaciones e informaciones que promueve Osalan (por ejemplo: “Osalan informa”) y se difundirán mensualmente (uno cada mes) como muy tarde a partir de los 30 días siguientes a la fecha de formalización del contrato.

En este contrato se valorarán especialmente la creatividad de la empresa licitante, su disponiblidad 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.

2.- PERIODO DE EJECUCIÓN

Este contrato de desarrollará desde la fecha de su adjudicación hasta el mes de diciembre del año 2024.

3.- TAREAS A REALIZAR

3.1. Creatividad de las dos fases de la campaña;

3.2. Elaboración de los mensajes mensuales;

3.3.- 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.

3.4.- 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.

3.5.- 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.

3.6. Soportes para la difusión de las campañas

3.6.1. 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:

- **Pieza audiovisual** para su circulación en **redes sociales y la página web** de Osalan.
- **Banners**, para inserción en medios digitales.
- **Piezas para publicidad en prensa escrita**.
- **Cuña radiofónica**.
- **Exteriores**: pantallas, mupis, etc.

3.6.2. La difusión de los mensajes mensuales contemplará los distintos medios de prensa digital, redes sociales y, **especialmente, la radio**.

La empresa adjudicataria se encargará de facilitar en los plazos adecuados los soportes de creatividad a los medios contratados. 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 la creatividad.

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

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.

3.8.- Ámbito territorial de la campaña

La campaña será divulgada en toda la Comunidad Autónoma Vasca.

3.9.- 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 420.000€, IVA incluido (21%). De ellos, 320.000€ se destinarán a las campañas de abril y octubre y 100.000€ a la elaboración y difusión de los mensajes mensuales.

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.- FACTURACIÓN

- 160.000€ a la fecha de finalización de la campaña de abril, previa conformidad de Osalan;
- 160.000€ a la fecha de finalización de la campaña de octubre, previa conformidad de Osalan;
- 100.000€ a la fecha de entrega de los materiales de los mensajes mensuales y de la planificación y compra de espacios en los medios de difusión.

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 las campañas.

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

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

1) **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: 3 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 de dos 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:

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

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.

$$\frac{\text{Descuento ofertado x2}}{\text{Máximo descuento ofertado}}$$

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		
DIGITALES		
deia.com		
elcorreo.com		
diariovasco.com		
Noticiasdealava.com		
Noticiasdegipuzkoa.eus		
eitb.com		
naiz.eus		
berria.eus		
elpais.com		
eldiarionorte.es		
El Karma		

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.

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 las campañas 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