



VALORACIÓN Y PUNTUACIÓN DE LA OFERTA TÉCNICA

“CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN DE UNA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA EXPOSICIÓN A AGENTES CANCERÍGENOS O MUTÁGENOS EN EL TRABAJO ASÍ COMO PARA LA ELABORACIÓN, IMPLANTACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE DICHA CAMPAÑA”

Presentada por: Kelsing

CRITERIOS RELACIONADOS CON LA CALIDAD DEL SERVICIO EVALUABLES MEDIANTE JUICIO DE VALOR (hasta 44 puntos):

1. Idoneidad de la creatividad de las piezas, materiales y elementos creativos (máximo 12 puntos).

La oferta recoge una propuesta de acciones que incluye una relación de los materiales a realizar, así como una propuesta de claim para la campaña. Se proponen diversos materiales orientados a los diferentes colectivos identificados como público objetivo e incluidos en el pliego de prescripciones técnicas, aunque los spots que se proponen sólo están dirigidos a trabajadores. Los materiales propuestos están alineados a la posterior estrategia de comunicación que se presenta en la oferta.

La valoración de este apartado es excelente: 9 puntos.

2. Idoneidad de la estrategia de comunicación y eficacia de la misma en relación con su capacidad para llegar al mayor número de destinatarios (máximo 12 puntos).

La oferta técnica recoge una propuesta de las acciones que se llevarían a cabo a través de los canales y recursos propios del INSST (social media-Twitter y Youtube, espacio web, actos formativos y divulgativos), adecuando las diferentes alternativas a cada público objetivo o colectivo al que van dirigidas y resumiendo el objetivo que se quiere lograr con cada una de ellas y el mensaje que se les quiere transmitir. La propuesta está bien estructurada, cubriendo todos los objetivos requeridos en el pliego de prescripciones técnicas. Asimismo, se incluye una programación y planificación que especifica cómo se van a llevar a cabo las distintas actuaciones. Además, se recogen los posibles intermediarios que pueden jugar un papel clave en la difusión del mensaje, dando una mayor visibilidad. Entre ellos, se incluye un primer grupo que corresponde a organismos, organizaciones y entidades que habitualmente colaboran con el INSST y otros dos más en relación con entidades relacionadas con la prevención de riesgos laborales y con otras que representen a los destinatarios de la campaña. Todas las actuaciones contenidas en la oferta técnica se consideran idóneas teniendo en cuenta los diferentes perfiles a los que la campaña está dirigida.

La valoración de este apartado es excelente: 12 puntos.

3. Viabilidad de implantación de la estrategia de comunicación en el INSST (máximo 6 puntos).



Todas las propuestas contenidas en la oferta técnica pueden ser llevadas a cabo por el INSST al tratarse de acciones sencillas pero con elevado impacto en el público objetivo. La implementación de la estrategia resulta viable ya que se han tenido en cuenta la naturaleza del organismo y sus particularidades. Adicionalmente, la oferta técnica recoge cómo el organismo puede sacar partido de las relaciones que tiene con otras organizaciones para aumentar el impacto de la campaña. La valoración de este apartado es excelente: 6 puntos.

4. Calidad y capacidad de realizar la monitorización y seguimiento de la implantación de la estrategia de comunicación (máximo 6 puntos).

En la oferta técnica se demuestra ampliamente que se cuenta con la capacidad requerida para realizar un seguimiento y monitorización de calidad de los resultados que se obtengan a medida que se implanten las acciones propuestas y para adaptar, en su caso, las actuaciones en función de los mismos. La valoración de este apartado es excelente: 6 puntos.

5. Calidad y capacidad de prestar asesoramiento en relación con la campaña (máximo 8 puntos).

En la oferta técnica se evidencia que el asesoramiento al organismo en todo lo referente a la campaña cuenta con la calidad exigida en el pliego de prescripciones técnicas y que se cuenta con holgada capacidad para llevarlo a cabo. En la propuesta se contempla la campaña en su conjunto, abordando tanto las actuaciones que se van a desarrollar en las redes sociales como las que el INSST realiza en el marco de sus competencias de manera que produzca un efecto sinérgico y que se facilite el soporte requerido para realizarlas de forma efectiva. En este sentido, cabe remarcar que en esta oferta queda reflejado de forma clara que se ha entendido perfectamente el objeto del contrato y, especialmente, las necesidades de asesoramiento y apoyo del organismo para lograr el máximo impacto en el público objetivo y para potenciar la visibilidad del organismo llegando a colectivos hasta ahora inaccesibles para el mismo.

La valoración de este apartado es excelente: 8 puntos.

6. Resumen de la puntuación:

Atendiendo lo anteriormente expuesto la puntuación de los criterios relacionado con la calidad del servicio evaluables mediante juicio de valor es de **41 puntos**.