

PLEC DE PRESCIPCIONS TÈCNIQUES
CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE MÀRKETING I
COMUNICACIÓ DE CONTINGUT DIGITAL PEL
BANC DE SANG I TEIXITS
Expedient: CSE/1000/1100007376/26/PO

ÍNDEX

1.	Context	3
2.	Objecte del contracte	3
2.1	Lots	4
3.	Activitats i funcions de l'empresa contractista	5
4.	Finalitats i objectius a assolir	7
5.	Requeriments tècnics generals obligatoris de la prestació	8
6.	Formes de seguiment i control de l'execució de les condicions	11
7.	Altres consideracions del servei	¡Error! Marcador no definido.
8.	Documentació tècnica a aportar per les empreses licitadores	¡Error! Marcador no definido.
9.	Facturació del contracte	14

Amb la mera presentació de la seva oferta, l'empresa licitadora accepta les prescripcions tècniques establertes en aquest plec.

Qualsevol proposta que no s'ajusti als requeriments mínims establerts en aquest plec quedarà automàticament exclosa de la licitació.

1. Context

El Banc de Sang i Teixits (d'ara en endavant BST), empresa pública del Departament de Salut, necessita reforçar integralment la seva comunicació, màrqueting i visibilitat institucional, científica i assistencial, tant en l'àmbit intern com extern. Aquest reforç és imprescindible per millorar la difusió de la seva activitat, optimitzar la interacció amb la ciutadania i assegurar la coherència, professionalitat i qualitat de la seva imatge i de les campanyes de captació i fidelització de donants.

El servei s'executarà des de la seu central (Passeig Taulat, 106-116 de Barcelona) per donar cobertura a les necessitats corporatives dels departaments de la seu central, als 12 centres fixos de donació ubicats en hospitals de referència de Catalunya i a les campanyes de donació de sang, plasma, llet i medul·la òssia que es fan diàriament arreu del territori català.

2. Objecte del contracte

El present Plec té per objecte establir les prescripcions tècniques particulars que regiran la realització de la prestació del servei de màrqueting i comunicació per contingut digital pel Banc de Sang i Teixits.

La necessitat d'aquests serveis combinats sorgeix de diversos factors clau:

- **Increment de projectes de comunicació i divulgació:** El BST experimenta un augment en projectes de comunicació relacionats amb la recerca i la divulgació científica, així com la voluntat d'enfortir les relacions institucionals i la comunicació interna. Això exigeix un suport especialitzat i flexible.
- **Abast a la ciutadania i captació de donants:** La publicitat digital és una eina indispensable per arribar a segments específics de la població, com el públic jove o perfils molt concrets, amb la finalitat d'incrementar la visibilitat de les campanyes de donació de sang, plasma i medul·la, atreure nous donants (especialment els difícils de captar), i fidelitzar i reactivar als donants existents.

- **Manteniment d'una imatge corporativa coherent i accessible:** El BST necessita garantir la producció eficient, coherent i professional de tots els seus materials gràfics i de senyalització. Això inclou assegurar la correcta aplicació de la seva imatge corporativa en tots els suports, millorar la visibilitat i l'entorn gràfic dels seus centres de donació amb senyalització clara i homogènia, i garantir que tots els materials compleixin criteris d'accessibilitat i sostenibilitat.
- **Captació del públic jove a través del màrqueting d'influència:** El relleu generacional en la donació de sang depèn de la incorporació de nous donants d'entre 18 i 25 anys, un segment que consumeix fonamentalment canals digitals com Instagram i TikTok. Per aquest motiu, el màrqueting d'influència esdevé una eina clau per generar notorietat de marca, transmetre la missió del BST i mobilitzar aquest públic jove, aprofitant la credibilitat i la capacitat d'arribar de creadors de contingut amb milions de seguidors. Aquesta actuació requereix coneixement tècnic especialitzat i experiència que el BST no pot cobrir amb recursos propis, fet que justifica la necessitat de recórrer a un operador extern.

2.1 Lots

Lot 1 - Creació, producció i edició de continguts:

L'objecte del lot és la prestació d'un servei extern de perfil periodístic per donar suport a la creació, producció i edició de continguts per al blog corporatiu i la resta de canals de difusió del Banc de Sang i Teixits, així com tasques de suport en comunicació interna i externa.

Lot 2 - Estudi de disseny gràfic pel desenvolupament i adaptació de materials gràfics:

L'objecte del lot consisteix en l'elaboració i adaptació de materials gràfics en format imprès i digital, així com el disseny i execució de la senyalització dels centres de donació.

Lot 3 - Gestió d'influencers, per la creació i producció de continguts de posicionament de marca a les plataformes:

L'objecte d'aquest lot està relacionat amb l'objectiu del BST és garantir el relleu generacional en la donació de sang a Catalunya, captant nous donants d'entre 18 i 25 anys mitjançant l'ús de màrqueting d'influència a xarxes socials com Instagram i TikTok. Aquesta estratègia busca aprofitar l'abast i la credibilitat dels creadors de contingut per connectar amb el públic jove, transmetre la missió de l'organització i fomentar la participació activa en les campanyes de donació, assegurant així l'abastament i el bon ús de la sang de manera sostenible i rellevant per a la societat.

Lot 4 - Inserció de publicitat institucional a META i GOOGLE:

L'objecte del lot consisteix en la inserció i gestió d'anuncis i altres formats publicitaris a mitjans digitals (webs, apps, xarxes socials i altres plataformes digitals), amb l'objectiu de donar suport a les accions de màrqueting digital del Banc de Sang i Teixits.

3. Activitats i funcions de l'empresa contractista

Les funcions que ha d'assumir l'empresa contractista són les següents:

Lot 1 - Creació, producció i edició de continguts

- Suport específic en la gestió amb mitjans de comunicació i premsa.
- Contacte amb gabinets de comunicació de centres de recerca de Catalunya i Europa.
- Suport al pla de relacions institucionals.
- Disseny de l'estratègia mensual de difusió de continguts de recerca.
- Elaboració d'argumentaris.
- Redacció de continguts per al blog, butlletins interns i materials de les diferents àrees (sang, teixits, llet, cordó, medul·la).
- Suport tècnic en l'elaboració de materials gràfics i audiovisuals.
- Planificació i seguiment del calendari de publicacions.
- Suport als continguts de comunicació interna.
- Flexibilitat horària segons les necessitats del Departament de Comunicació.

Lot 2: Estudi de disseny gràfic pel desenvolupament i adaptació de materials gràfics

- Disseny i maquetació per a suports digitals (pantalles hospitalàries, web, xarxes socials, newsletters, etc.).
- Papereria corporativa: paper de carta, sobres, targetes de visita, segells...
- Senyalització interior i exterior dels centres fixos de donació als 12 hospitals de referència de Catalunya: vinils, pictogrames, direccionals, posicionals, rètols, tòtems lluminosos, directoris,...
- Retolació de vehicles: cotxes, furgonetes i autobusos,...
- Uniformitat.
- Coordinació amb les empreses d'arts gràfiques i estudis fotogràfics per la producció i impressió dels materials.

Nota: Aquest lot no inclou serveis de creativitat estratègica, redacció de continguts, planificació de mitjans, ni direcció de campanyes. És un contracte tècnic de desenvolupament gràfic.

Lot 3 - Gestió d'influencers, per la creació i producció de continguts de posicionament de marca a les plataformes:

- Assessorament estratègic: definir junt amb l'equip de màrqueting i comunicació del Banc de Sang i Teixits la proposta d'estratègia de campanya d'influencers que ajudin al banc a assolir els seus objectius qualitatius i quantitatius, difusió de marca i captació de donants joves.
- Selecció i contractació de col·laboradors: Estudiar, seleccionar i contractar el perfil dels creadors de continguts més adients per dur a terme la campanya publicitària per influència que el BST requereix, prèviament validats per l'equip de màrqueting i comunicació del Banc de Sang i Teixits. Dels influencers col·laboradors es tindrà en compte la seva presència, credibilitat i influència sobre el públic jove segons el seu elevat número de seguidors a xarxes socials i mitjans de comunicació digitals.
- Planificació i configuració: Planificar la campanya, distribució del pressupost, estudiar les plataformes més adequades per la inversió de les accions executades pels influencers. A més de fer d'interlocutors entre el Banc de Sang i Teixits i els col·laboradors.
- Gestió i suport: Revisió dels missatges i/o creativitats audiovisuals proposades pels influencers junt amb l'equip de màrqueting i comunicació del Banc de Sang i Teixits i oferir recomanacions expertes sobre aquests continguts. Seguiment del Planning marcat i garantir el compliment d'entrega de materials.
- Reporting: Creació de reporting final de la campanya de màrqueting per influència.

Lot 4: Inserció de publicitat institucional a META i GOOGLE

- Inversió: Realitzar la compra d'insercions d'anuncis, un cop aprovada pel BST, en google, meta o qualsevol altra plataforma de compra automatitzada de publicitat a internet.
- Planificació i configuració: Estudiar oferta i audiència necessària tenint en compte la definició de target facilitada per a cada campanya, analitzar l'històric de resultats per afinar en la distribució de pressupost i cost/donació objectiu, estudiar del mix de plataformes més adequades segons la campanya, oferir recomanacions expertes pel que fa a missatges i/o creativitats gràfiques i pel que fa a l'experiència post-clic, a les landing pages de campanya. També revisar i ajustar la medicació.
- Gestió i monitorització: supervisió diària del rendiment de les campanyes i evolució de quantitat de reserves i cost/reserva, seguiment i control del pressupost per campanyes juntament amb el seguiment de la inversió total, modificació de pressupost i/o la inversió segons resultats, modificar i ajustar grups, anuncis, audiències, ubicacions i/o criteris de display.
- Anàlisi i optimització: Optimització de variables de campanya per a millorar contínuament la quantitat de reserves, tenint en compte evolució KPIs (Nombre de

reserves obtingudes, Cost per reserva, Taxa de conversió, Engagement de la campanya, etc.) mitjançant dades de campanya de les plataformes i/o GA4 i la informació que facilita Banc de Sang i Teixits en reunions periòdiques. També, avaluar i testejar noves oportunitats i funcionalitats que es van afegir a la plataforma.

- Suport i reporting: Assistència il·limitada per telèfon i/o correu electrònic sobre el rendiment de les campanyes i l'experiència post-clic. Creació de reportings i documents a demanda.
- Creativitats: assessorament sobre les peces per a campanyes que millor han de funcionar.

L'oferta que presenti l'empresa licitadora haurà d'abastar la totalitat de les activitats i funcions especificades en el present Plec de Prescripcions Tècniques i al Plec de Clàusules Administratives Particulars del lot específic al que es presenti, essent totes elles obligatòries per a l'admissió de les propostes.

4. Finalitats i objectius a assolir

Les finalitats i objectius a assolir mitjançant la realització d'aquest contracte són els següents:

Lot 1 - Creació, producció i edició de continguts

Garantir una producció periòdica i de qualitat de continguts periodístics i corporatius per als canals del BST (blog, newsletters, materials interns i externs).

- Potenciar la divulgació científica i de recerca vinculada al BST, reforçant la seva reputació en l'àmbit sanitari i de la salut pública.
- Millorar la comunicació interna, afavorint la cohesió i la transmissió de missatges clars a tots els professionals.
- Assegurar l'adequació dels continguts als valors del BST: rigor, transparència, proximitat i compromís social.
- Incrementar la visibilitat de les campanyes de donació, facilitant la captació i fidelització de donants.

Lot 2: Estudi de disseny gràfic pel desenvolupament i adaptació de materials gràfics

- Donar resposta àgil a les necessitats de disseny gràfic de les diferents campanyes i accions de comunicació del BST.
- Assegurar la correcta aplicació de la imatge corporativa en tots els suports.
- Millorar la visibilitat i entorn gràfic dels 12 centres fixos de donació, amb senyalització clara i homogènia.
- Facilitar la coordinació amb l'equip intern de comunicació del BST, optimitzant recursos i terminis.
- Garantir que tots els materials compleixin criteris d'accessibilitat i sostenibilitat.

Lot 3: Gestió d'Influencers:

- Incrementar la notorietat de marca del BST entre el públic jove (18-25 anys).
- Generar continguts atractius i alineats amb els valors del BST, validats prèviament per l'equip de comunicació.
- Establir relacions de col·laboració amb creadors de contingut que actuïn com a prescriptors i multiplicadors del missatge del BST.
- Motivar la participació activa del públic jove en les campanyes de donació.
- Garantir un retorn mesurable en termes de visibilitat, engagement i captació de nous donants.

Lot 4: Inserció de publicitat institucional a META i GOOGLE

- Optimitzar la inversió en publicitat digital.
- Millorar el retorn de les campanyes de captació i fidelització de donants.
- Aconseguir una segmentació més precisa del públic objectiu.
- Incrementar les visites al web i les reserves de cita.

5. Requeriments tècnics generals obligatoris de la prestació

L'empresa contractista disposarà dels suficients mitjans tècnics, materials qualitatius i personals per a desenvolupar les tasques objecte d'aquest contracte.

La prestació regulada en el present plec haurà d'ajustar-se, almenys, als següents requisits tècnics, sense perjudici dels paràmetres a valorar mitjançant els criteris d'adjudicació establerts:

Lot 1 - Creació, producció i edició de continguts

- Grau o llicenciatura en Periodisme.

- Màster o postgrau en Comunicació Corporativa i Noves Tecnologies.
- Mínim 5 anys d'experiència en comunicació en l'àmbit de la salut i en entitats sense ànim de lucre.
- Mínim 5 anys com a periodista en un departament de comunicació corporativa.
- Experiència prèvia en mitjans de comunicació de masses.
- Certificat oficial de nivell C1 de català.

Lot 2: Estudi de disseny gràfic pel desenvolupament i adaptació de materials gràfics

- Un equip tècnic qualificat, format per almenys 3 professionals amb titulació universitària oficial (diplomatura o llicenciatura o equivalent en disseny gràfic, mínim en 2 dels membres de l'equip) i amb categoria de dissenyador sènior amb 5 anys d'experiència mínim, en 2 dels membres de l'equip. No s'acceptaran titulacions no reglades, cursos privats ni cicles formatius que no tinguin caràcter universitari.
- Disponibilitat dels programes de disseny en la seva versió actualitzada (Illustrator, InDesign, Photoshop, Adobe Acrobat, etc.).
- Coneixement i ús correcte de la imatge corporativa del BST, seguint el Manual d'identitat visual: www.bancsang.net/premsa. L'aplicació incorrecta del Manual d'identitat visual a les mostres presentades (sobre B), serà motiu d'exclusió de la licitació.
- Compliment dels terminis de lliurament establerts, amb capacitat de resposta en casos urgents.
- Aplicació de criteris de sostenibilitat, com l'ús eficient del color, formats que redueixin el malbaratament de paper i eliminació de tintes contaminants.
- Aplicació de criteris d'accessibilitat gràfica: contrastos adequats, tipografies llegibles, jerarquies visuals clares.
- Possibilitat de presència puntual a la seu del BST o als centres de donació si es requereix.
- Llicència tipogràfica: Helvetica Neue i Scala Sans Office.
- Tots els transports i desplaçaments que motivin els serveis contractats, seran a compte de l'adjudicatari i s'entenen compresos dins del preu ofert.
- La franja horària mínima en què l'adjudicatari haurà d'atendre les peticions del BST abasta de dilluns a divendres laborables des de les 8 hores del matí a les 19 hores de la tarda i puntualment en altres hores prèviament convingudes.

En termes de rendiment o d'exigències funcionals, les prestacions d'aquest contracte hauran d'assolir les següents fites:

Terminis de lliurament

Si no s'indica el contrari, el termini màxim de lliurament dels materials més habituals serà de:

- Cartells: 2 dies laborables de dilluns a divendres
- Díptics: 3 dies laborables de dilluns a divendres
- Tríptics i quadríptics: 4 dies laborables de dilluns a divendres
- Targetons: 3 dies laborables de dilluns a divendres
- Revistes: 5 dies laborables de dilluns a divendres
- Imatges per a campanyes: d'1 a 3 dies laborables de dilluns a divendres
- Banderoles: 3 dies laborables de dilluns a divendres
- Roll ups: 3 dies laborables de dilluns a divendres
- Lones: 3 dies laborables de dilluns a divendres

L'adjudicatari, un cop feta la comanda, disposarà d'aquest termini màxim per realitzar el servei de forma ordinària o d'una data concreta en els casos en què s'especifiqui que el servei s'hagi d'executar de forma urgent.

Els terminis d'entrega poden ser objecte de modificació en casos puntuals i justificats, previ acord entre les dues parts.

En aquells casos que determinats productes puguin tenir variables d'excepcionalitat (urgència, productes especials, quantitats elevades, manipulats o acabats dificultosos, etc.) tenint en compte les circumstàncies, s'acordarà el calendari de lliurament amb l'adjudicatari.

Qualsevol variació per part del proveïdor en els terminis de lliurament establerts en aquest plec s'haurà de comunicar al més aviat possible per tal de tenir capacitat de trobar solucions alternatives.

Lot 3 - Gestió d'influencers, per la creació i producció de continguts de posicionament de marca a les plataformes:

- RGPD i la normativa de protecció de dades.
- Acreditació d'experiència en serveis similars.
- Certificacions o reconeixements en l'àmbit del màrqueting digital per influència.
- Portfolio de talents i/o equip de creadors de continguts reconeguts per la seva presència, credibilitat i influència sobre el públic jove segons el seu elevat número de seguidors a xarxes socials i mitjans de comunicació digitals.
- Assignació d'un equip amb perfil sènior amb experiència demostrable.

Lot 4: Inserció de publicitat institucional a META i GOOGLE

- RGPD i la normativa de protecció de dades.
- Acreditació d'experiència en serveis similars.
- Certificacions o reconeixements en l'àmbit del màrqueting digital (Google Partner, Meta Business Partner, etc.).
- Accés a plataformes d'anuncis i eines d'anàlisi i seguiment.
- Assignació d'un equip amb perfil sènior amb experiència demostrable

Per tots els lots:

Obligació de confidencialitat

- L'empresa adjudicatària, així com els seus treballadors i col·laboradors, hauran de mantenir la màxima reserva sobre qualsevol informació o documentació a la qual tinguin accés durant l'execució del contracte, llevat dels materials destinats a ser publicats o difosos públicament.
- La signatura del contracte implicarà la formalització i l'acceptació expressa d'aquesta clàusula de confidencialitat, que continuarà vigent un cop finalitzada la relació contractual.
- A banda, caldrà subscriure un contracte de confidencialitat entre BST i l'empresa adjudicatària.

Límits, drets i propietats

- L'empresa adjudicatària cedirà al BST, de manera gratuïta, exclusiva, perpètua i per a tot el territori mundial, tots els drets d'explotació sobre els continguts, creativitats i arts finals generats en el marc del contracte, en qualsevol forma i modalitat. Lliurament d'arts finals editables i vectoritzats (format .ai/.indd/.psd + PDF).
- No es permetrà incloure logotips propis en els materials.
- No es permetrà la subcontractació de serveis creatius o de producció audiovisual.

6. Formes de seguiment i control de l'execució de les condicions

L'òrgan de contractació designarà una persona que assumirà el control i la coordinació de l'execució contractual amb l'empresa contractista a fi de tractar directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec.

L'empresa contractista ha de designar una persona responsable a qui encarregar la gestió de l'execució del contracte i que haurà de garantir la qualitat de la prestació objecte d'aquest plec, tractant directament les qüestions relacionades amb el desenvolupament normal de les tasques indicades en aquest plec amb la persona interlocutora designada per l'òrgan de contractació.

Les persones referides anteriorment es reuniran amb una periodicitat mínima setmanal per tal de supervisar, controlar i tractar qualsevol aspecte vinculat amb el desenvolupament del contracte, a fi d'assegurar que el mateix s'està executat conforme l'establert en el present plec.

Als efectes anteriors, s'avaluarà el seguiment i el control del compliment de cada requeriment tècnic de la següent manera:

Lot 1 - Creació, producció i edició de continguts

- Reunions diàries de coordinació amb la persona responsable designada pel BST per revisar encàrrecs, calendaris i continguts en curs.
- Presentació mensual d'un pla editorial amb els continguts previstos i els canals de difusió.
- Validació prèvia de tots els textos i materials per part del BST abans de la seva publicació o difusió.
- Control de qualitat: es valorarà la correcció lingüística (català C1), l'adequació al llenguatge corporatiu i la coherència amb la imatge institucional.
- Elaboració d'informes trimestrals que recullin volum de producció, índexs de difusió i resultats qualitatius (impacte, llegibilitat, adequació del missatge).
- Compromís de resposta àgil en situacions d'urgència informativa o institucional.

Lot 2: Estudi de disseny gràfic pel desenvolupament i adaptació de materials gràfics

- **Coordinació de l'operativa del servei:** La coordinació de les tasques encarregades pel BST es durà a terme per via telefònica, telemàtica (correu electrònic, videotrucada, etc.) o mitjançant **reunions de seguiment periòdiques**, amb l'objectiu de revisar l'estat dels encàrrecs i assegurar el correcte desenvolupament del servei.
- **Planificació setmanal i flexibilitat:** Cada dilluns al matí es definirà, conjuntament amb el BST, un planning setmanal d'encàrrecs amb dates de lliurament (de dilluns a divendres). Aquest calendari serà orientatiu però vinculant. Atesa la naturalesa del servei, és habitual que sorgeixin urgències no previstes, que hauran de ser encaixades dins la planificació setmanal, ajustant si cal l'ordre i prioritats dels projectes programats. L'empresa haurà de mostrar capacitat d'adaptació i resposta ràpida.

- **Reunions de seguiment amb el responsable del contracte:** Es podran **convocar reunions a petició del responsable del contracte** per fer un repàs exhaustiu de les tasques en curs, revisar el calendari de treball i reajustar prioritats en funció de les necessitats de lliurament. L'empresa adjudicatària haurà de garantir disponibilitat i capacitat de resposta per adaptar-se a aquestes reunions de coordinació.
- **Control de terminis i qualitat:** Els lliuraments seran supervisats pel personal tècnic del BST. Es podrà requerir revisió o esmenes sense cost addicional fins a l'acceptació definitiva de l'art final. Es controlarà el compliment dels terminis pactats i la qualitat formal i tècnica dels materials.
- **Informes i documentació de seguiment:** Si es considera necessari, l'empresa haurà de generar informes puntuals d'activitat (quantitatius o qualitatius) o resums mensuals dels encàrrecs realitzats i pendents.
- **Gestió d'incidències i pla de contingència:** En cas d'incompliment o incidències greus, l'empresa haurà de comunicar-ho immediatament i proposar una solució alternativa de forma justificada. El BST podrà fixar nous terminis o mesures correctores.
- **Compromís de resultats i millora contínua:** L'adjudicatari es compromet a garantir un servei àgil, coherent amb la imatge corporativa, i amb capacitat de resposta en situacions d'urgència o canvis imprevistos.

Lot 3 - Gestió d'influencers, per la creació i producció de continguts de posicionament de marca a les plataformes:

- Reunions mensuals de seguiment amb el responsable designat pel BST.
- Compliment del calendari d'accions per contingut i xarxes de difusió.
- Validació per part del BST dels materials proposats pels influencers abans de la seva publicació.
- Informe final per campanya.

Lot 4: Inserció de publicitat institucional a META i GOOGLE

- Reunions mensuals de seguiment amb el responsable designat pel BST.
- Enviament d'informes setmanals i un informe final per campanya.
- Seguiment per objectius establerts conjuntament amb BST.
- Proposta de modificació de l'estratègia quan sigui necessari.

7. Facturació del contracte

LOT	DECRIPCIÓ	TIPUS DE FACTURACIÓ
1	Creació, producció i edició de continguts	Fee mensual
2	Estudi de disseny gràfic pel desenvolupament i adaptació de materials gràfics	Facturació mensual segons feina realitzada
3	Gestió d'influencers, per la creació i producció de continguts de posicionament de marca a les plataformes	Facturació per campanya
4	Inserció de publicitat institucional a META i GOOGLE	Facturació mensual, segons inversió