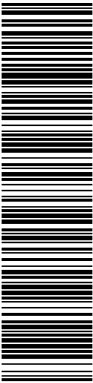


DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrqueting i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 1 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39
	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E51D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

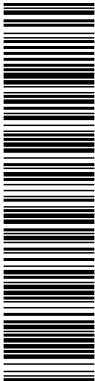


L'Observatori social, ambiental i de salut.
PB/ATB
Núm. Exp.: 2025/701

PLEC DE PRESCIPCIONS TÈCNIQUES

Servei d'execució d'un pla de màrqueting i comunicació online i offline de la cohort digital GiroStudi de l'Observatori de Dipsalut.

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrqueting i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 2 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



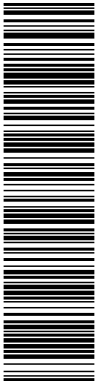
Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D922EB651D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Miljançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut>



Índex

1. Antecedents	3
2. Execució del pla de màrqueting i comunicació online i offline de la cohort Girostudi. 4	
2.1. Àmbit d'aplicació.....	4
2.2. Objecte del contracte.....	4
2.3. La cohort de GiroStudi.....	5
2.3.1. Criteris d'inclusió i exclusió de la mostra.....	7
2.3.2. Distribució territorial del mostreig.....	7
2.3.3. Municipis de substitució	7
2.4. Desenvolupament del pla de màrqueting i comunicació	8
2.4.1. Reptes i estratègies	8
2.4.2. Fases d'execució	10
2.4.3. Calendarització de la campanya multicanal	17
2.4.4. Pla de mitjans	19
2.4.5. Coordinació projecte	22
2.4.6. Les llengües del projecte	23
2.4.9. Pla de formació	24
2.4.10. Ciència ciutadana	25
2.4.11. Millores i innovacions.....	26
2.4.12. Imatge corporativa	27
2.4.13. Comunicacions i gestió de crisis	28
2.4.14. Difusió a través de les xarxes socials	28
2.4.15. Marxandatge.....	29
2.4.16. Transferència de la informació a la finalització del contracte.....	29
2.4.17. Manual d'estil.....	30
2.4.18. Sostenibilitat	30
3. Annex.....	31

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tècnic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 3 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D692EB6E5D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut



1. ANTECEDENTS

L'Observatori de Dipsalut es crea per tal de facilitar informació i dades als municipis de la demarcació amb la finalitat d'afavorir polítiques locals d'equitat. Així mateix, també pretén que el coneixement generat pugui ser útil per als agents socials de la demarcació amb la voluntat última d'afavorir el bé comú, el desenvolupament sostenible i la justícia social.

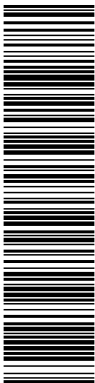
Per al desenvolupament de les seves funcions de seguiment i monitoratge dels determinants socials i de la salut a la demarcació de Girona, treballa amb dades per a generar indicadors. Aquestes dades poden ser dades ja existents per la demarcació o bé dades de nova creació a través de la planificació de sistemes propis de monitoratge. Actualment, amb la finalitat de generar dades inexistents per a la demarcació de Girona, L'Observatori crearà una cohort poblacional longitudinal de prop d'unes 3.650 persones residents entre 16 i 79 anys a la demarcació que es seguiran durant un període de 10 anys. Aquestes dades seran clau per a la construcció d'indicadors que l'Observatori podrà oferir a la ciutadania i als agents de la demarcació.

Així mateix aquestes dades no només seran explotables per a l'Observatori sinó que també podran nodrir nombrosos projectes de recerca o respondre a necessitats d'altres actors socials. Per a que el desenvolupament d'aquesta cohort, anomenada [GiroStudi](#), esdevingui exitós serà clau que s'aconsegueixi un bon nivell de coneixement de la iniciativa entre la població de la demarcació que garanteixi un alt nivell d'acceptació en la fase de reclutament de la mostra. La mostra estarà configurada per aquelles persones que accepten formar part de la cohort. Es comptarà amb dues tipologies de mostra.

Per una banda hi haurà la **mostra controlada** que vindrà determinada a priori per l'ens estadístic que realitzi el procediment de mostreig. Aquesta mostra serà la que permetrà obtenir la representació de la població de la demarcació i serà clau per a que la cohort tingui una alta significació estadística (grau en què les dades obtingudes de la mostra són representatives de la població). D'altra banda, hi haurà la [mostra oberta](#), que estarà constituïda per totes aquelles persones que, de forma voluntària, vulguin formar part de la cohort. A partir d'aquesta mostra oberta es podran endegar processos de ciència ciutadana que facilitaran, entre d'altres, captació de noves dades, la participació de la ciutadania i generació de nous projectes de recerca.

La mostra controlada es començarà a captar aproximadament a mitjans del 2025 i durarà entre 6 i 9 mesos, fins a assolir el volum de mostra objectiu. El moment exacte d'inici de la captació de la mostra controlada i la progressió en la mateixa dependrà de l'observatori de Dipsalut i l'empresa que realitzi el reclutament. La captació de la mostra oberta s'iniciarà un cop hagi finalitzat la captació de la mostra controlada.

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tècnic servei execució pla de màrqueting i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 4 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6929EB651D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut>



Per tot l'esmentat, esdevé clau la dimensió comunicativa del projecte. Caldrà que es planifiqui curosament la difusió del projecte així com tots els seus elements comunicatius vinculats durant tot el projecte però especialment durant el seu inici, i amb especial èmfasi en la fase de reclutament de la mostra, tan oberta com controlada.

A fi de conèixer de forma detallada totes les accions a planificar i executar per un correcte desenvolupament del pla de màrqueting i comunicació, l'Observatori realitza l'any 2024 la contractació del servei de disseny del pla de màrqueting i comunicació online i offline de la cohort Girosutdi. Aquest pla es troba annexat al final d'aquest plec de prescripcions tècniques, no obstant, el contingut del pla d'execució vindrà donat pel que es determini en els següents plecs.

Actualment, l'Observatori necessita portar a terme **l'execució del pla de màrqueting i comunicació online i offline de la cohort Girostudi.**

Fets

L'actual encàrrec inclou:

- L'execució del pla de màrqueting i comunicació online i offline de la cohort digital GiroStudi de l'Observatori de Dipsalut.
- Caldrà que les empreses que presentin pressupost tinguin en compte les característiques i singularitats que requereix el desenvolupament de cohorts digitals.

2. EXECUCIÓ DEL PLA DE MÀRQUETING I COMUNICACIÓ ONLINE I OFFLINE DE LA COHORT GIROSTUDI.

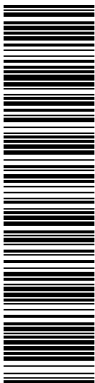
2.1. ÀMBIT D'APLICACIÓ

L'àmbit d'aplicació és la demarcació de Girona.

2.2. OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte d'aquesta licitació és la contractació de l'execució del pla de màrqueting i comunicació online i offline de la cohort digital GiroStudi de l'Observatori de Dipsalut. GiroStudi és una cohort longitudinal amb l'objectiu de captació de 3.650 persones d'entre 16 i 79 anys amb seguiment a 10 anys i que compleixin els criteris d'inclusió i exclusió definits en aquests plecs. La durada objecte d'aquest contracte serà de 2 anys més 2 de pròrroga.

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 5 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB651D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut



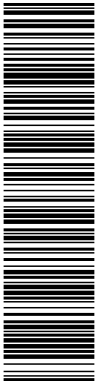
La gestió integral del projecte inclou totes aquelles actuacions a fi i efecte de l'èxit del GiroStudi.

2.3. LA COHORT DE GIROSTUDI

Per assegurar una mostra que sigui representativa de la demarcació de Girona, Dipsalut ha dissenyat un mostreig per [clústers](#). Dins de cada clúster s'han seleccionat els municipis a mostrejar per tal de tenir una doble representació per clúster i per comarca. Per cada municipi s'ha calculat la mida de mostra necessària. El mostreig serà aleatòri i s'estratificarà per sexe i grups d'edat. L'empresa encarregada del contracte de reclutament serà qui farà el contracte i la captació de la mostra d'acord amb un llistat de persones (mostra convidada) que li facilitarà Dipsalut.

En el cas que sigui necessari Dipsalut proveirà, en coordinació amb els actors locals de cada municipi, els espais més adequats possibles per a realitzar les entrevistes presencials de reclutament.

En la següent taula s'especifiquen detalls relatius al mostreig.



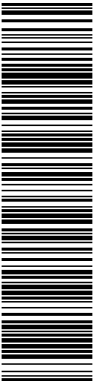
Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D929EB651D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



Taula 1.- Fitxa tècnica de la mostra

Població	Població empadronada a la província de Girona
N	786596 (Idescat)
Tipus de mostreig	Mostreig probabilístic per conglomerats bietàpic, estratificat amb selecció de les unitats primàries per conveniència i secundàries de mostreig mitjançant un mostreig aleatori simple. - Unitats de mostreig - Primària: municipis de les agrupacions municipals. - Secundària: habitants dels municipis seleccionats. - Variables d'estratificació - Agrupacions municipals (fix). - Edat (proporcional a la distribució poblacional) - Sexe (proporcional a la distribució poblacional)
Mida de mostra	Una mostra obtinguda mitjançant un mostreig aleatori simple de 3.650 individus és suficient per estimar, amb una confiança del 95% i una precisió de +/- 2 unitats percentuals
Estratificació	Per edat: 16/29 - 30/44 - 45/54 - 55/64 - 65/79. Per sexe: home – dona Per municipi: (veure “distribució territorial del mostreig”).
Mostra convidada	En previsió d'una taxa de reclutament del 70% es preveu fer ús d'una mostra convidada de 5.214 persones. La mostra sol·licitada a Idescat serà d'un total de 6.257 persones, comptant amb un 20% de persones que no compliran amb els criteris d'inclusió.
Mostreig de refresc	- Per mantenir la representació de les cohorts més joves no elegibles en la mostra basal. - Per compensar la reducció de la mida de mostra produïda per l'abandonament i la mortalitat.
Ponderacions	Es calcularan les ponderacions per a les agrupacions municipals definides com l'invers del producte de les probabilitats de selecció dels participants en les diferents etapes. Les ponderacions per agrupacions municipals representaran el nombre d'individus de la població que representa cada individu de la mostra.
Proveïdor de dades	Institut d'Estadística de Catalunya – padró municipal.

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tècnic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 7 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D92EB651D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Miljançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut>



2.3.1. Criteris d’inclusió i exclusió de la mostra

Per a la selecció de les persones participants s’han definit els següents criteris d’inclusió i exclusió.

Inclusió

- 16 a 79 anys.
- Alfabetització funcional en català o castellà.
- Capacitat de comprendre i contestar els qüestionaris de l’estudi i/o disponibilitat de proxy¹.
- Signatura del consentiment informat.

Exclusió

- No acceptar (en el cas que sigui necessari, i com a persona usuària digital) la instal·lació de la web/app que permet la connexió amb el Girostudi.
- Persones que estiguin fora del municipi o que estiguin institucionalitzades (Residències de gent gran, hospitalitzat o empresonat) durant el període de reclutament.
- Tenir assignat un ABS que no correspon als municipis de reclutament
- Estar en programa de cures pal·liatives i/o pacient crònic amb expectativa de vida de menys d’un any.
- Tenir previst de residir fora de la comarca de referència en el termini d’un any.
- No localitzat a causa d’errors en les dades de contacte o de manca de resposta (6 intents / diferents dies i trams horaris).

2.3.2. Distribució territorial del mostreig

La captació de la mostra controlada es portarà a terme a 18 municipis distribuïts de forma equitativa per les 8 comarques de la demarcació de Girona. Un cop adjudicat el contracte es facilitarà el llistat de municipis seleccionats.

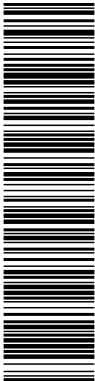
La captació de la mostra oberta esdevindrà un cop s’acabi la captació de la mostra controlada.

2.3.3. Municipis de substitució

D’acord amb les taxes de retenció-mortalitat podria esdevenir-se la necessitat de substituir alguns des municipis mostrejats per municipis equivalents del mateix clúster-

¹ L’empresa adjudicatària establirà amb Dipsalut i el comitè científic pautes per a determinar l’avaluació de la capacitat de les persones participants (com p.ex. a través del qüestionari WHO DAS II) així com la idoneïtat o possibilitat de ser assistida per un proxy.

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrqueting i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 8 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB651D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



comarca, ja que podria ser que algun municipi es quedés sense mostra suficient. Es considerarà que una mostra ja no és suficient si no permet restituir la mortalitat i arribar a la mostra desitjada.

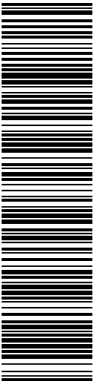
Aquesta circumstància serà monitorada al llarg de l'execució del projecte fet que permetrà a Dipsalut disposar de les instruccions adequades per a la solució més eficient. En cas de substitució d'un municipi per un altre l'empresa realitzarà les tasques descrites en aquests plecs d'igual manera que en el municipi original sense cap cost afegit per a Dipsalut ni compensació de cap mena.

2.4. DESENVOLUPAMENT DEL PLA DE MÀRQUETING I COMUNICACIÓ

A continuació es descriuen les fases, el contingut estratègic previst en cadascuna d'aquestes així com les accions per al correcte desenvolupament del pla.

2.4.1. Reptes i estratègies

Es considera que la complexitat del projecte de la cohort GiroStudi genera uns reptes concrets que cal abordar i tenir en compte a per l'execució de l'objecte del present contracte. Així, en la següent taula es defineixen reptes principals i estratègies d'actuació per a la seva consecució.

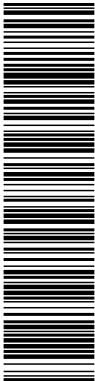


Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D692EBE51D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Miljançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut



Taula 3.- Taula resum de reptes i estratègies

Repte	Estratègia		
1. Públic ampli i divers	Girostudi inclou participants dels 16 als 79 anys, homes i dones. És un públic molt ampli i divers, amb diversitat d'interessos, hàbits i preocupacions específiques.	1. Estratègia multicanal	Estratègia de màrqueting 360 graus, targetitzant diferents públics amb missatges que adrecin preocupacions específiques.
2. Possible baix interès	Girostudi, inicialment pot tenir dificultats per a captar l'interès dels col·lectius més joves, especialment aquells qui no estiguin vinculats a l'àmbit sanitari o de salut o amb menys connexió a la salut pública o comunitària.	2. Originalitat i creativitat	Caldrà augmentar l'atractiu de Girostudi a través d'una estratègia de comunicació original i creativa que evoqui emocions a l'audiència i augmenti la interacció.
3. Retribució	Girostudi no aportarà retribució directa o indirecta als participants tot i ser molt valorada per la majoria dels públics.	3. Reforçar altres insights	Considerant els resultats de l'estudi exploratori portat a terme prèviament per tal d'avaluar les necessitats dels possibles grups de participants, caldrà reforçar altres punts d'interès de cada públic específic a fi d'incrementar la seva participació. Per aquest motiu una de les estratègies principals serà reforçar molt bé totes les accions de fidelització. Es valorarà especialment la capacitat de l'empresa de ser creatiu i innovador en aquest àmbit per tal de maximitzar l'acceptació de les persones seleccionades aleatòriament a participar així com mantenir la seva adhesió a llarg termini a la cohort.
4. Temps de participació	Girostudi és una cohort longitudinal digital amb una previsió de seguiment de 10 anys, aspecte probablement considerat de durada excessiva per la majoria dels públics.	4. Fidelització	A través de recordatoris de campanya es reforçarà en la memòria de l'audiència i els participants la importància crucial de la seva participació.



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D692EBE51D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut



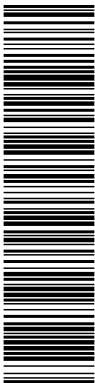
2.4.2. Fases d'execució

Per a facilitar el correcte desenvolupament del pla s'identifiquen les fases d'execució del mateix i els objectius a assolir específics en cadascuna d'aquestes fases. A continuació es presenta una taula resum de les fases i les accions previstes i, per tant, objecte d'aquesta licitació:

Taula 4.- Taula resum de fases i accions principals

Fase 0.- Preparació
Conceptualització creativa de la campanya
Producció de l'espot i falques de ràdio
Redacció del social media plan i activació dels perfils a xxss
Planificació de l'execució del pla de mitjans
Fase I.- Coneixement
Inici del pla de mitjans
Informes periòdics de seguiment de mètriques i anàlisi de resultatsGirostudi a les xarxes socials
Fase II.- Activació
Microinfluencers
Continuïtat del pla de mitjans
Informes periòdics de seguiment de mètriques i anàlisi de resultats
Col·laboració amb ajuntaments i actors implicats
Fase III.- Fidelització i captació
Informes periòdics de seguiment de mètriques i anàlisi de resultats
Col·laboració amb ajuntaments i actors implicats
Accions de fidelització i captació (xxss, web/app Girostudi...)

Aquestes fases descriuen el procés lògic i necessari per la mostra controlada, no obstant, cal tenir en compte l'existència de la mostra oberta, que caldrà donar a conèixer i promoure al final de la fase d'activació, i mantenir al llarg del temps. Cal esmentar que la mostra oberta, a diferència de la controlada, no requereix d'uns criteris de reclutament específics, sinó que restarà oberta al gran públic en independència del seu perfil o lloc de residència. Caldrà que l'empresa adjudicatària del present contracte contempli també la coordinació amb l'empresa adjudicatària del contracte de gestió de la mostra oberta a fi efecte d'ajustar les accions de comunicació ja previstes en aquest plec.



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D692EB651D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut

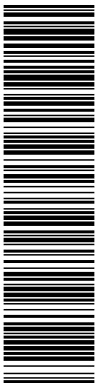


A continuació es descriuen les fases principals i les accions contemplades dins de cadascuna que guiaran l'execució del pla de màrqueting i comunicació de la cohort Girostudi. Totes les fases caldrà que estiguin totalment alineades amb les fases del procés de reclutament de la cohort. Per tant, caldrà una estreta coordinació i col·laboració per part de l'empresa adjudicatària del present contracte amb l'empresa adjudicatària del contracte de reclutament de la cohort.

Fase 0. Preparació: fase que s'inicia amb la vigència de contracte i finalitza quan comença la fase 1 per la captació de la mostra. La durada estarà condicionada a la previsió d'inici de reclutament, que dependrà de l'empresa responsable del mateix, i s'espera que sigui d'entre un i tres mesos. Aquesta fase 0 ha de servir per fer la conceptualització creativa de la campanya, la producció de l'spot i les falques de ràdio, la redacció del social media plan i la planificació de l'execució del pla de mitjans. Inclou les següents accions previstes:

Conceptualització creativa de la campanya
Producció de l'espot i falques de ràdio
Redacció del social media plan i activació dels perfils a xxss
Planificació de l'execució del pla de mitjans

- **Producció de l'espot:** Espot publicitari que evoqui emocions amb ambaixadors de marca gironins dirigit a desenvolupar una narrativa amb un to proper que inciti la participació activa, abordant alhora els desafiaments específics que enfronten els nostres públics objectiu. Es busca incrementar el record publicitari així com la interacció amb el nostre públic objectiu. Dirigit a tots els públics amb un enfocament especial en aquells amb una alta activitat digital (Grup A, B, C), ja que el vídeo aspira a una difusió viral i a un increment de la interacció amb l'audiència. Cal preveure el seu desenvolupament en col·laboració amb referents de Girona. Aquests seran diversos i de diferents generacions, per interpel·lar a la intergeneracionalitat. Es facilitaran exemples de persones que es consideren que podrien fer d'ambaixadors de marca intergeneracionals.
- **Falques i presència a la ràdio:** es considera clau incrementar el reconeixement de Girostudi i la seva missió amb un missatge que capti l'atenció de l'oient, original i emotiu. Enfocat a targetització dels diferents grups de població destinatària considerats oients de ràdio.
- **Redacció del social media plan i activació dels perfils a xxss:** Es considera rellevant per maximitzar el coneixement de Girostudi entre el públic més jove i més actiu digitalment. Podran informar-se sobre Girostudi en canals on interactuen diàriament el que facilitarà l'exposició de la campanya. Dirigit als grups que dediquen una major quantitat de temps interactuant a les xarxes



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D692EBE51D0A2E3A4A2D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut



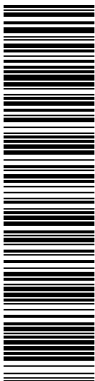
socials. Es crearà un perfil d'Instagram i Facebook de Girostudi per pujar contingut informatiu, educatiu i publicitari. Permetrà exposar la línia creativa de la campanya a través de *reels*, carrusels i interactuar amb el públic mitjançant *stories* i involucrant testimonis (participants). Tota l'estratègia que es seguirà a xxss cal recollir-la en un social media plan.

Fase 1. Coneixement: La fase 1 comença sis setmanes abans de la data d'inici de la fase 2 (que és quan comencen les trucades per al reclutament de la mostra). Cal tenir en compte que és molt possible que les trucades s'iniciïn de manera esglaonada als 18 municipis, per tant, és important una bona coordinació per ajustar l'execució del pla de mitjans a cada municipi. Per augmentar la notorietat de Girostudi a la província de Girona, es proposa una estratègia de comunicació multicanal que dirigirà els missatges cap als diversos públics objectiu. Aquesta estratègia s'ajustarà a una narrativa coherent, adaptant-se als reptes específics de cada grup demogràfic. És molt important una bona execució de la fase 1 ja que serà el moment en què la ciutadania coneixerà per primera vegada el Girostudi.

Inclou les següents accions previstes:

Execució del pla de mitjans
Informes periòdics de seguiment de mètriques i anàlisi de resultats
Col·laboració amb ajuntaments i actors implicats

- L'execució del pla de mitjans a la fase 1, inclourà:
 - a. **Falques i presència a la ràdio:** S'ha de considerar la presència reforçant la narrativa de messaging cohesiu amb el tagline elegit a través de ràdios líders a les comarques gironines. A més, tenint en compte que Dipsalut és un ens supramunicipal, es tindran molt en compte les emissores locals (Grup corisa, Ràdio Palamós, Ràdio Capital, Ràdio Santa Coloma de Farners, Ràdio Banyoles, i Ràdio Girona). Aquests canals ens serviran per pactar microespais o entrevistes on representants de Girostudi tindran l'oportunitat d'informar sobre el projecte d'una forma més dinàmica.
 - b. **Spot publicitari per a televisions locals, premsa digital i xarxes socials:** seguint l'estratègia de proximitat l'spot es programarà a les diferents televisions locals de comarques gironines, a les publicacions digitals o a la premsa digital i a les diferents xarxes socials del Girostudi.
 - c. **Publicitat digital:** Esdevé clau per tal d'incrementar l'exposició de Girostudi entre el públic jove. Ens permet targetitzar la campanya a escala de localització així com d'interessos de l'audiència. A més, podem posicionar-nos a mitjans informatius digitals com premsa provincial i local. Es prioritzarà



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D692EB6E5D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut



la segmentació cap als grups més joves, ja que són els segments amb major activitat digital, tant en termes d'exposició com d'interacció. Es buscarà una línia comuna a tots els canals publicitaris, el missatge serà entenedor i captarà l'atenció dels diferents públics, construint una narrativa coherent i emotiva per reforçar el record publicitari de Girostudi.

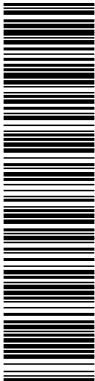
- d. **Publicitat a les xarxes socials:** Per ampliar l'exposició de Girostudi entre el públic més jove i més actiu digitalment. Podran informar-se sobre Girostudi a través d'enllaços ràpids des de les mateixes plataformes de XXSS el que facilitarà l'exposició de la campanya. Dirigit als grups A i B que dediquen una major quantitat de temps interactuant a les xarxes social. Es consideraran xarxes com instagram, facebook i X, targetitzant rang d'edat i localització per impactar als públics del nostre interès. A través d'anuncis que segueixin la línia de la campanya amb anuncis molt breus i frescos en format vídeo.
- **Col·laboració amb ajuntaments:** Caldrà incloure a les entitats locals per tal d'afavorir la proximitat així com una comunicació bidireccional amb els participants dels 19 municipis seleccionats. Aquesta acció és transversal per a tots els grups d'edat. La col·laboració es desenvoluparà a través d'establir canals de comunicació amb els ajuntaments i diferents actors locals (centres d'atenció primària, etc) implicats en la cohort i en col·laboració amb Dipsalut. Es buscarà que es pugui amplificar la difusió del projecte a través dels canals de comunicació i espais municipals.
- **Informes periòdics de seguiment de mètriques i anàlisi de resultats:** Per tal de poder fer el seguiment de la campanya i la resposta als diferents canals previstos (xxss, premsa digital, ràdios, televisió...)

Fase 2. Activació: es portaran a terme accions multicanal d'activació que reforcin l'acció principal de reclutament mitjançant una narrativa específica que adreci els reptes de cada buyer persona. Aquesta fase caldrà que estigui totalment alienada i sincronitzada amb l'inici i l'evolució municipal del reclutament. Inclou les següents accions:

Execució del pla de mitjans
Informes periòdics de seguiment de mètriques i anàlisi de resultats
Col·laboració amb ajuntaments i actors implicats
Carta / bustiada

- L'execució del **pla de mitjans** en la fase 2, inclourà:
 - a. **Microinfluencers:** Es considera rellevant per tal d'incrementar el coneixement de Girostudi entre el públic més jove i més actiu digitalment,

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tècnic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 14 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



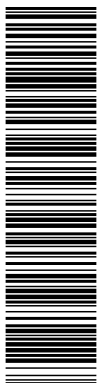
Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D692EB6E51D0A2E5A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



així com públics amb interessos diversos o diferent nacionalitat. Dirigit als grups A i B que dediquen una major quantitat de temps interactuant a les xarxes socials. Es desenvoluparà mitjançant Instagram targetitzant rang d'edat i localització per reimpactar als públics de la Fase I. A través d'anuncis molt breus que adrecin les seves frustracions a l'hora de participar i els animin amb CTAs directes.

- b. **Falques i presència a la ràdio:** Per reforçar la campanya de coneixement de Girostudi amb una narrativa simple que evoqui a l'acció de participar de manera directa. Dirigida al públic objectiu que és audiència principal de ràdio. Aprofitant que el nostre públic ja està informat sobre Girostudi les falques seran més breus (10') i animaran a l'oient a participar. Així mateix, es crearan falques amb els referents seleccionats (microinfluencers) per maximitzar reconeixement de campanya i record publicitari.
- c. **Publicitat digital:** Per incrementar la conversió entre el públic jove. Gràcies a eines com el *retargeting*, es podrà reimpactar el públic d'interès, seguint amb la campanya digital de la Fase I. Es prioritzaran els públics més actius en canals digitals, tant en termes d'exposició com d'interacció. Seguint amb la línia de la campanya, proposem un missatge que abordi els reptes comuns dels diferents públics mencionats: la facilitat i agilitat en la participació, juntament amb el reconeixement de les seves contribucions.
- d. **Publicitat a xarxes socials:** Per incrementar l'exposició de Girostudi entre el públic més jove i més actiu digitalment. Podran accedir a informació i el perfil de Girostudi amb enllaços ràpids des de les mateixes plataformes de XXSS el que facilitarà la seva interacció. Dirigit als grups de població que dediquen una major quantitat de temps interactuant a les xarxes socials. Es desenvoluparà mitjançant Instagram, Facebook i X retargetitzant rang d'edat i localització per reimpactar als públics de la Fase I. A través d'anuncis molt breus que adrecin les seves frustracions i segueixin amb la línia creativa de l'espot publicitari.
- e. **Carta*/ bustiada:** Inclou l'elaboració d'una campanya de bústies als municipis seleccionats a través de dues accions:
 - 1. Després de la fase I, l'audiència sabrà què és Girostudi, com i per què es realitzarà el projecte. Llavors es farà en els municipis d'elecció una butlleta informativa en format díptic dirigit a tots els públics. Aquesta bustiada doncs es realitzarà a través d'un díptic informatiu animant a tothom a participar seguint la línia creativa de l'espot.
 - 2. Tots els qui siguin seleccionats per formar-ne part rebran un comunicat oficial al seu domicili per notificar de manera oficial que l'individu ha estat seleccionat per formar part de Girostudi. El comunicat el firmaran les tres institucions implicades (Dipsalut, ICS, Generalitat) i inclourà el següent contingut:

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tècnic servei execució pla de màrqueting i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 15 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39 ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D692EB6E5D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut>



- i. Presentació de la cohort
- ii. Anticipació de la trucada i els mecanismes existents per validar la veracitat del projecte i la comunicació.
- iii. Informar sobre els objectius i els principals àmbits del projecte així com tota la informació que es consideri rellevant.
- iv. Informar sobre les obligacions de confidencialitat de dades

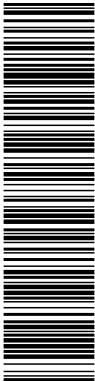
En cas que es consideri necessari per part de Dipsalut, incloure els primers qüestionaris autoadministrats per a retornar completats per la persona el dia de l'entrevista de reclutament. El contingut d'aquesta carta serà preparat per l'empresa de reclutament en col·laboració amb Dipsalut i distribuït per l'empresa adjudicatària del present contracte de comunicació.

- **Col·laboració amb ajuntaments i actors implicats:** en aquesta fase es preveuen accions per pal·liar la bretxa digital als municipis on es portarà a terme el Girostudi, per tant, caldrà incloure actuacions que estiguin dirigides a arribar als públics amb menys contacte amb mitjans digitals. Caldrà reconèixer els recursos i canals locals en cada municipi a través dels quals es pugui fer arribar la informació als públics menys propers al món digital (xerrades als casals de gent gran o als ajuntaments, missatges al canal de whatsapp del poble...).
- **Informes periòdics de seguiment de mètriques i anàlisi de resultats:** Per tal de poder fer el seguiment de la campanya i la resposta als diferents canals previstos (xxss, premsa digital, ràdios, televisió...)

Fase 3. Fidelització i captació: Aquesta fase comença un cop acaba la fase 2 i dura fins al final de la cohort. És una fase que inclou dos nivells de comunicació: un pels integrants del Girostudi (a través de la plataforma in app) i l'altre per la ciutadania, a través de les xarxes socials del Girostudi i de les accions de proximitat amb els municipis. Amb aquesta finalitat caldrà activar accions "recordatori" que targetitzin tant els participants actius per reforçar la seva participació, com participants nous per incentivar nova participació i assegurar la mostra mínima necessària. La innovació i la creativitat serà clau en aquest àmbit. L'empresa adjudicatària serà la responsable de generar el contingut descrit en aquest apartat en el marc de la conceptualització creativa de la campanya. Totes aquelles accions que requereixin de contacte amb els participants de la cohort seran executades per l'empresa de reclutament en el marc de les accions contemplades de fidelització. L'empresa de comunicació serà la responsable de generar-ne el contingut, sempre d'acord amb Dipsalut, i trametre-ho a l'empresa de reclutament. Així mateix caldrà que l'empresa de comunicació col·labori per una òptima execució de la fidelització per part de l'empresa de reclutament.

Inclou, les següents accions:

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tècnic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 16 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



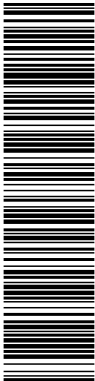
Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D692EBE51D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut



Informes periòdics de seguiment de mètriques i anàlisi de resultats
Col·laboració amb ajuntaments i actors implicats
Accions de fidelització i captació (xxss, web/app Girostudi...)

- **Informes periòdics de seguiment de mètriques i anàlisi de resultats:** Per tal de poder fer el seguiment de la campanya i la resposta als diferents canals previstos (xxss, premsa digital, ràdios, televisió...)
- **Col·laboració amb ajuntaments i actors implicats:** en aquesta fase es preveuen accions per pal·liar la bretxa digital als municipis on es portarà a terme el Girostudi, per tal de mantenir el contacte amb els públics amb menys accés als mitjans digitals. Caldrà reconèixer els recursos i canals locals en cada municipi a través dels quals es pugui fer arribar la informació als públics menys propers al món digital (xerrades als casals de gent gran o als ajuntaments, missatges al canal de whatsapp del poble...).
- Entre les **accions de fidelització i captació** previstes a la tercera fase, hi ha:
 - a) **Mini espots publicitaris:** generats per tal de maximitzar l'espot publicitari principal fent mini espots que segueixin la mateixa línia. Dirigit especialment als públics més actius digitalment que hagin visualitzat i interactuat amb l'espot principal. Incloure el fet de donar veu a participants actius de Girostudi a través del seu testimoni.
 - b) **Mailing:** per tal d'incrementar el record de participació i actuar com a recordatori i agraïment. Enfocat a públics més actius amb eines digitals i que interactuin activament amb el mail. Enviar trimestralment un recordatori a través de contingut de qualitat sobre el que s'està aconseguint amb l'estudi (quines dades es recullen, per a què serviran exactament, resultats, etc). Informar sobre la pròxima participació activa.
 - c) **Trucades:** amb l'objectiu d'incrementar el record de participació i actuar com a recordatori fàcil i pràctic. Orientat als públics que no estiguin avesats a l'ús d'eines digitals. Recordar-los la participació activa així com ajudar-los a participar.
 - d) **Personalització In App/On Site:** amb l'objectiu d'augmentar el sentiment de reconeixement i la satisfacció del participant a forma part de Girostudi. Dirigit especialment als grups que interactuin activament amb la web per informar-se. Inclou:
 - Personalització d'àrees personals ex: "Hola Albert!" per facilitar sentiment de reconeixement.
 - Bàners pop-up d'agraïment per la participació per tal d'incidir sobre el cansament psicològic i motivar a la participació.

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tècnic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 17 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D922EB6E5D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut

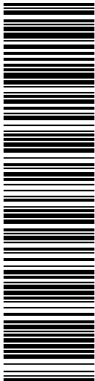


- Calendari amb la data de properes participacions per facilitar el seguiment.
 - Compartir resultats interessants amb els participants a través de pop-ups de novetats.
- e) **Comptador de respostes On Site:** orientat a involucrar els participants i incrementar el sentit de reconeixement i pertinença. Dirigit especialment als públics actius digitalment que participin a través de la web. Es preveu la localització d'un comptador al baner inicial de la landing de Girostudi on es vegin les respostes acumulades.
- f) **Certificats Anuals:** es pretén augmentar el sentiment de reconeixement i la satisfacció del participant de formar part de Girostudi. Dirigit especialment a públics actius digitalment que interactuïn activament amb el mail. Enviar un certificat de participació anual al mail de cada participant agraïnt la seva dedicació amb Girostudi.

2.4.3. Calendarització de la campanya multicanal

A continuació es descriu la calendarització que s'estima més favorable d'execució dels serveis en la previsió desenvolupament de la cohort. No obstant, cal tenir en compte que la materialització definitiva de la campanya haurà d'anar subjecte als terminis de creació i desenvolupament de la cohort. La previsió inicial contempla que entre el juliol i el setembre de 2025 s'iniciï el reclutament i entre el març i juny de 2026 es finalitzi. Una persona es comptabilitzarà com a reclutada un cop hagi realitzat l'entrevista de reclutament, hagi firmat els consentiments informats i hagi realitzat el procés de recollida de mostres biològiques. Cal tenir en compte que el reclutament s'anirà donant de forma esglaonada als municipis i vindrà determinat per l'empresa de reclutament i els serveis d'atenció primària de salut.

Caldrà completar aquesta planificació general de cohort amb una planificació de calendarització específica per a cada municipi en funció del reclutament. Aquesta planificació serà ajustada i proposada per l'empresa de comunicació un cop s'hagi coordinat amb Dipsalut, l'Oficina de Difusió o l'Àrea de Comunicació i Protocol de la Diputació de Girona i les empreses responsables del reclutament i la plataforma tecnològica. En el cas de la mostra oberta, tal i com s'ha explicat, la promoció i la difusió tindrà lloc al final del reclutament de la mostra controlada.



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D692EB651D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

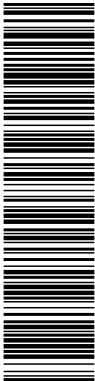


Taula 5.- Taula descriptiva de calendarització prevista de les fases i els serveis.

		Fase O. Prepara ció		Fase1. Coneixement						Fase 2. Activació						Fase 3. Fidelitz ació	
		2025		2025						2025-2026						Maig 2026- Juny 2029	
		Mesos		Setmanes (15/07-31/08)						Mesos							
		6	7	1	2	3	4	5	6	9	10	11	12	1	2	3	4
1.Campanya																	
2.Espot																	
3.Falques																	
4.XXSS																	
Pla Mitjans	*5.Ràdio autonòmica																
	*6.TV/ràdio local																
	7.Publicitat XXSS																
	*8.Digital i paper																
	9.Bustiada																
10.Micro influencers																	
11. Fidelitza. i captació																	

** La contractació dels espais publicitaris a ràdio, Tv i premsa digital i en paper es farà directament des de l'Oficina de Difusió o l'Àrea de Comunicació i Protocol de la Diputació de Girona. Cal coordinar-se amb ells per tal d'executar de manera òptima el pla de mitjans.*

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrqueting i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 19 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E51D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



2.4.4. Pla de mitjans

El pla de mitjans inclou:

- Seguir una estratègia multicanal que abasti mitjans de gran cobertura però que permetin segmentació provincial, comarcal/local.
- Fer ús de canals que ens permetin també targetització específica.
- Considerar canals tan offline com online.
- Focalitzar la major part de la campanya en la Fase 1 (Coneixement) durant els mesos previs a l'inici de la trucada.
- Fer recordatoris de la campanya durant la Fase 2 (Activació) amb menys freqüència per evitar l'oblit.

Es concreta la calendarització del primer any a través de la següent taula (taula 6) i, a partir d'aquesta anualitat (segon any de contracte i pròrroques consecutives), es fa una proposta econòmica per pla de mitjans. L'empresa adjudicatària haurà de fer una proposta de distribució i calendarització de les accions per a cada anualitat de la fase 3 per a la millor consecució de l'objecte del present contracte.

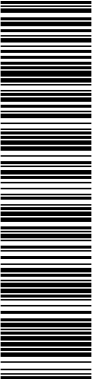


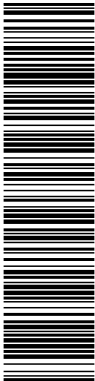
Taula 6. - Taula descriptiva de calendarització de la campanya multicanal

										Fase1. Coneixement					Fase 2. Activació					Fase 3.		
										Setmanes (15/07-31/08)					Mesos					Mesos		
										1	2	3	4	5	6	9	10	11	12	13	14	5/26
Pla Mitjans	5. Ràdio autonònica (desconexió Girona) *	**			Falques 20', entrevistes, microespais	-	3	-														
	6. TV/ràdio local *	**				-	3	-														
	7. Publicitat XXSS	META i X	Facebook, Instagram i X		Post patrocinat	832,93 €	16	24.987,90 €														
	8. Digital *	**			Skin	-	3	-														
	9. Bustiada	Bustiada a	Bustiada 19 municipis		Díptic	7.154,00 €	-	7.154,00 €														
10. Micro influencers	Província de Girona	Instagram		Reel patrocinat	3.577,00 €	-	3.577,00 €															

* La contractació dels espais publicitaris a ràdio, Tv i premsa digital i en paper es farà directament des de l'Oficina de Difusió o l'Àrea de Comunicació i Protocol de la Diputació de Girona. Cal coordinar-se amb ells per tal d'executar de manera òptima el pla de mitjans.

** A determinar per l'Oficina de Difusió i l'Àrea de Comunicació i Protocol de la Diputació de Girona.





Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D692EB651D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



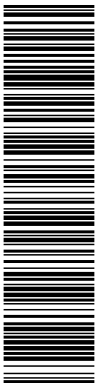
La taula següent resumeix la totalitat de serveis a desenvolupar i els respectius preus de licitació durant el contracte, i que s'especifiquen al llarg de les prescripcions tècniques. Malgrat l'empresa adjudicatària sigui estrictament la responsable de les accions següents, el contracte inclou la necessària i imprescindible coordinació amb els actors responsables d'altres àmbits del projecte, amb Dipsalut i amb tercers implicats.

Taula 7.- Taula resum de serveis principals, preu, unitats previstes i import total

Serveis	Preu unitari	Unitats estimades	Preu total
1. Conceptualització i coordinació creativa de la campanya	5.110,00 €	3 unitats (1 de conceptualització i 2 de coordinació)	15.330,00 €
2. Producció de l'espot	7.154,00 €	1 unitat	7.154,00 €
3. Producció de les falques	327,00 €	3 unitats	981,12 €
4. Gestió externalitzada de les xarxes socials	256,00 €	Mensualment (24 mesos)	12.264,00 €
5. Pla de mitjans: publicitat a xarxes socials	833,00 €	Mensualment (16 mesos)	24.987,90 €
6. Pla de mitjans: Bustiada.	7.154,00 €	1 unitat	7154,00 €
7. Pla de mitjans: Microinfluencers	3.577,00 €	1 unitat	3.577,00 €
8. Accions de fidelització i captació	30 €/h	Mensualment (36 mesos) (166h/any)	14.940,00 €

- A continuació es descriuen els conceptes previstos.
- Conceptualització i coordinació creativa de la campanya (fases 0, 1, 2, 3)**
- **Desenvolupament del Concepte Creatiu:** Abraça la creació del concepte general de la campanya, la definició del missatge clau i el to de la comunicació. També l'adaptació d'aquestes creativitats a l'espot, les falques, els anuncis dels mitjans digitals i els posts a les xarxes socials de Girostudi.
 - **Creació i coordinació de Continguts:** Establir una estratègia de comunicació per a les xarxes socials de Girostudi en les fases 1, 2 i 3 (Social Media Plan), dissenyar i redactar les creativitats per a les xarxes socials de Girostudi i també per als anuncis dels mitjans digitals. També la creació dels missatges clau de la web/app del Girostudi, així com per als canals de whatsapp dels 18 municipis, els correus electrònics i trucades que calgui fer amb aquests municipis en el transcurs de les fases 1, 2 i 3.
 - **Publicitat Online:** Cobreix la gestió de campanyes publicitàries en plataformes com Google Ads, X Ads i Meta Ads.
 - **Anàlisi i informes:** Seguiment de mètriques i anàlisi de resultats periòdics. La freqüència es pactarà amb la tècnica de comunicació de Dipsalut segons la fase en què es trobi la campanya (1, 2, ó 3).

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tècnic servei execució pla de màrqueting i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 22 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D692EB651D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Miljançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut



Producció de l'Spot publicitari (fase 0):

- **Inclou la preproducció**, on s'organitza tot allò necessari per al rodatge. Això inclou la selecció de localitzacions, actors/actrius i equip tècnic (realització, producció, càmeres, maquillatge i editors) i assegurar l'equip tècnic adequat, com ara càmeres, micròfons i llums.
- **La producció**, quan es filmen les escenes planificades seguint el guió.
- I, finalment, **la postproducció**, edició del material filmat. Aquest procés inclou la selecció de les millors preses, l'addició d'efectes visuals i sonors i la correcció de color així com l'elecció de la música adequada, si s'escau.

Producció de Falques (fase 0, 1 i 2):

- **Locució**: Cobreix la contractació de locució professional per a la gravació de les falques.
- **Edició i Postproducció**: Incorpora l'edició de so, la música de fons i els efectes especials.

Gestió externalitzada de Xarxes Socials (fases 1, 2 i 3):

- **Programació de Publicacions**: Cobreix la planificació i programació de les publicacions en les diferents plataformes.
- **Monitorització i Anàlisi**: Comprèn el seguiment de les mètriques, l'anàlisi del rendiment i l'elaboració d'informes.
- **Gestió de la Comunitat**: Inclou la interacció amb els usuaris, la resposta a comentaris i missatges, i la gestió de la reputació online.

Pla de mitjans (fase 0, 1, 2, 3):

- Inclou l'**execució del pla de mitjans** del Girostudi inclòs al plec tècnic d'aquesta licitació .

Accions de fidelització i captació (fase 3):

- Inclou totes les accions de difusió i comunicació que siguin necessàries en cada moment per a assolir els objectius de fidelització i captació de la fase

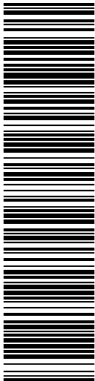
2.4.5. Coordinació projecte

Per un correcte desenvolupament del projecte caldrà que l'empresa adjudicatària contempli la coordinació periòdica i continuada tant amb Dipsalut (específicament amb l'Observatori i amb la persona tècnica de comunicació) i La Diputació de Girona (L'Oficina de Difusió i l'Àrea de Comunicació i Protocol), com amb l'empresa responsable del reclutament² i, en menor mesura, de la plataforma tecnològica³.

Així mateix també serà necessari que contempli la coordinació i contacte amb agents clau dels municipis on esdevingui el reclutament (centres d'atenció primària, personal tècnic d'ajuntaments o altres).

² [Informació de la publicació - Plataforma de Serveis de Contractació Pública](#)

³ [Informació de la publicació - Plataforma de Serveis de Contractació Pública](#)



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6929EB651D0A2E53A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut



2.4.6. Les llengües del projecte

Seguint la llei 1/1998, de 7 de gener de política lingüística de Catalunya, la llengua de comunicació i funcionament serà preferentment el català i el seu ús serà obligatori en l'atenció directe als participants i en tota la comunicació que es faci del projecte. Els recursos digitals – web/app – estaran disponibles en català i castellà. Es valorarà positivament l'empresa que presenti el domini d'altres usos lingüístics de la demarcació de Girona. La documentació que generi l'empresa adjudicatària, pel seu caràcter tècnic haurà de contemplar sempre un glossari de termes on hi constin els significats de les abreviatures i els anglicismes.

2.4.7. Documentació a aportar per part de l'empresa adjudicatària

A continuació es descriuen els documents i el moment d'entrega per part de l'empresa adjudicatària al responsable del contracte.

Taula 8.- Taula descriptiva de la documentació a aportar

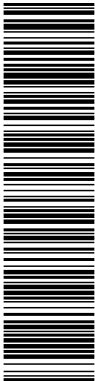
Documentació a aportar	Fase
Acreditació lingüística -català i castellà- dels professionals adscrits o declaració de llengua materna.	Després de l'adjudicació
Proposta de conceptualització creativa de la campanya	Inicial
Proposta de conceptualització creativa de la fidelització	Inicial
Proposta de pla de mitjans calendaritzada detallant tots els mitjans	Inicial
Informe de seguiment de les accions per una major optimització	Periòdicament cada 6 mesos

2.4.8. Recursos humans dedicats al projecte

Per garantir el correcte funcionament del servei es preveu la necessitat de diferents perfils professionals descrits a la següent taula.

Taula 9.- Distribució recursos humans i requisits mínims.

Equip tècnic*	Funcions, formació i experiència
Responsable de màrqueting	Persona encarregada de la planificació, coordinació i supervisió de totes les accions. Formació: Grau en màrqueting, publicitat, comunicació audiovisual o similar.



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D692EBE651D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Miljançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut>



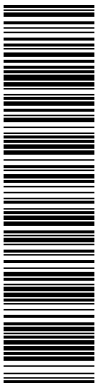
	Experiència mínima de 5 anys en la planificació i execució de plans de màrqueting en entorns digitals. Experiència en la gestió d'equips i de pressupostos.
Especialista en màrqueting digital	Persona encarregada de gestionar les campanyes de publicitat online, analítica web, etc. Formació: Grau en màrqueting, publicitat, informàtica o similar. Experiència mínima de 3 anys en la gestió de campanyes de màrqueting digital.
Community Manager	Persona encarregada de gestionar les xarxes socials, la creació de contingut, la interacció amb la comunitat, etc. Formació: Grau en comunicació, periodisme, publicitat o similar. Experiència mínima de 2 anys en la gestió de comunitats online.
Creador de contingut	Redacta articles, crea infografies, videos, etc. Formació: grau en periodisme, comunicació audiovisual, publicitat o similar. Experiència en redacció de contingut per a web i xarxes socials.
Dissenyador gràfic	Crea els materials visuals per a diferents accions Formació: grau en disseny gràfic, belles arts o similar. Experiència en la creació de material gràfic per a web i xarxes socials.

* Una mateixa persona pot desenvolupar varis perfils.

2.4.9. Pla de formació

En el marc del projecte es preveu un pla de formació que permeti que les persones professionals vinculades tinguin un coneixement mínim sobre el projecte pel qual treballen – GiroStudi –, la institució que l'impulsa – Dipsalut – i l'equip que n'és responsable – L'Observatori i complementàriament a aspectes més transversals com la ciència ciutadana o el funcionament de la plataforma tecnològica de gestió de la cohort. Aquest pla de formació serà elaborat per l'empresa responsable del reclutament. Els professionals vinculats al projecte de la cohort a través del present contracte caldrà que assisteixin a la formació contextual del projecte portada a terme per l'empresa de reclutament. Aquesta inclourà com a mínim:

- Presentació de Dipsalut: què és? Pla estratègic, Estructura, Plans i projectes, etc.
- Presentació de L'Observatori: origen del projecte, marc conceptual, objectius i finalitat, web, indicadors, línies estratègiques, ecosistema d'actors, etc.



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D922EB651D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut



- Cohort: presentació general del projecte i les seves múltiples dimensions (tecnològica, de gestió, científica, ciència ciutadana, comunicació, etc.)

Taula 10.- Característiques de la formació prevista

Destinatari	Totes els i les professionals de les empreses adjudicatàries vinculades directament al projecte: servei atenció al client, entrevistador/a s, programadors, coordinadors, etc.
Lloc	Girona – Dipsalut.
Durada	2 dies de 9 a 14 h.
Temporalitat	Màxim un mes després de l'adjudicació
Dates	A determinar entre empresa adjudicatària de reclutament i Dipsalut
Obligatorietat	Sí
Format	Presencial
Objectiu	Conèixer el projecte i la institució que l'impulsa i l'equip que n'és responsable
Contingut orientatiu.	Presentació de Dipsalut: què és? Pla estratègic, Estructura, Plans i projectes, etc. Presentació de L'Observatori: origen del projecte, marc conceptual, objectius i finalitat, web, indicadors, línies estratègiques, ecosistema d'actors, etc. Cohort: presentació general del projecte i les seves múltiples dimensions (tecnològica, de gestió, científica, ciència ciutadana, comunicació, etc.)
Idioma	Català

Les despeses de dietes i desplaçaments vinculades a aquesta formació seran a càrrec de l'empresa adjudicatària. Els continguts, materials, espais i altres requisits necessaris seran a càrrec de Dipsalut.

D'acord amb la durada del contracte, Dipsalut, de forma coordinada amb l'empresa, es reserva el dret de realitzar una formació per actualitzar els coneixements dels i de les professionals intervinents si es considera necessari.

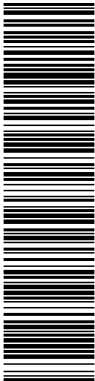
La informació presentada és orientativa i la formació s'organitzarà de forma coordinada amb l'empresa adjudicatària del reclutament per tal de vetllar per l'eficiència de recursos.

2.4.10. Ciència ciutadana

En el marc de la gestió de la cohort es vol promoure una ciència ciutadana amb la participació més activa de la població.

Amb tot, es pretén ampliar l'efecte de les dades recollides a través del GiroStudi, i explorar nous aspectes que es desprenguin de la pròpia evolució del GiroStudi o de la tasca de l'Observatori.

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tècnic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 26 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D692EB6E51D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació
pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



En aquest sentit cal tenir en compte que, després de la captació de persones que han de formar part de la mostra controlada de la cohort es constitueix una mostra oberta formada per persones que es vinculen al projecte de forma voluntària i que no formen part de la mostra representativa de la cohort. És amb la mostra oberta amb la que principalment es treballarà a través d'iniciatives de ciència ciutadana.

La dinamització de les persones que formaran part de la mostra oberta, així com el disseny i la gestió de les iniciatives de ciència ciutadana, són objecte d'un altre contracte. Es contempla la possibilitat d'endegar iniciatives d'especial interès que comportin accions comunicatives addicionals a les contemplades de promoció i difusió de la mostra oberta. En aquest cas les despeses vinculades als projectes de ciència ciutadana es consideraran innovació i millores del projecte, i per tant, seran abonades previ pressupost per part de l'empresa adjudicatària i aprovat per Dipsalut.

Qualsevol acció en ciència ciutadana serà planificada amb antelació i la seva implementació coordinada Dipsalut.

Finalment, es demana a l'empresa que els i les diferents professionals assignats al projecte coneguin els projectes i/o iniciatives i puguin respondre preguntes sobre el mateix. Aquest coneixement serà transmès en les formacions i en les comunicacions que es considerin oportunes.

2.4.11. Millores i innovacions

S'estableix una modificació de fins a un màxim del 20% del preu inicial del contracte; en cas de modificacions successives, el seu conjunt no podrà superar aquest límit. Dita modificació no comportarà alteracions en la prestació del servei objecte del contracte i es donarà en els següents supòsits:

En cas que s'inclouguin accions de fidelització durant la durada de contracte per tal d'afavorir una major adherència i/o millora en la captació de les dades.

En cas que el volum de persones reclutades disminueixi o sigui baix en relació a les previsions esperades i calgui reforçar accions comunicatives i/o generar-ne de noves no previstes.

En cas que calgui portar a terme millores per a una adaptació del seguiment de la fractura digital. Es podrà variar la proporció i/o el volum dintre de cadascuna de les modalitats de seguiment descrites en aquests plecs.

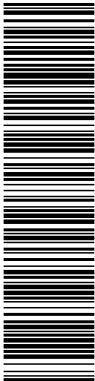
En cas que calgui portar a terme millores per a una millor captació de persones vinculades a la mostra oberta.

La modificació no suposarà l'establiment de nous preus unitaris no previstos en el contracte.

La necessitat de modificació del contracte s'haurà de motivar degudament per aquestes causes mitjançant informe tècnic del responsable del contracte o tècnic en qui delegui.

Així mateix, es podrà modificar el contracte per les causes establertes en l'article 205.2 i 206 de la LCSP en les condicions i requisits establerts legalment.

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tècnic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 27 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D922EB6E5D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: http://www.ddgi.cat/verificadorDipsalut



2.4.12. Imatge corporativa

En qualsevol acció de comunicació de l'empresa adjudicatària relativa a l'objecte d'aquest contracte, es farà constar [el logotip oficial de Dipsalut](#) i el logotip de GiroStudi. Pel que fa a la imatge corporativa, l'empresa a qui se li adjudiqui aquest servei assumeix els següents acords:

- El personal de l'empresa adjudicatària es presentarà públicament com a entrevistadors/es o professionals del GiroStudi de L'Observatori de Dipsalut, identificant-se com a empresa proveïdora.
- Preservar la qualitat del servei, el tracte correcte amb els interlocutors vetllant per la bona imatge dels contractants.
- Vetllar perquè el personal que faci ús de vehicles compleixi en tot moment la legislació de circulació viària.
- Caldrà l'harmonització dels logotips dels contractants i de l'empresa adjudicatària quan apareguin conjuntament en qualsevol suport, segons Dipsalut determini.
- Els contractants facilitaran els logotips de la seva imatge corporativa i una vegada efectuada la licitació es pactarà amb l'empresa adjudicatària les instruccions particulars relatives al punt anterior. Qualsevol imprevist es valorarà amb la persona responsable del contracte designada per Dipsalut.
- Per a la comunicació mitjançant correu electrònic, l'empresa adjudicatària haurà de proporcionar els recursos tecnològics (proveïdor de serveis/correu d'internet) que permetin gestionar les bústies de correu electrònic (nominals) del personal que presta el servei de suport. En qualsevol correu hi constaran també els logotips esmentats.

Aquestes directrius no suposen cap cost addicional a la contractació.

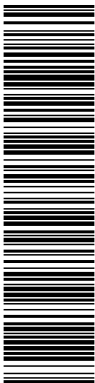
Sobre l'ús de la intel·ligència artificial en els dissenys i creativitats per a les xarxes socials i mitjans digitals:

Dipsalut, com a entitat subjecte a l'àmbit de control de l'**APDCAT**, segueix la seva recomanació de NO incorporar el ChatGPT en l'exercici de funcions públiques i prestació de serveis públics quan es tractin dades personals, fins que el Comitè Europeu de Protecció de Dades es pronunciï o emeti recomanacions, directrius o bones pràctiques per garantir el respecte a la normativa de protecció de dades.

Tot i això, tenint presents els principis de protecció de dades en el disseny i per defecte, seria recomanable que l'eina escollida només accedís a dades anonimitzades o, si més no, pseudonimitzades. Una eina que a priori sembla que oferiria un mínim de garanties en aquest sentit seria **Microsoft Copilot**.

En tot cas, sempre que es faci ús d'una imatge generada per IA en qualsevol dels dissenys que es realitzin per a Dipsalut s'ha de comunicar a l'Organisme Autònom de Salut Pública de manera clara, citant la font on s'han generat les imatges, ja siguin fotografia o vídeo.

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tècnic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 28 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D692EB6E5D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



Agafem com a referència les directrius de l'APA (American Psychological Association):

Se cita com una **comunicació personal**, en la qual mantenim la conversa amb el producte d'un algoritme, que es considera una **obra intel·lectual**. Com que l'usuari no podrà recuperar el contingut, generalment no es posa la referència a la bibliografia i només es fa la citació en el text.

Estructura: Entitat responsable. (Any edició). Nom de l'eina en cursiva (versió) [descripció addicional]. URL.

2.4.13. Comunicacions i gestió de crisis

Pel que fa a les comunicacions l'empresa a qui se li adjudiqui aquest servei assumeix els següents acords:

- L'empresa adjudicatària queda subjecta en l'execució el contracte a les obligacions derivades de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística.
- Qualsevol informació, comunicació o publicitat que es faci sobre el servei objecte d'aquest plec haurà d'estar prèviament autoritzada per Dipsalut i, en última instància, validada per l'oficina de difusió o l'àrea de comunicació i protocol de la Diputació de Girona.

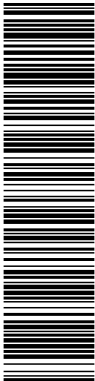
Pel que fa a les crisis:

- Davant d'una situació de crisi (ciberseguretat i protecció de dades, etc.) Dipsalut i/o l'empresa adjudicatària hauran d'informar per correu electrònic a la contrapart el més aviat possible de la detecció de la situació.
- En el moment en que Dipsalut en tingui coneixement aplicarà els protocols de crisi oportuns, informant al coordinador de l'empresa dels procediments a seguir.
- Des de la detecció i fins es mantingui la situació de crisi, cap membre de l'empresa pot realitzar declaracions públiques a no ser que Dipsalut li indiqui el contrari.
- L'empresa estarà a la disposició de Dipsalut, per a respondre qualsevol requeriment d'informació que sigui necessària fins que es desactivi la situació de crisi. Si Dipsalut així ho estima, caldrà que l'empresa dediqui els efectius humans necessaris, en nombre i disponibilitat horària, per a resoldre les eventualitats que corresponguin
- Si Dipsalut ho considera convenient l'empresa s'afegirà al comitè de crisi.

2.4.14. Difusió a través de les xarxes socials

La difusió del contracte, a través de les xarxes socials que tot seguit es detallen, es podrà iniciar un cop s'hagi formalitzat aquest i, correspondrà a Dipsalut, amb menció al contractista, la primera publicació, que caldrà que el contractista comparteixi en cas que tingui perfil a la plataforma social on es comuniqui.

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tècnic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 29 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D92EB651D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



Així mateix, en qualsevol comunicació que el contractista faci en qualsevol de les plataformes socials i en relació amb l'objecte d'aquest contracte mencionarà a Dipsalut. La concreció de les xarxes, dels comptes corresponents, i la coordinació del calendari i dels continguts de les publicacions es farà a càrrec de l'empresa adjudicatària i sota la revisió de Dipsalut i a partir de la formalització del contracte.

2.4.15. Marxandatge

Si Dipsalut ho considera oportú i té disponibilitat distribuirà marxandatge entre les persones participants. L'empresa col·laborarà en la comunicació de la distribució, però no li ha de suposar cap despesa més enllà de les derivades de la gestió de les dades que Dipsalut li demani.

2.4.16. Transferència de la informació a la finalització del contracte

En finalitzar o expirar el contracte, l'actual adjudicatari del contracte estarà obligat a transferir tota la informació generada durant el transcurs del contracte al nou adjudicatari del contracte, designat per l'autoritat pública corresponent. Aquesta informació inclou, però no es limita a, dades, documents, informes, programari, bases de dades, perfils de xarxes socials i qualsevol altre material de propietat intel·lectual o material adquirit en relació amb el contracte.

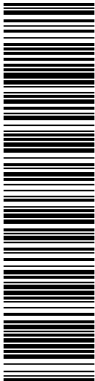
Quedarà exclòs de la transferència aquella part protegida per la propietat intel·lectual. L'actual adjudicatari del contracte s'assegurarà que tota la informació transferida sigui precisa, completa i en un format compatible amb els sistemes i programari utilitzats pel nou adjudicatari del contracte.

Per facilitar una transició fluida i una transferència d'informació, l'actual adjudicatari del contracte col·laborarà plenament amb el nou adjudicatari del contracte, proporcionant l'assistència necessària i l'accés als sistemes i personal rellevants, segons sigui raonablement requerit. Ambdues parts faran tots els esforços raonables per garantir la confidencialitat i integritat de la informació transferida durant el procés de transferència. El nou adjudicatari del contracte reconeixerà i acceptarà assumir la plena responsabilitat de la informació transferida en el moment de rebre-la. Haurà de complir amb totes les lleis i regulacions de protecció de dades aplicables i prendre totes les mesures necessàries per salvaguardar i protegir la informació transferida de l'accés no autoritzat, ús, divulgació, alteració o destrucció.

En cas que l'actual adjudicatari del contracte no compleixi amb les seves obligacions relatives a la transferència de la informació, serà responsable dels danys o pèrdues que en resultin per a l'autoritat pública o el nou adjudicatari del contracte.

Aquesta clàusula subsistirà en cas de finalització o expiració del contracte i romandrà vigent fins que la transferència de la informació es completi amb èxit. Qualsevol controvèrsia que sorgeixi o estigui relacionada amb la transferència de la informació es resoldrà d'acord amb les lleis i regulacions aplicables que regeixin el contracte.

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tècnic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 30 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E51D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



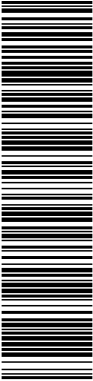
2.4.17.Manual d'estil

Tot els materials relacionats en aquests plecs hauran de seguir els manuals d'estil del GiroStudi i de l'Observatori segons Dipsalut determini en cada cas.

2.4.18. Sostenibilitat

Tota la documentació usada durant l'execució d'aquest contracte haurà de vetllar per l'ús de materials i la gestió per processos que vetllin per la sostenibilitat ambiental i la justícia social i laboral

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrqueting i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 31 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



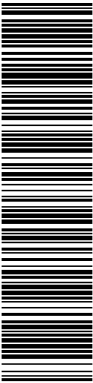
Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E51D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mil·liantant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



3. ANNEX

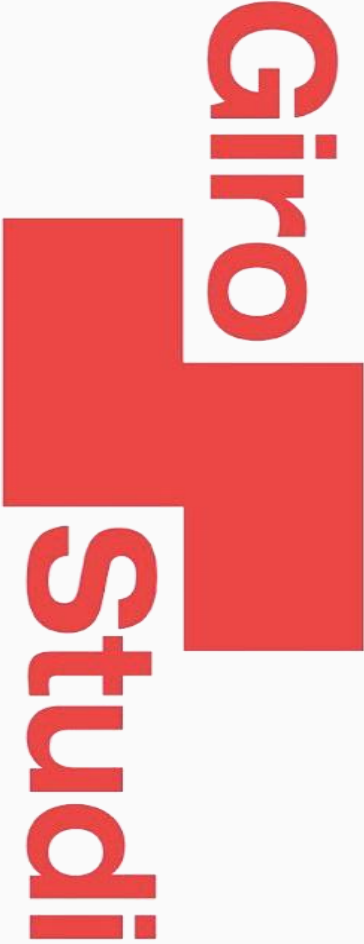
Tal i com s'ha exposat en l'apartat d'antecedents, a continuació s'annexa el document de disseny del pla de màrqueting i comunicació online i offline de la cohort Girosutdi.

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 32 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



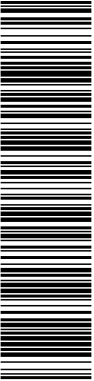
Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E5D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>





DIPSALUT | GIROSTUDI

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 33 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB651D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DIPSALUT | GIROSTUDI



Punt de partida



Immersió



Proposta



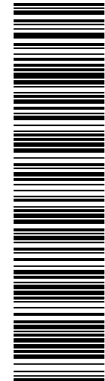
Conclusions

- Context
- Insights

- Públics
- Reptes
- Com els afrontem?

- Objectius
- Estratègia Integral
- Fases

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 34 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39

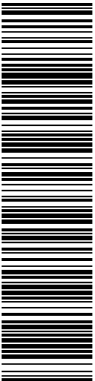


Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB651D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mil·liant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

Context

- Girostudi estudia l'impacte de l'exposoma a la salut humana.
- D'aquesta manera es busca comprendre la realitat i abordar els nous reptes de futur.
- Aprox. 4.000 persones donaran informació sobre:
 - Estat de salut
 - Benestar -Condicions de vida
 - Entorn
 - Mostres biològiques

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketng i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 35 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E5D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DIPSALUT | GIROSTUDI



Objectius de Girostudi

- Comprovar com afecta l'estil de vida les condicions socioeconòmiques i el medi ambient a la nostra salut.
- Aquest estudi té l'objectiu de recollir informació per poder dissenyar polítiques públiques més justes, avançar en el coneixement científic i promoure un desenvolupament humà sostenible.
- Mostra controlada: 3.500 persones
- Mostra oberta: 500 persones





Punt de partida

- Context
- Insights

Immersió

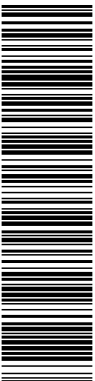
- Públics
- Reptes
- Com els afrontem?

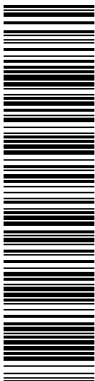
Proposta

- Objectius
- Estratègia Integral
- Fases

Conclusions

DIPSALUT I GIROSTUDI





Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DP08Y 7A8726D1E6D5092E2B05D0A253A4A2D57DE9A8F) generada amb l'aplicació Informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificador/DipSalut>

Girostudi

Públics

Homages to women aged 16 to 75 from the province of Girona.
Random selection.

GRUP A
Els més
joves
16-29
anys

GRUP B
 Joves
 30-44
 anys



GRUP C
Adults
45-54
anys

GROUP D
Adults Grans
55-65
anVS





GRUP C

Adults

Homes i dones de 45-54 anys

*Viu a Figueres*

XXSS



Compres online



Competències Digitals



Hobbies i interessos

- Moda Passar temps amb les
- Viatjar
- seves filles
- Enologia

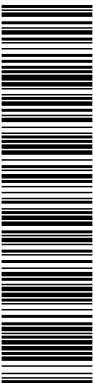
Objectius

- Estic molt centrada en la meua carrera professional. Sempre he tingut
- games de fer un viatge llarg a Tailàndia. Aquest any faré el camí de ronda
- de Catalunya de nord a sud per etapes amb les meues filles

Frustrations

- Hi ha retribució directa o indirecta? Serà
- fàcil i ràpid participar? 10 anys és molt de
- temps Hi haurà algun tipus de
- reconeixement?

Motivació: Ser reconeguda i pertànyer a un grup que ajuda a la millora i desenvolupament de la salut planetària.





Repte

Girostudi

Repte I

Públic ampli i divers

Girostudi abasta públics des dels 16 fins als 75 anys, homes i dones. És un públic molt ampli i divers, amb interessos variats, preocupacions específiques i hàbits molt diferents.

Repte II

Poc interés

Girostudi, inicialment, pot no captar l'interès dels col·lectius més joves, especialment aquells que es troben desconectats de l'àmbit sanitari i que tenen tendències individualistes.

Repte III

Retribució

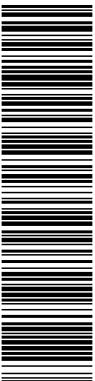
Girostudi no aportarà retribució directa o indirecta als participants tot i ser molt valorada per la majoria dels públics.

Repte IIII

Temps de participació

Girostudi es durà a terme en un període de 10 anys, considerat molt extens per la majoria dels públics.

DIPSALUT | GIROSTUDI





Com els afrontem?

Girostudi

Repte I

Públic ampli i divers

Girostudi abasta públics des dels 16 fins als 79 anys, homes i dones. És un públic molt ampli i divers, amb interessos varis, preocupacions específiques i hàbits molt diferents.

Repte II

Poc interès

Girostudi, inicialment, pot no captar l'interès dels col·lectius més joves, especialment aquells que es troben desconectats de l'àmbit sanitari i que tenen tendències individualistes.

Repte III

Retribució

Girostudi no aportarà retribució directa o indirecta als participants tot i ser molt valorada per la majoria dels públics.

Repte IIII

Temps de participació

Girostudi es durà a terme en un període de 10 anys, considerat molt extens per la majoria dels públics.

Estratègia multicanal

Treballarem amb una estratègia de màrqueting 360 graus, targeitzant els diferents públics amb missatges que adrecin preocupacions específiques.

Originalitat i Creativitat

Augmentar l'atractiu de Girostudi a través d'una estratègia de comunicació original i creativa que evogui emocions a l'audiència i augmenti la interacció.

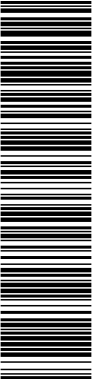
Reforçar altres *insights*

Considerant els *insights* de l'estudi previ, reforçarem els altres punts d'interès de cada públic per incrementar la participació voluntària.

Fidelització

A través de recordatoris de campanya, reforcem en la memòria del públic i els participants la importància crucial de seva la participació.

DIPSALUT | GIROSTUDI



Aquesta còpia no té validesa jurídica. La validesa de la signatura electrònica dels documents signats en la web: <http://ddgi.cat/verificadorDipSalut> (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y) pot comprovar la validesa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Milijant el codi de verificació 9



Punt de partida

- Context
- Insights

Immersió

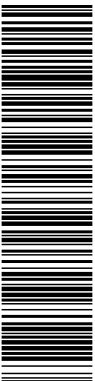
- Públics
- Reptes
- Com els afrontem?

Proposta

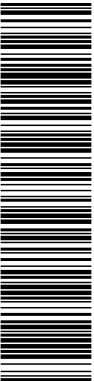
- Objectius
- Estratègia Integral
- Fases

Conclusions

DIPSALUT | GIROSTUDI



DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 47 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E51D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Miljançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://tdp://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

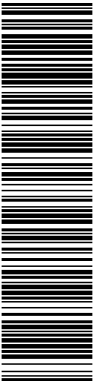
Objectius Pla de Màrqueting

1Incrementar el coneixement de Girostudi abastant homes i dones de la província de Girona entre 16 i 75 anys.

2Activar participants del Girostudi per la mostra controlada i reclutar voluntaris per formar part de la mostra oberta.

3Fidelitzar els participants actius de les dues mostres i reclutar participants nous periòdicament per suplir el marge de mortalitat i respectar la norma de la taxa de resposta.

DIPSALUT | GIROSTUDI



DIPSALUT | GIROSTUDI



Estratègia Integral

Fases

Coneixement

Per augmentar la notorietat de Girostudi a la província de Girona, proposem una estratègia de comunicació multicanal que dirigitja els missatges cap als diversos públics objectiu. Aquesta estratègia s'ajustarà a una narrativa coherent, adaptant-se als reptes específics de cada grup demogràfic.



Activació

Accions multicanal d'activació que reforcin l'acció principal de reclutament mitjançant una narrativa específica que adrexi els reptes de cada *buyer persona*.

III

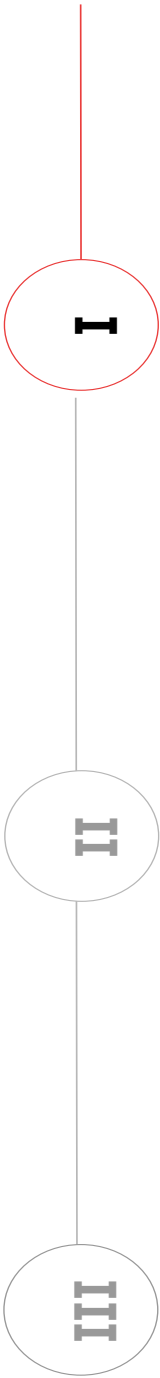
Fidelització

Activar accions “recordatori” que *targetitzin* tant els participants actius per reforçar la seva participació, com participants nous per incentivar nova participació i assegurar la mostra mínima



Estratègi a

Fases



Coneixement

Per augmentar la notorietat de Girostudi a la província de Girona, proposem una estratègia de comunicació multicanal que dirigirà els missatges cap als diversos públics objectiu. Aquesta estratègia s'ajustarà a una narrativa coherent, adaptant-se als reptes específics de cada grup demogràfic.

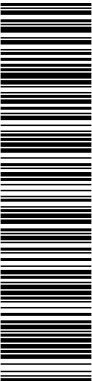
Activació

Accions multicanal d'activació que reforcin l'acció principal de reclutament mitjançant una narrativa específica que adrexi els reptes de cada *buyer persona*.

Fidelització

Activar accions "recordatori" que *targetitzin* tant els participants actius per reforçar la seva participació, com participants nous per incentivar nova participació i assegurar la mostra mínima.

DIPSALUT | GIROSTUDI



DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 50 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase I

Coneixement

Falques i Presència a la Ràdio

Per què?

Per incrementar el reconeixement de Girostudi i la seva missió amb un missatge que capti l'atenció de l'oient, original i emotiu.

Per a qui?

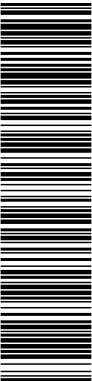
Enfocat als grups B, C, D i E, que són qui escolten la ràdio diàriament.

Com?

Reforçant la narrativa de *messaging* cohesiu amb el *tagline* elegit a través de ràdios líders a les comarques Gironines.

A més, tenint en compte que Dipsalut és un ens supramunicipal, es tindran en compte emissores locals (Grup Corisa, Ràdio Palamós, Ràdio Capital, Ràdio Santa Coloma de Farners, Ràdio Banyoles, i Ràdio Girona. Aquests canals ens serviran per pactar microespais o entrevistes on representants de Girostudi tindran l'oportunitat d'informar sobre el projecte d'una forma més dinàmica.

DIPSAUT | GIROSTUDI



pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en la teua pàgina web: <http://tdi.www.dipg.cat/verif/verif.asp?cod=OPMIU-FRKYG-DPG8Y7A87262D1D1ED6D922EBE65D0A253A44A42D57DE9A8F> generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrqueting i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 51 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase I

Coneixement

Espot publicitari que evogui emocions amb ambaixadors de marca Gironins

Per què?

Per desenvolupar una narrativa amb un to proper i humorístic que inciti la participació activa, abordant alhora els desafiaments específics que enfronten els nostres públics objectiu.

Busquem incrementar el record publicitari així com la interacció amb el nostre públic objectiu.

Per a qui?

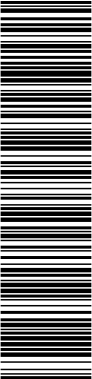
Dirigit a tots els públics, amb un enfocament especial en aquells amb una alta activitat digital (Grup A, B, C), ja que el vídeo aspira a una difusió viral i a un increment de la interacció amb l'audiència.

Com?

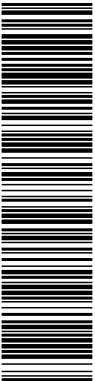
Col·laboració amb referents de Girona. Aquests seran diversos i de diferents generacions, per interpel·lar a la intergeneracionalitat.

Utilitzar un to proper i humorístic per abordar un tema que d'inici pot no cridar l'atenció, sobretot dels públics més joves.

DIPSAUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807014 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E51D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://tdi://tdi://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807919 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D682EB651D0A253A4A2D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mijarçant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



Fase I

Coneixement

Exemples d'ambaixadors de marca intergeneracionals



Pilarín Bayés

Il·lustradora de referència, artista, icona catalana. Originària de Vic, la Plàfir és coneguda per molts per la seva creativitat i particularitat en reflectir obres diverses, especials i molt característiques. Té molts seguidors a les XXS (+138k) pel ser un referent important per apel·lar als grups d'adults i persones grans.



Quim Masferrer

Referent televisiu gironí, que aboca valors com la solidaritat, l'empatia, i el respecte. Conegut per molts a tots els municipis de Girona, d'on se sap que en fa bandera i n'està orgullós. Té un concepte arrelat en la seva persona "Sou molt bona gent" que s'alinea molt amb els valors de Gironès.



Khaoula Boumaaza

Parla sis idiomes: castellà, català, marroquí, àrab, francès i anglès. La llegió ~~de~~güid's amb la qual compta ha guanyat en diversitat amb el pas dels anys i, actualment, està formada, segons relata la gironina nascuda al Marroc per "homes i dones de totes les edats".

khaoula Boumazza: «l'influencer» de Girona que defensa fer un ús positiu de les xarxes socials

DIPSALUT I GIROSTUDI

Bonus Track

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de marketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 55 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase I Coneixement Publicitat Digital

Per què?

Per incrementar l'exposició de Girostudi entre el públic jove. Ens permet targetitzar la campanya a escala de localització així com d'interessos de l'audiència. A més, podem posicionar-nos a mitjans informatius digitals com premsa provincial i local.

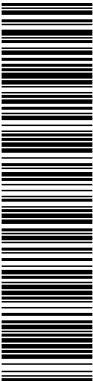
Com?

Buscant una línia comuna a tots els canals publicitaris, el missatge serà entenedor i captarà l'atenció dels diferents públics, construint una narrativa coherent i emotiva per reforçar el record publicitari de Girostudi.

Per a qui?

Prioritzarem la segmentació cap als grups A, B i C, ja que són els segments amb major activitat digital, tant en termes d'exposició com d'interacció.

DIPSAUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E51D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrqueting i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 56 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase I

Coneixement

Publicitat a Xarxes Socials

Per què?

Per ampliar l'exposició de Girostudi entre el públic més jove i més actiu digitalment. Podran informar-se sobre Girostudi a través d'enllaços ràpids des de les mateixes plataformes de XSSS el que facilitarà l'exposició de la campanya.

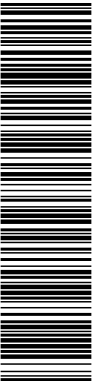
Com?

Mitjançant Instagram, Facebook i X, targetitzant rang d'edat i localització per impactar als públics del nostre interès. A través d'anuncis que segueixin la línia de la campanya amb anuncis molt breus i frescos en format vídeo.

Per a qui?

Dirigit als grups A i B que dediquen una major quantitat de temps interactuant a les xarxes socials

DIPSAUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E51D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 57 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase II Activació

Microinfluencers

Per què?

Per incrementar el coneixement de Girostudi entre el públic més jove i més actiu digitalment, així com públics amb interessos diversos o diferent nacionalitat.

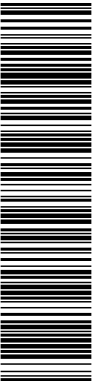
Com?

Mitjançant Instagram targetitzant rang d'edat i localització per reimpactar als públics de la Fase I. A través d'anuncis molt breus que adrecin les seves frustracions a l'hora de participar i els animin amb CTAs directes..

Per a qui?

Dirigit als grups A i B que dediquen una major quantitat de temps interactuant a les xarxes socials

DIPSALUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E5D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 58 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase I

Coneixement

Crear un perfil de Girostudi a les Xarxes Socials

Per què?

Per maximitzar el coneixement de Girostudi entre el públic més jove i més actiu digitalment. Podran informar-se sobre Girostudi en canals on interactuen diàriament el que facilitarà l'exposició de la campanya.

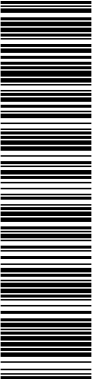
Com?

Es crearà un perfil d'Instagram i Facebook de Girostudi per pujar contingut informatiu, educatiu, i publicitari. Exposar la línia creativa de la campanya a través de reels, carrusels, i interactuar amb el públic mitjançant stories, i involucrant testimonis (participants).

Per a qui?

Dirigit als grups A i B que dediquen una major quantitat de temps interactuant a les xarxes socials

DIPSAUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E51D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://tdp://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 59 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase I

Coneixement

Col·laboració amb Ajuntaments

Per què?

Incloent les entitats locals aconseguirem proximitat així com una comunicació bidireccional amb els ciutadans dels 19 clústers seleccionats.

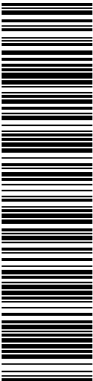
Com?

Organitzar reunions amb els ajuntaments dels clústers elegits i proposar-los-hi col·laboració activa per utilitzar els seus canals de comunicació amb el ciutadà, així com espais municipals.

Per a qui?

Dirigit a tots els grups (A, B, C, D i E).

DIPSALUT | GIROSTUDI



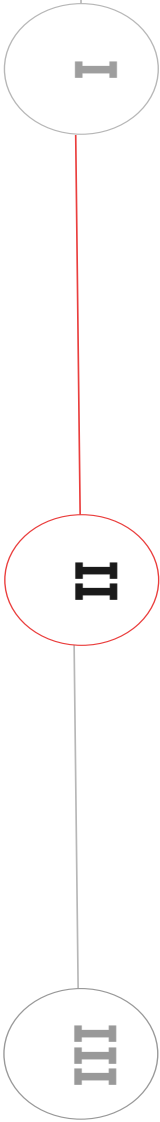
Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E5D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 60 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Estratègia

Fases



Coneixement

Per augmentar la notorietat de Girostudi a la província de Girona, proposem una estratègia de comunicació multicanal que dirigirà els missatges cap als diversos públics objectiu. Aquesta estratègia s'ajustarà a una narrativa coherent, adaptant-se als reptes específics de cada grup demogràfic.

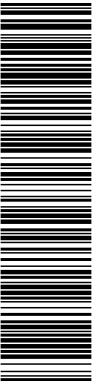
Activació

Accions multicanal de conversió i màrqueting directe amb una narrativa específica que adrexi els reptes de cada *buyer persona*.

Fidelització

Activar accions "recordatori" que *targetitzin* tant els participants actius per reforçar la seva participació, com participants nous per incentivar nova participació i assegurar la mostra mínima.

DIPSALUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E51D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://tdi.www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



Fase II

Activació

Falques i Presència a la Ràdio

Per què?

Per reforçar la campanya de coneixement de Girostudi amb una narrativa simple que evocui a l'acció de participar de manera directa.

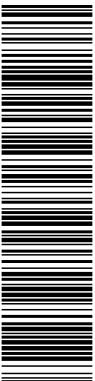
Com?

Aprofitant que el nostre públic ja està informat sobre Girostudi les falques seran més breus (10') i animaran a l'oient a participar. Així mateix, es crearan falques amb els referents seleccionats (microinfluencers) per maximitzar reconeixement de campanya i record publicitari.

Per a qui?

El nostre públic objectiu continuarà sent els grups B, C, D i E, qui són l'audiència principal de ràdio.

DIPSALUT | GIROSTUDI



DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 62 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase II Activació

Publicitat Digital

Per què?

Per incrementar la conversió entre el públic jove. Gràcies a eines com el *retargeting*, podrem reimpactar el públic del nostre interès, seguint amb la campanya digital de la Fase I.

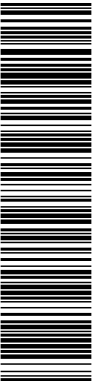
Com?

Seguint amb la línia de la campanya, proposem un missatge que abordi els reptes comuns dels diferents públics mencionats: la facilitat i agilitat en la participació, juntament amb el reconeixement de les seves contribucions.

Per a qui?

Seguirem prioritzant els grups A, B i C, els segments més actius en canals digitals, tant en termes d'exposició com d'interacció.

DIPSAUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E5D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 63 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase II

Activació

Publicitat a Xarxes Socials

Per què?

Per incrementar l'exposició de Girostudi entre el públic més jove i més actiu digitalment. Podran accedir a informació i el perfil de Girostudi amb enllaços ràpids des de les mateixes plataformes de XXSS el que facilitarà la seva interacció.

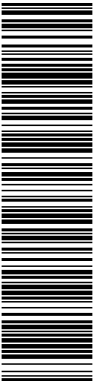
Per a qui?

Dirigit als grups A i B que dediquen una major quantitat de temps interactuant a les xarxes socials

Com?

Mitjançant Instagram, Facebook i X retargetitzant rang d'edat i localització per reimpactar als públics de la Fase I. A través d'anuncis molt breus que adrecin les seves frustracions i segueixin amb la línia creativa de l'espot publicitari.

DIPSAUT I GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E51D0A2E3A4A4A2D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 64 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Fase II Activació

Carta*/Bustiada

Per què?

Notificar de manera oficial que l'individu ha estat seleccionat per formar part de Girostudi. El comunicat el firmaran les tres institucions implicades (Dipsalut, IES, INS). / Fer una campanya de bústies als clústers seleccionats amb format díptic.

Per a qui?

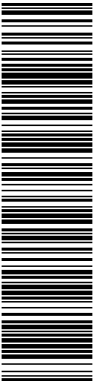
Dirigit a tots els públics (Grup A, B, C, D, E), ja que la selecció aleatòria abasta audiències de tots els rangs d'edats i gèneres.

Com?

Després de la Fase I, l'audiència sabrà què és Girostudi, com i per què es realitzarà el projecte. Tots els qui siguin seleccionats per formar-ne part rebran un comunicat oficial al seu domicili. / Inserir un díptic informatiu/humorístic animant a tothom a participar seguint la línia creativa de l'espot.

*Primera opció en cas que sigui possible.

DIPSALUT | GIROSTUDI



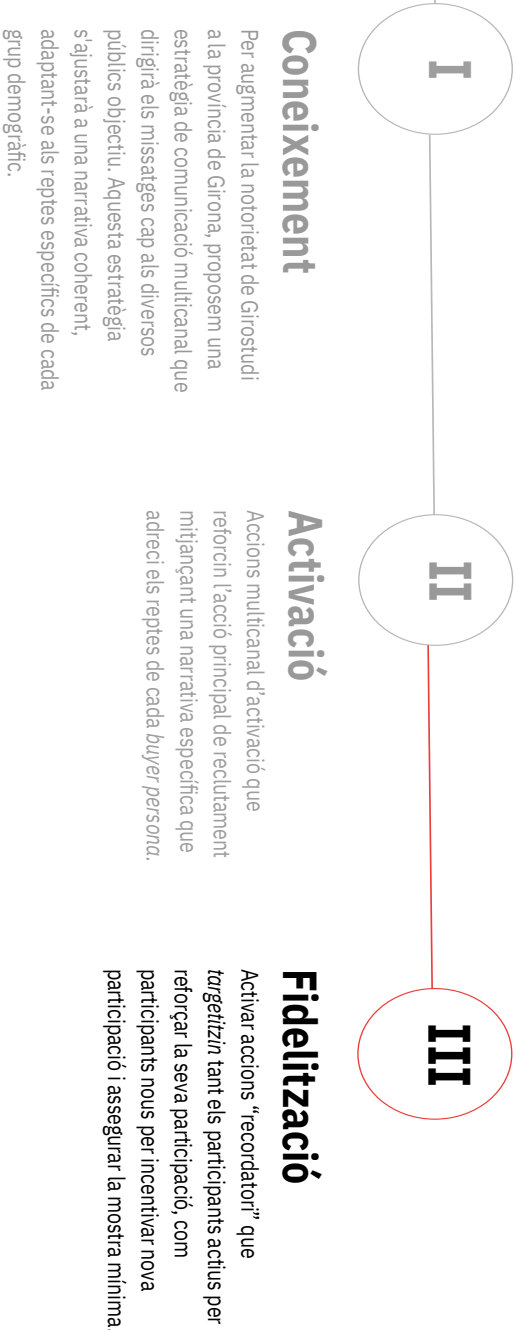
Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E51D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Miranjant el codi de verificació <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut> podreu comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web.

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 65 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39

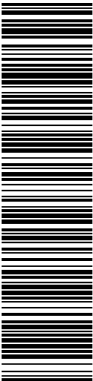


Estratègia

Fases

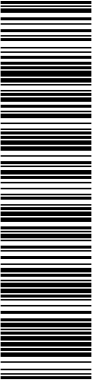


DIPSAUT | GIROSTUDI



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E51D0A2E3A44A2D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://tdh.www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 66 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E51D0A2E3A4A4A2D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



Fase III Fidelització

Mini Espots Publicitaris

Per què?

Maximitzar l'espot publicitari principal fent mini espots que segueixin la mateixa línia humorística.

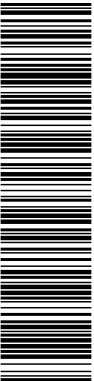
Com?

Donant veu a participants actius del Girostudi (ex. àvia aprenent a respondre per l'app amb humor - making off).

Per a qui?

Dirigit especialment als públics més actius digitalment (Grup A, B, i C), que hagin visualitzat i interactuat amb l'espot principal.

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 67 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E51D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El documento está SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



Fase III Fidelització

Mailing

Per què?

Incrementar el record de participació i actuar com a recordatori.

Com?

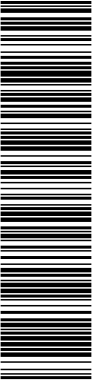
Enviar trimestralment un recordatori a través de contingut de qualitat sobre el que s'està aconseguint amb l'estudi (quines dades es recullen, per què servirà exactament, resultats, etc.)

Per a qui?

Enfocat als públics que són actius amb eines digitals, A, B, C i que interactuin activament amb el mail.

Informar sobre la pròxima participació activa.

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 68 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB651D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



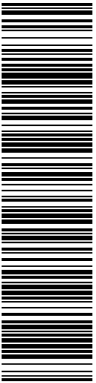
Fase III Fidelització

Trucades

Per què?
Incrementar el record de participació i actuar com a recordatori fàcil i pràctic.

Com?
Recordar-los-hi les participacions actives, així com ajudar-los a participar.

Per a qui?
Segmentar la BBDD als públics més grans que no sàpiguen utilitzar eines digitals (D,E).



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D68922EB65D0A253A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mijanjant el codi de verificació 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D68922EB65D0A253A4A42D57DE9A8F pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



Fase III

Fidelització

Personalització In App / On site

Per què?

Augmentar el sentiment de reconeixement i la satisfacció del participant de formar part de Girostudi.

Com?

-Personalitzar les àrees personals “Hola Albert!” → Perquè se sentin reconeguts.

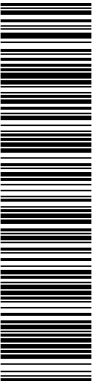
- Bànners pop-up d'agraïment per la participació → Adreçant el cansament psicològic / mandra de participar.

- Calendari amb la data de les pròximes participacions →

Perquè puguin fer un seguiment

- Compartir resultats interessants amb els participants a través de pop ups de novetats.

DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 70 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSAUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EBE651D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



Fase III Fidelització

Computador de respostes On Site

Per què?

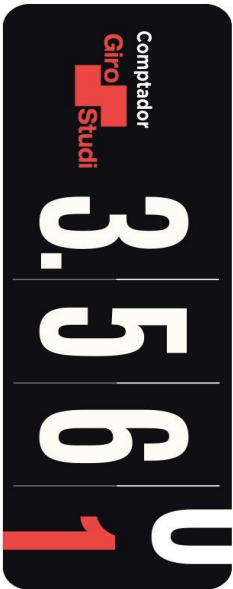
Per involucrar els participants i incrementar el sentit de reconeixement i pertinença.

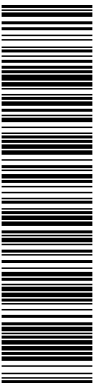
Com?

Localitzant un computador al bàner inicial de la *landing* de Girostudi on es vegin les respostes acumulades.

Per a qui?

Dirigit especialment als públics actius digitalment (Grup A,B, C i D), que participin a través de la web.





Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPS-8Y 7A8726D1ED0922EB651D0A253A4A2D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mijanjant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



Fase III

Fidelització

Certificats Anuals

Per què?

Augmentar el sentiment de reconeixement i la satisfacció del participant de formar part de Girostudi.

Com?

Enviar un certificat de participació anual al mail a cada participant agraint la seva dedicació amb Girostudi.





Punt de partida

• Context • Insights

Immersió

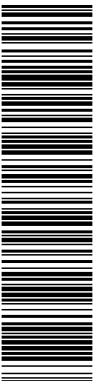
• Publics • Reptes •
Com els afrontem?

Proposta

- Objectius
- Estratègia Integral
- Fases

Conclusions

DIPSALUT | GIROSTUDI





Recordem els nostres reptes

Girostudi

Repte I

Públic ampli i divers

Girostudi abasta públics des dels 16 fins als 79 anys, homes i dones. És un públic molt ampli i divers, amb interessos variats, preocupacions específiques i hàbits molt diferents.

Repte II

Poc interès

Girostudi, inicialment, pot no captar l'interès dels col·lectius més joves, especialment aquells que es troben desconectats de l'àmbit sanitari i que tenen tendències individualistes.

Repte III

Retribució

Girostudi no aportarà retribució directa o indirecta als participants tot i ser molt valorada per la majoria dels públics.

Repte III

Temps de participació

Girostudi es durà a terme en un període de 10 anys, considerat molt extens per la majoria dels públics.

Estratègia multicanal

Treballarem amb una estratègia de màrqueting 360 graus, targetitzant els diferents públics amb missatges que adreixin preocupacions específiques.

Originalitat i Creativitat

Augmentar l'atractiu de Girostudi a través d'una estratègia de comunicació original i creativa que evocui emocions a l'audiència i augmenti la interacció.

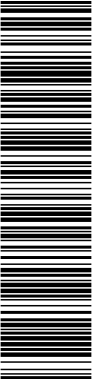
Reforçar altres insights

Considerant els *insights* de l'estudi previ, reforçarem els altres punts d'interès de cada públic per incrementar la participació voluntària.

Fidelització

A través de recordatoris de campanya, reforçem en la memòria del públic i els participants la importància crucial de seva la participació.

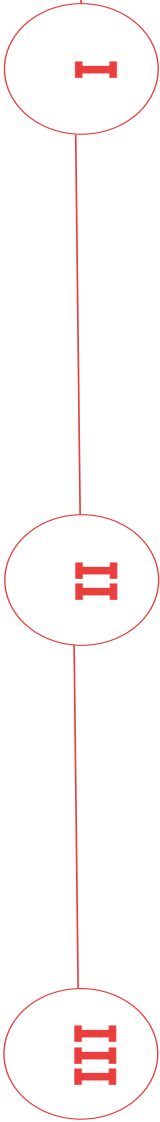
DIPSALUT | GIROSTUDI





Estratègi a

Fases



Coneixement

- Ràdio Espot
- publicitari
- Publicitat Digital
- Publicitat a
- XXSS
- Microinfluencers
- Perfil propi XXSS

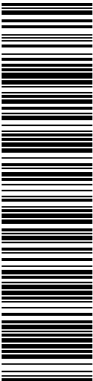
Activació

- Carta/Bustada
- Ràdio Publicitat
- Digital Publicitat a
- XXSS

Fidelització

- Mini espots
- publicitaris Mailings
- Trucades Accions
- InApp / OnSite

DIPSAUT | GIROSTUDI



DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketing i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT , Institució: DDGI , Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa	
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 75 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39	ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



En col·laboració
amb

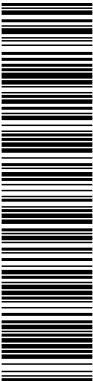


Pla de mitjans

- Seguir una **estratègia multicanal** que abasti mitjans de gran cobertura, però que permetin segmentació provincial*
- Considerar canals tant **offline com online**.
- Fer ús de canals que ens permetin també targetització específica.
- Focalitzar la major part de la campanya a la Fase I (Coneixement), durant els **dos mesos previs** a l'inici de les trucades.
- Fer **recordatoris** de la campanya durant la Fase II (Activació) amb menys freqüència per evitar l'oblit.

**La TV s'ha descartat a causa de la impossibilitat de segmentar la cobertura a la província de Girona.*

DIPSALUT | GIROSTUDI

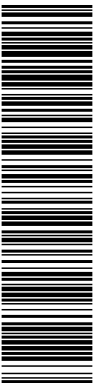


Aquesta còpia és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807014 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E51D0A2E3A44A2D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Mitjançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://tdp://tdp://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

neorg Estimació econòmica basada en les tarifes de mercat facilitades per: medialogo Accelerating media																
Pla de mitjans Girostudi																
Fase I																
Fase II																
	Grup	Canals	Format	Inversió	Grups	Set 1	Set 2	Set 3	Set 4	Set 5	Set 6	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol
Cinema	Berta Pahissa	Cinemes Girona,Salt, Olot, Figueres i Blanes	Spot 20'	6.415€**	A,B,C,D,E											
Ràdio Autònomic	Godó, CCMA, Grup Flaix, Prisa	Rac 1, Catalunya Ràdio, Flaixback, ICat, RAC 105, Los40	Falques 20', entrevistes, microespais	7.500€***	A,B,C,D,E											
	TV & Ràdio Local	La Xarxa, Corisa	TV/R Olot, TV/R Ripoll, TV/R Cerdanya, R. Palamós, R Capital, R/TV Girona, TV/RBaanyoles, St Coloma.													
XXSS	META i X (TIKTok no permet segmentar Girona)	Facebook, Instagram i X	Post Patrocinat	5.300€	A,B,C,D,E											
Digital	Prisa,Prensa Ibérica, Vocento, Grupo Godó, El Punt, Wallapop	Prensa Tier 1	Skin	4.000€	A,B,C,D,E											
Bustiada	Bustiada	Bustiada 21 clústers	Dipric	3.000 €	A,B,C,D,E											
MicroInfluencers	Província Girona	Instagram	Reel patrocinat	3.500€	A,B,C,D,E											
TOTAL 29.715€																

**Observar annex - Pàg. 45

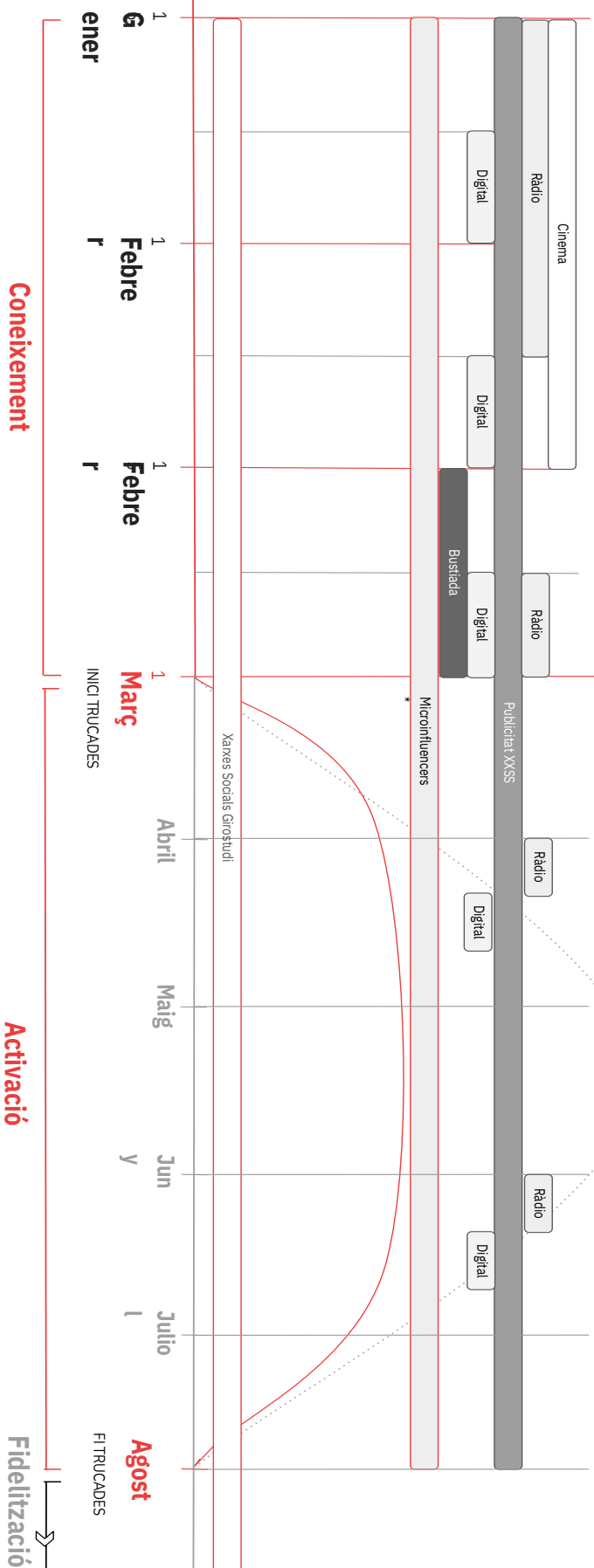
***La inversió es dividirà 60% i 40%. Cost estimat subjecte a especificacions de canals.





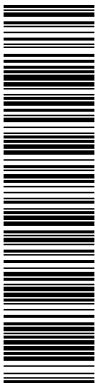
Campanya multicanal

Fases I & II



*Per definir *timing*

DIPSALUT | GIROSTUDI



ció

Aquesta és una còpia impresa de document electrònic (Ref.: 1807914 OPMLU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB651D0A253AA) que pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>



Annex - Pla de mitjans

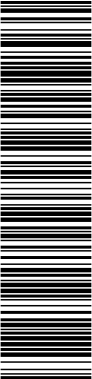
*Cinema

CINEMA	ESPECTADORS 2023	ESPECTADORS MENSUALS
OCINE BLANES	274.500	22.800
OCINE GIRONA	270.000	22.500
ODEON SALT	245.00	20.416
CATCINES FIGUERES	215.00	17.916
CINES OLOT	208.000	17.333

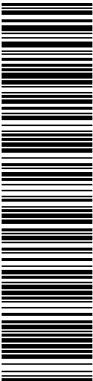
Si considerem una campanya mensual a tots els cinemes tindrem un impacte aproximat de **101.040 espectadors.**

És important mencionar que els cinemes seleccionats formen part de 4 clústers escollits. A més, s'estima un impacte no només de les ciutats on es troben sinó també en municipis dels seus voltants.

DIPSALUT | GIROSTUDI



DOCUMENT Plec de clàusules (administratives) o condicions (tècniques): Plec de clàusules Aprovació PPT, plec tènic servei execució pla de màrketng i comunicació cohort Observatori	IDENTIFICADORS País: CAT, Institució: DDGI, Codi UACG: Unitat de Contractació Administrativa
ALTRES DADES Codi per a validació: OPMIU-FRKYG-DPG8Y Data d'emissió: 15 de Abril de 2025 a les 12:38:45 Pàgina 80 de 80	SIGNATURES El document ha estat signat o aprovat per : 1.- Cap de servei de Promoció de la Salut, Benestar i Atenció a les Persones de DIPSALUT. Signat 18/03/2025 15:39 ESTAT SIGNAT 18/03/2025 15:39



Aquesta és una còpia impresa del document electrònic (Ref.: 1807914 OPMIU-FRKYG-DPG8Y 7A8726D1E6D6922EB6E51D0A2E3A4A42D57DE9A8F) generada amb l'aplicació informàtica Firmadoc. El document està SIGNAT. Miljançant el codi de verificació pot comprovar la validesa de la signatura electrònica dels documents signats en l'adreça web: <http://www.ddgi.cat/verificadorDipSalut>

neorg
BRANDING
PARTNERS

Gràcies!

Neorg Branding Partners
2024