

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE AGENCIA DE MARKETING PARA LA CREACIÓN Y PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS DE POSICIONAMIENTO CON LA CIUDADANÍA DE FORMA OMNISCANAL POR EL BANCO DE SANGRE Y TEJIDOS

Expte. CSE/1000/1100006466/25/PO

Objeto de la licitación

Constituye el objeto de la licitación la contratación de un servicio de agencia de marketing para la creación y producción de contenidos de posicionamiento con la ciudadanía de forma omniscanal con el objetivo de conseguir las donaciones necesarias para atender a los enfermos.

Características y contenido del objeto del contrato

Se requiere que el adjudicatario se responsabilice de las siguientes funciones:

- 1. Asesoramiento estratégico:** definir junto con el equipo de marketing y comunicación del Banco de Sangre y Tejidos la propuesta de estrategia de campañas de Marketing y comunicación que ayuden al banco a alcanzar sus objetivos cualitativos y cuantitativos, de posicionamiento, de imagen de marca, de notoriedad, captación y fidelización de donantes.

Se contemplan todas las líneas de actividad del banco: corporativo, sangre, plasma, médula tejada, cordón, leche, terapias celulares e investigación.

Su alcance es para todos los grupos de interés: donantes, pacientes, hospitales, voluntarios, comunidad científica, administración, equipo humano, sociedad y profesionales de la salud.

- 2. Branding:** Velar por la imagen de marca del BST, marcando la dirección de arte de todos los materiales de comunicación definiendo la personalidad, estilo, tono y universo gráfico del BST.
- 3. Soluciones creativas:** plantear anualmente solución creativa de la campaña corporativa del BST, así como su aplicación en las campañas tácticas de semana santa, verano, Navidad, maratón, y en campañas para segmentos como empresas, escuelas, ayuntamientos, universidades, para colaboraciones especiales como bomberos, mossos, teatros, sitios emblemáticos, etc.

Declinar la solución en todas las líneas de actividad: sangre, plasma, médula, leche, tejidos, cordón, terapias celulares, e investigación., y en los grupos de interés que corresponda.

- 4. Campañas tácticas:** propuesta de acciones dinamizadoras de campañas de captación. Desde el concepto, su ubicación, incentivos, acciones de street marketing, redes, medios, y canales alternativos. Proactividad en la puesta en marcha de nuevas acciones comunicativas. Asesoría y gestión de oportunidades.
- 5. Comunicación one to one:** definir e implantar junto al equipo de marketing y comunicación del Banco de Sangre y Tejidos las acciones de comunicación a impulsar a lo largo de la vida de los donantes: estrategia de segmentación de donantes y definición del journey de comunicación para cada segmento: qué mensajes, en qué momento y a través de qué canales recibirán los donantes en función de su perfil y momento vital.
- 6. Experiencia de usuario:** propuesta de acciones que mejoren la experiencia de la donación, redunden en una mayor fidelización de los grupos de interés del BST: donantes, clientes, etc.
- 7. Servicio de diseño gráfico:** producción de creativities, elaboración y adaptación de la imagen a las diferentes medidas por redes sociales, web, e-mailings, folletos, pósters, roll ups, medios masivos, street marketing, piezas para los centros y puntos de donación, etc.
- 8. Redes sociales:** planificar, diseñar, producir los contenidos derivados de las campañas corporativas o tácticas específicas, concretamente: maratones, verano, semana santa, festivo, vuelta a la rutina, navidad y/o colectivos específicos. Asesoramiento y propuesta de estrategias para mejorar el rendimiento de cada red en la que el Banco de Sangre y Tejidos tiene presencia. Plan de marca personal de las personas clave de la organización.

Ampliación de Servicio Opcional por el BST: Gestión Integral de Redes Sociales

En caso de que el Banco de Sangre y Tejidos decida optar por esta opción, el adjudicatario se compromete a proporcionar una gestión integral de las redes sociales de forma constante por toda la actividad, de la organización, incluyendo las siguientes funciones:

1. Producción de Contenidos: Desarrollo y producción de contenidos para las redes sociales, incluyendo imágenes, vídeos, textos y otros formatos necesarios para una comunicación efectiva.
2. Gestión de Contenidos: Publicación programada de contenidos en las distintas redes sociales, asegurando una presencia constante y coherencia con la estrategia de comunicación establecida.
3. Interacción y Resolución de Peticiones: Gestión activa de las interacciones con la comunidad en las redes sociales, incluyendo respuesta a consultas, comentarios y mensajes privados, así como la resolución de peticiones de donantes y otros stakeholders.
4. Monitorización e Informes: Seguimiento de la actividad y el engagement en las redes sociales, así como la preparación de informes periódicos sobre el rendimiento de las campañas y la evolución de la presencia online.
5. Optimización de Rendimiento: Desarrollo e implementación de estrategias para mejorar el rendimiento de las redes sociales, incluyendo la optimización del contenido, el incremento del engagement y el aumento de la base de seguidores.

6. Asesoramiento Estratégico: Proporcionar asesoramiento estratégico sobre el uso de las redes sociales para conseguir los objetivos de comunicación y captación de donantes del Banco de Sangre y Tejidos.

Este servicio opcional ampliado proporcionará una solución integral para la presencia online del Banco de Sangre y Tejidos, asegurando una comunicación efectiva y una interacción significativa con la comunidad.

Es importante tener en consideración que esta parte del servicio, su aplicación estará condicionada a la decisión del Banco de Sangre y Tejidos según sus necesidades

La empresa adjudicataria estará obligada en la ejecución de este contrato en:

- Trabajar en la propuesta estratégica de comunicación
- Adecuar el tono y estilo comunicativo de acuerdo con el equipo de comunicación del Banco de Sangre y Tejidos y las características de cada canal
- Propuesta de campaña corporativa, adaptación a las líneas de actividad ya los grupos de interés.
- Proponer las campañas tácticas: contenidos, gráficas, canales, localizaciones. Trabajar en las acciones de comunicación segmentadas dirigidas a los grupos de interés del BST.

- Planificar los contenidos de acuerdo a las necesidades fijadas por el área de Marketing y comunicación y emitirlos siguiendo un calendario definido conjuntamente. Proponer acciones de mejora de la experiencia de usuario
- Diseñar y producir creativities para cada pieza de campaña.
- Elaborar informes de seguimiento cuantitativos y cualitativos de cada una de las acciones de acuerdo con las peticiones del Banco de Sangre y Tejidos.
- Seguir los manuales de usos y presencia activa de la Generalidad de Cataluña en redes sociales.
- Hacer formación en el equipo de promoción y comunicación compartiendo conocimiento sobre las nuevas tendencias en comunicación de las diferentes plataformas.

Interlocutores del contrato/coordinación

Este contrato tendrá un interlocutor que se encargará de la gestión del mismo y supervisará su ejecución, a fin de asegurar la correcta realización del objeto contractual.

El interlocutor será un técnico del Departamento de Marketing y Comunicación del BST.

El adjudicatario designará un responsable de coordinación que será el interlocutor con el responsable del contrato en relación con el funcionamiento ordinario del servicio y el seguimiento

de la planificación de los servicios que se encarguen.

La coordinación de las tareas encargadas por el BST se realizará vía telefónica, telemática o con reuniones de seguimiento periódicas en las que se evaluará el correcto desarrollo del servicio.

Personal encargado de la ejecución del contrato

Las empresas licitadoras tendrán que hacer constar las personas que serán responsables ante el BST, indicando el nombre y apellidos, teléfonos fijos y móviles y correo electrónico

Éstas deberán aportar el correspondiente CV detallado, identificando expresamente años de experiencia vinculada al objeto del contrato, y especialmente en el ámbito del sector salud y actividades con entidades del 3er sector y/o ámbito social,

Para acreditar la experiencia es necesario aportar nombre del cliente, el CIF y los datos de contacto del contratante, el nombre de la red social y la fecha de inicio y finalización del contrato.

Obligación de confidencialidad

La empresa y sus trabajadores y colaboradores que participen en la ejecución de este contrato guardarán absoluta reserva de todos los temas y materias a los que tengan acceso como consecuencia de la ejecución del contrato y en relación con los documentos que no tengan por finalidad la publicación o la exposición pública.

La firma del correspondiente contrato supondrá la formalización y aceptación del pacto de confidencialidad.

Estas obligaciones subsistirán incluso después de finalizar y extinguirse la vinculación derivada del contrato suscrito.

Obligaciones de la empresa durante la ejecución del contrato

La empresa contratista se compromete a dedicar los recursos humanos y materiales necesarios para la correcta ejecución del contrato.

El personal de la empresa adjudicataria dependerá exclusivamente de la empresa adjudicataria y no adquirirá ningún vínculo laboral con el BST.

La oferta incluirá la creatividad, diseño y producción de contenidos en todos los formatos necesarios por todos los canales: imágenes, audios, vídeos, etcétera.

Propiedad intelectual y/o industrial

La empresa adjudicataria cederá al Banco de Sangre y Tejidos gratuitamente y con carácter de exclusiva, sin límite de tiempo y para todo el ámbito territorial universal, los derechos de explotación de la propiedad intelectual de los contenidos y creatividades realizadas



para la prestación del objeto contractual, en cualquier forma y, en especial, en todas sus modalidades

Presentación ofertas:

1) Contenido del sobre A - Documentación administrativa

Las empresas licitadoras en el sobre A de documentación administrativa deben presentar la siguiente documentación: DEUC y Declaración Responsable (anexo núm. 2).

2) Contenido del sobre B - Documentación técnica

Proposición técnica (formato libre): será necesario que las empresas licitadoras aporten una propuesta técnica, en la que especifiquen los siguientes ítems que serán evaluados de acuerdo con lo previsto en los criterios evaluables mediante juicio de valor previstos entre los criterios de adjudicación del PCAP . Una vez recibida y abierta la propuesta técnica, si se considera necesario para la mejor comprensión de la misma, se solicitará que se presente al equipo de Marketing y comunicación del Banco de Sangre en las instalaciones de la empresa licitadora.

a) Alcance y Enfoque de la solución propuesta

- Presentación del proyecto y visión global
- Propuesta de proyecto técnico detallado en el que se describa el modelo de trabajo: recursos, metodología de trabajo, herramientas de seguimiento, etc.

b) Propuesta estratégica

Propuesta del enfoque estratégico de las acciones de Marketing y comunicación a desarrollar.

c) Propuesta creativa

Propuesta creativa de una campaña táctica para la captación de donantes jóvenes, concepto y línea gráfica.

d) Enfoque para Redes sociales:

Propuesta de modelo de gestión integral de redes sociales.

En ningún caso, en este sobre, se tendrán que incorporar los CV del personal dedicado y/o asignado la proyecto

3) Contenido del sobre C - Documentación económica y criterios automáticos

Oferta económica

La propuesta económica debe ser presentada por el licitador de forma separada por la parte general del servicio, sin incluir la ampliación de las redes sociales, incluyendo todos los aspectos detallados en las prescripciones técnicas, debidamente firmada con el modelo que se adjunta como anexo 4 del PCAP.

El importe de licitación es considerado como máximo tanto del ejercicio en curso, como el siguientes, y las ofertas no podrán sobrepasar este importe.

Otros elementos de aplicación de criterios automáticos

Tarifa mensual por la ampliación del servicio con la gestión integral de las redes sociales : Además de la parte general del servicio, las empresas licitadoras deben presentar en este apartado, el importe de un atarifa fija mensual que supondría esta ampliación del servicio, que deberá incluir los costes adicionales asociados a la gestión integral de las redes sociales, incluyendo todas las funciones especificadas en la ampliación del servicio.

Habrà que descargarse de la plataforma de contratación la plantilla llamada "Formulario Propuesta Tarifa ampliacion servicio.xlsx", cumplimentar únicamente los apartados de color azul claro. El resto de campos, no deben modificarse ni alterarse de ninguna manera.

Experiencia profesional: será necesario que las empresas licitadoras aporten la documentación necesaria en la que acrediten la experiencia del personal que ejecutará el servicio de acuerdo con lo previsto en los criterios automáticos detallados en el PCAP, específicamente los CV con la experiencia acreditada.

Facturación del contrato

En cuanto a las facturas, el adjudicatario las hará electrónicamente o deberá enviar al Departamento de Contabilidad del BST, Passeig Taulat, 116 (08005-Barcelona).

La facturación del contrato se efectuará de forma mensual.