

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ELABORACIÓN Y GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ONLINE, A TRAVÉS DE LOS PERFILES EN REDES SOCIALES DE LOS CENTROS SANITARIOS DEPENDIENTES DE LA CENTRAL PROVINCIAL DE COMPRAS DE MÁLAGA (SERVICIO ANDALUZ DE SALUD), MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO Y TRAMITACIÓN ELECTRÓNICA

1.- INTRODUCCIÓN

Los centros sanitarios continúan afrontando distintos retos muy importantes que pasan por reforzar su imagen, trabajar el sentido de pertenencia, la calidad, la excelencia, la accesibilidad, la eficiencia y la humanización, en pleno proceso de cambios. En resumen, se trata de adoptar una estrategia de comunicación efectiva y útil.

Para acometer este plan de comunicación está siendo necesario utilizar las herramientas de la manera más eficaz, visual y personalizada. Se está difundiendo de forma clara, transparente y eficiente todos los cambios que faciliten y garanticen la accesibilidad a los distintos servicios y áreas de todos los centros, incluyendo también, por ejemplo, diseño y difusión de planos amables de circulación, entre otras acciones, teniendo en cuenta que las infraestructuras y circuitos van cambiando constantemente y aún queda por hacer.

Es un momento clave para mostrar y demostrar la inmejorable trayectoria de estos centros sanitarios y visibilizar todos los retos y posibilidades de crecimiento que se están abriendo para continuar escribiendo el futuro con los mejores resultados en salud, con eficiencia, calidad y excelencia, garantizando la accesibilidad, una asistencia cercana y humanizada.

En este sentido, se hace necesario y fundamental la contratación de servicios profesionales de apoyo técnico a la publicación de información que fomente la presencia de los centros sanitarios de la provincia de Málaga en redes sociales, gestionados por las unidades de Comunicación de los centros (o profesionales con ese encargo de funciones), incluyendo consultas técnicas y elaboración de medios audiovisuales, todo ello supervisado y coordinado por dichas unidades.

Para ello, se requieren distintos perfiles profesionales técnicos y creativos, no disponibles en estos centros. Sobre todo, en lo que se refiere a labores de diseño, edición, conceptualización y maquetación. Todos los contenidos serán generados para ser publicados en las distintas redes sociales en función del público objetivo, serán trasladados y adaptados a los boletines de noticias internos. Todo ello en línea con la identidad de la Junta y el Plan de Humanización. Se requerirá a la empresa adjudicataria del servicio el análisis de métricas y la elaboración de informes técnicos para determinar los resultados de impacto en redes y a partir de ahí, implementar medidas de mejora.

2. OBJETO DEL CONTRATO.

La prestación objeto de este servicio es el apoyo técnico en la elaboración y gestión de la estrategia de comunicación de los centros sanitarios de la provincia de Málaga, a través de sus cuentas y perfiles en

redes sociales: X, Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube o cualquier otro que en el periodo de duración del contrato se considere relevante por su novedad e interés público y la adaptación de los contenidos que resulten de interés para los profesionales a las revistas internas digitales. Los centros sanitarios objeto son:

- Hospital Universitario Regional de Málaga
- Hospital Universitario Virgen de la Victoria
- Hospital Universitario Costa del Sol
- Área de Gestión Sanitaria Serranía de Málaga
- Área de Gestión Sanitaria Este de Málaga-Axarquía

3.- CONTENIDO Y ALCANCE DEL SERVICIO.

El servicio objeto del presente contrato incluye gestión y dinamización de perfiles, elaboración de informes sobre perfiles, diseño y elaboración de contenidos y realización de campañas informativas o divulgativa.

La contratación de este servicio no conlleva relación administrativa o laboral con personas físicas pertenecientes a la empresa adjudicataria. Las tareas que desarrolle el personal de la empresa adjudicataria no implicarán en ningún caso ejercicio de funciones reservadas a funcionarios públicos ni serán similares a actividades comunes de la Administración. En ejercicio de sus funciones no tendrán acceso a los sistemas informáticos, sistemas de información, bases de datos o datos personales, cuya titularidad o responsabilidad recaiga en la Consejería de Sanidad, Presidencia y Emergencias y en el Servicio Andaluz de Salud.

Las funciones desarrolladas serán siempre en coordinación y supervisión de las unidades de Comunicación de los centros.

La empresa adjudicataria dispondrá de un canal de contacto permanente con el responsable del contrato y deberá garantizar una comunicación fluida y continua con los equipos de comunicación de los centros, para ello se prestará un servicio de atención al cliente y monitorización de comentarios, debiendo reportar al responsable del contrato cualquier comentario o incidencia detectada, en el plazo de 24 horas desde que se produjera.

El responsable del contrato comunicará las actuaciones a realizar, que deberán ser materializadas dentro de las 24 horas siguientes a la comunicación. De no llevarse a cabo este trabajo, el centro sanitario podrá penalizar a la empresa adjudicataria con un 1% del valor de los servicios contratados por cada comunicación no atendida, para cada periodo de facturación, que se prevé mensual.

Las prestaciones incluidas en el servicio se concretan en los siguientes apartados:

3.1. Dirección estratégica y seguimiento

- Dirección ejecutiva del proyecto.

- Diseño, implantación y seguimiento de la estrategia digital adaptada al ámbito sanitario.
- Coordinación del equipo técnico.
- Comunicación constante con la Dirección de Comunicación del hospital.
- Propuesta y actualización de líneas editoriales y protocolos de actuación en redes sociales.

3.2. Gestión y dinamización de redes sociales

La empresa adjudicataria debe realizar los trabajos de “Community Manager” en relación con los perfiles de los centros en las diferentes plataformas incluido la edición del boletín interno digital. Realizará un análisis previo de las RRSS y propondrá al centro una estrategia previa de las mismas. La gestión de cada una de las redes deberá adaptarse a la idiosincrasia de la propia red y al público al que se dirige.

Este análisis de las redes sociales previo implica, por una parte, el análisis de las propias redes y también de otras redes sociales corporativas de hospitales públicos y privados (dos nacionales; por ejemplo, Clinic de Barcelona y Gregorio Marañón de Madrid; y tres regionales: por ejemplo: Hospital San Cecilio de Granada, Virgen del Rocío de Sevilla y Reina Sofía de Córdoba o Virgen Macarena de Sevilla). A seleccionar según casos de éxito.

Estos análisis previos se llevarán a cabo y se entregará un informe incluyendo medidas, contenidos, nuevos formatos, etc. a poner en marcha en los siguientes trimestres en función de los casos de éxitos detectados y que puedan implementarse en nuestras redes.

La empresa compartirá un calendario con la planificación semanal en el que recogerán todas las entradas a publicar en las distintas redes y el contenido del boletín interno digital será validado con carácter previo por el centro.

Cada centro podrá solicitar a la adjudicataria que abra y gestione perfiles en otras redes distintas a las que ya tiene abiertas, durante la duración del contrato y siempre que se considere relevante por su novedad e interés público.

Los contenidos pueden ser aportados por el hospital y/o buscados proactivamente por la empresa adjudicataria y serán 2 publicaciones diarias mínimas por red (de lunes a domingo). Este número puede verse incrementado o reducido por causas específicas del día a día o por características propias de la red social concreta.

Se realizarán una gestión diaria de los perfiles sociales activos del centro con programación y publicación de contenidos adaptados a cada plataforma y una monitorización de la actividad y respuesta a comentarios. Además, la derivación de consultas al equipo de comunicación del centro se realizará en un plazo máximo de 24 horas.

Los contenidos principales se basarán en:

- Notas de prensa
- Expresamente elaborados para redes y boletín interno digital: Días mundiales, eventos y jornadas, píldoras saludables, de seguridad, de investigación, docencia, ofertas de empleo público, carrera profesional, movilización interna, 24 horas

Las dudas o comentarios planteados por la ciudadanía deberán ser atendidos en un plazo máximo de 24 horas en días laborables. Las respuestas se ofrecerán siempre con plenas garantías de veracidad, previa contrastación con la unidad de Comunicación de cada centro, que trasladará a la empresa adjudicataria la información necesaria para que esta pueda dar respuesta al ciudadano.

3.3. Producción y edición audiovisual

- Producción de 2 vídeos profesionales institucionales al mes: entendiendo como tal: elaboración de guion, grabación de imágenes por parte de la adjudicataria con desplazamiento al centro o lugar preestablecido, elección del formato audiovisual más adecuado, actual y original para el objetivo establecido; edición y posproducción profesional. En casos excepcionales, de no estar conforme el centro podrá realizarse nueva grabación y modificación en edición. Incluyendo entrevistas, reportajes o campañas informativas.
- Edición y adaptación de todo el material audiovisual generado por el centro, sin número máximo establecido.
- Ajuste de formatos, corte, maquetación y subtitulación.
- Garantía de cumplimiento de los criterios de accesibilidad audiovisual.

3.4. Diseño y elaboración de contenidos para redes sociales y comunicación interna de infografías y creatividades

Los contenidos se introducirán en las redes de lunes a domingo, ambos incluidos y en horario de máxima relevancia según se vaya determinando por el responsable del contrato y la empresa adjudicataria a la vista de los informes de seguimiento.

- Diseño de cartelería digital para publicaciones, campañas y eventos.
- Adaptación a la identidad visual corporativa
- Creación de piezas específicas según los formatos y dimensiones de cada red social y el boletín interno digital.
- Actualización de plantillas creativas de diseño, adaptadas a: cada red social, cartel institucional (horizontal y vertical), ppt institucional, díptico y tríptico y cualquier otro formato que solicite el hospital, en este sentido.

Además, se establece un mínimo al mes de:

- 2 infografías al mes. Entendiendo como tal, infografías realizadas por profesionales de diseño creativo o audiovisual.
- 2 creatividades profesionales al mes, entendiendo como tal, aquellas elaboradas Ad hoc por los diseñadores de arte y que conllevan el diseño más su adaptación a: cartel, programa, díptico o tríptico, fondo de escritorio, banner web o intranet, ppt para

presentación de ponentes, etc.

- 6 diseños y maquetaciones de documentos e informes institucionales anuales, tipo Memoria Corporativa (formato folleto, díptico o tríptico) y/o o documentos de hasta 100 páginas.

Todos estos trabajos mínimos pueden ser prorrateados a lo largo del año en función de las necesidades del servicio, pero a final de año, el cómputo total debe haberse ejecutado.

3.5 Cobertura de eventos.

La empresa adjudicataria deberá cubrir un mínimo de 1 evento al mes en los propios centros hospitalarios y/o fuera de éste, si se tratara de algún evento propio o en colaboración con alguna asociación, otra institución, etc. que se celebre en algún otro espacio (ejemplo: Palacio de Congresos, etc)

La cobertura de estos eventos incluirá la presencialidad en el evento de profesionales de la empresa adjudicataria para la posterior producción, elaboración, creación y difusión de un conjunto coordinado de contenidos gráficos y audiovisuales con una finalidad comunicativa común.

3.6. Elaboración de informes sobre perfiles.

La empresa adjudicataria realizará los informes con carácter trimestral que reflejen: número de followers, engagement, publicaciones más destacadas entre otros datos de interés para conocer el alcance de las publicaciones.

Además, se realizará seguimiento de escucha activa en tiempo real y aviso inmediato al centro a través del responsable del contrato, sobre contenidos de interés, oportunidades y situaciones de crisis. Dentro de esta función la empresa adjudicataria deberá utilizar herramientas avanzadas de escucha activa para la monitorizar las principales redes sociales y conocer las conversaciones que se producen sobre temas relacionados con el centro, analizando los resultados y emitiendo informes, con periodicidad mensual.

La empresa adjudicataria deberá emitir un informe semestral en el que se realice un análisis y una propuesta de mejora de los resultados obtenidos tras la monitorización trimestral de las redes sociales del centro, siguiendo la metodología y utilizando las herramientas necesarias para llevar a cabo esta tarea.

Es muy importante tener en cuenta la evolución de las métricas y los algoritmos para llevar a cabo estos informes. En este sentido, es fundamental que la plantilla que desarrolle de este servicio por parte de la empresa adjudicataria esté actualizada en este aspecto y se aplique a los diferentes informes, trabajos y elección de formatos de publicación en las diferentes redes sociales corporativas. Se solicitará explicación en los respectivos informes por parte del centro.

3.7. Clipping diario de prensa digital

- Seguimiento diario de noticias relacionadas con el centro sanitario.

- Elaboración y envío de un resumen diario (lunes a viernes). Las noticias del fin de semana se enviarán los lunes.
- Entrega en formato PDF o compatible, con enlaces activos, titulares y fuentes

3.8. Formación específica

La empresa adjudicataria llevará a cabo una formación anual a profesionales de la unidad Comunicación y profesionales de otras categorías establecidas por la dirección gerencia tanto en actualización de redes sociales como en formación de portavoces.

3.9. Presencia y disponibilidad del personal.

Se requiere la disponibilidad del personal dedicado a la prestación del servicio, de lunes a viernes en horario de 09:00 a 15:00 horas y de 17:00 a 19:00 horas. Se dejarán programados y planificados los contenidos de los fines de semana y, ocasionalmente, será necesaria la presencia o atención urgente telemática o presencial en sábado, domingo y festivo que se incluirán dentro del cómputo de horas total ofertadas por la empresa adjudicataria para la prestación del servicio.

3.8. Elaboración de trabajos específicos importantes para la ejecución del servicio.

Este contrato incluye también la ejecución de los siguientes trabajos relacionados con contenidos y difusión en redes sociales y boletín interno:

- Felicitación de Navidad y adaptación a formatos de redes.
- Reportaje de fotos anual con de entre 100 y 150 fotos de las diferentes unidades y servicios de los diferentes centros sanitarios.

4.- FORMA DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO.

La empresa nombrará a un representante que actuará como interlocutor con cada centro que, en virtud de las instrucciones recibidas por el responsable del contrato designado por la Administración, dirija y organice la actividad del equipo de la empresa.

La empresa adjudicataria trabajará de manera conjunta y constante con la unidad de Comunicación de cada centro dentro de una estrategia consensuada y planificada por ambas partes, en la que se establecerá un método de comunicación fluido entre los integrantes del equipo de la empresa adjudicataria y el personal de comunicación del centro.

Estas relaciones de coordinación de trabajos no supondrán en ningún caso relación jurídica o laboral con el personal de la empresa adjudicataria, tal como se ha indicado en el apartado 3 sobre el alcance del servicio.

Tanto a la finalización del contrato, como cuando el propio centro crea necesario, la empresa adjudicataria deberá entregar una memoria con todos los trabajos realizados.

4.1.- Requisitos técnicos y profesionales que se requieren en la prestación del servicio.

Para el adecuado desarrollo de los trabajos y calidad de resultados, se considera imprescindible que la empresa adjudicataria disponga de los siguientes medios tecnológicos y profesionales:

a) Sistema de gestión de la información.

- Disponer de herramientas de gestión, monitorización y análisis de redes sociales que permitan la programación de los posts, gestión de todos los perfiles de redes sociales, análisis de datos y la extracción de conclusiones para el establecimiento de posteriores estrategias. En la propuesta presentada se indicarán las herramientas concretas que se aportan al servicio: Hootsuite, Brandsoc, Attribus, Metricool, etc.
- Disponer de capacidad y conocimientos de herramientas de gestión, monitorización y análisis de redes sociales por parte de la empresa adjudicataria y de los profesionales adscritos este proyecto. Para ello en la propuesta se indicará la relación de profesionales que se dedican al proyecto, acompañando un currículum de los mismos en el que conste: nombre, cualificación profesional, titulación académica, experiencia en trabajos similares y empresa o administración para la que se realizaron, y cualquier otro aspecto que se considere de interés.

b) Profesionales y perfiles.

El equipo de trabajo que la empresa dedique a este proyecto deberá estar integrado por profesionales acreditados, mediante titulación, experiencia y formación en comunicación a través de medios digitales y redes sociales, de acuerdo a lo establecido en el Pliego de Condiciones Administrativas Particulares. El desarrollo del servicio requerirá de profesionales con titulación universitaria, grado o equivalente, y experiencia en comunicación a través de medios digitales, de al menos, 2 años dentro de los últimos 5 años, en proyecto y/o trabajos de similar naturaleza, en relación a las siguientes funciones:

- Análisis y medición en redes sociales para poder realizar los informes de cada uno de los perfiles, extraer conclusiones y proponer cambios para la mejora continua de cada uno de ellos.
- Diseño gráfico y edición de contenido audiovisual para realizar las creatividades y material audiovisual adaptado que se necesiten en los perfiles.
- Marketing Digital y contenidos que aportará una visión global del proyecto, así como coordinación del equipo de Community Managers.

La composición del equipo dispondrá como mínimo de los siguientes perfiles:

- Director ejecutivo: diseño y seguimiento de la estrategia digital y coordinación del equipo.
- Community Manager: gestión diaria de redes sociales e interacción con la comunidad. Persona que sea experta en comunicación estratégica y en redes sociales. La capacidad profesional se acreditará mediante titulación universitaria

de grado o equivalente en área de comunicación audiovisual, periodismo o similares, que se acreditará mediante la presentación de los títulos académicos oficiales.

- Diseñador/a gráfico: creación de cartelería y piezas gráficas. La capacidad profesional se acreditará mediante titulación universitaria o de formación profesional de grado superior o medio, relacionada con la formación en el área de Diseño, Producción Audiovisual, Diseño en Gráfica Publicitaria o similares, relacionadas con la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual. Esta formación se acreditará mediante la presentación de los títulos académicos oficiales.
- Editor/a de vídeo: producción y edición de contenidos audiovisuales. La capacidad profesional se acreditará mediante titulación universitaria o de formación profesional de grado superior o medio, relacionada con la formación en el área de Diseño, Producción Audiovisual, Diseño en Gráfica Publicitaria o similares, relacionadas con la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual. Esta formación se acreditará mediante la presentación de los títulos académicos oficiales.
- Periodista junior: elaboración del clipping diario y apoyo en tareas de redacción.

Dicho equipo responderá a las necesidades de dirección/coordiación, redacción, diseño y análisis de todas las gestiones que cada centro sanitario le encargue.

4.2. Personal del adjudicatario puesto a disposición del contrato.

El personal de la empresa adjudicataria puesto a disposición de cada centro, como consecuencia de la implantación del servicio, será elegido por la empresa adjudicataria y autorizado por el responsable del contrato.

En todo momento la empresa adjudicataria garantizará los requisitos que tienen que reunir el equipo técnico que preste el servicio.

El personal adscrito a la ejecución del presente contrato no tendrá vinculación laboral alguna con el Organismo contratante, por lo que no tendrá derecho alguno respecto al mismo. La empresa adjudicataria, tendrá todos los derechos y obligaciones sobre dicho personal, con arreglo a la legislación vigente y aquélla que, en lo sucesivo, pueda promulgarse.

En ningún caso el centro resultará responsable de las obligaciones de la empresa adjudicataria con sus trabajadores, aun cuando los despidos y medidas que adopte sean como consecuencia, directa o indirectamente, del incumplimiento o interpretación del contrato establecido.

EL HRUM podrá exigir a la empresa adjudicataria, mediante propuesta razonada, la sustitución de personal que, por dejación o extra limitación, incumpla las obligaciones que tiene encomendadas o incurra en infracciones graves o muy graves de las tipificadas en la normativa vigente.

5.- OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO Y REQUISITOS GENERALES PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Propiedad del resultado de los trabajos.

Cada centro sanitario facilitará a la empresa adjudicataria cuanta información disponga relacionada con las materias objeto del presente trabajo. Toda la información que se proporcione es propiedad del centro y no podrá ser utilizada en futuros trabajos ya sea como referencia o como base de los mismos, a menos que se cuente con la autorización expresa, por escrito, de la persona responsable del contrato.

Todos los documentos y resultados de los trabajos realizados serán propiedad de la Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Sanidad, Presidencia y Emergencias y del Servicio Andaluz de Salud, entendiéndose por los mismos tanto los documentos generados con carácter informativo (informes, capturas, etc.) o no informativo como los perfiles de acceso (en calidad de administración o la máxima posibilidad de gestión de los mismos) y la contraseña de los distintos elementos de gestión que puedan ser necesarios para la realización del objeto de trabajo (perfiles en redes sociales, página web, base de datos de direcciones de listas de distribución o similares o cualquier otro ya existente o que pudiera desarrollarse en el marco de este contrato).

La Junta de Andalucía podrá ejercer el derecho de explotación para cualquiera de sus órganos, organismos, con o sin personalidad jurídica y empresas públicas, o para quien así considere y autorice previamente, de cualquier información o elemento de gestión que se derive de la aplicación del contrato según lo establecido en el párrafo anterior y siempre bajo la premisa del cumplimiento de lo establecido en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, así como su desarrollo normativo. Dicho derecho de explotación comprenderá la reproducción, distribución, divulgación, comunicación pública y transformación o cuantas otras acciones se puedan considerar necesarias, con carácter total o parcial, sin limitación alguna. La empresa adjudicataria podrá hacer uso de los mismos, ya sea como referencia o como base de futuros trabajos, siempre que cuente para ello con la autorización expresa y por escrito de la Consejería de Sanidad, Presidencia y Emergencias o de aquella que en el futuro asuma sus competencias.

Las entregas deberán hacerse tanto en formatos abiertos y editables que permitan su posterior modificación y reutilización por parte del centro, como en formatos cerrados o finales que faciliten su acceso. En este sentido, es especialmente destacable que se haga entrega del formato cerrado en pdf para los documentos de texto generados por la empresa adjudicataria.

El centro sanitario pondrá a disposición de la empresa los medios técnicos y materiales necesarios para que ésta pueda volcar todos los archivos, documentos e información que se genere a lo largo del contrato. Cada uno de los archivos que se entreguen deberá contener en su denominación con claridad de qué se trata, y la versión que es del documento.

Los plazos de entrega de los documentos y resultados del trabajo serán los recogidos en este pliego, pudiendo ser modificados en cualquier momento por causa de interés o necesidad

Transferencia tecnológica.

Durante la ejecución de los trabajos objeto del contrato la empresa adjudicataria se compromete, en todo momento, a facilitar a las personas designadas por el centro sanitario a tales efectos, la información y documentación que éstas soliciten para disponer de un pleno conocimiento de las circunstancias en que se desarrollan los trabajos, así como de los eventuales problemas que puedan plantearse y de las tecnologías, métodos y herramientas utilizados para resolverlos.

Plan de reversión.

Tras la finalización del servicio con la empresa adjudicataria, comenzará la fase de reversión del servicio, de dos meses de duración y sin coste alguno para el centro sanitario. Previamente a la finalización de su relación contractual, deberá transferir todos los datos (base de datos del conocimiento, base de datos de problemas, estadísticas, etc.) obtenidos durante el contrato, al centro sanitario. Para ello, la empresa adjudicataria deben definir un plan de retorno del servicio que recoja con el adecuado nivel de detalle todos los aspectos necesarios, como pueden ser:

- Planificación.
- Procedimientos y metodologías para el traspaso del conocimiento.
- Entregables.
- Plataforma donde se van a incluir los documentos.

Cualquier otro aspecto relevante para la correcta continuidad del servicio por parte del centro sanitario.

Tras la finalización de esta fase, la empresa adjudicataria deberá haber entregado toda la información adquirida durante la prestación del servicio, independientemente del formato y/o soporte, quedando obligada a mantener la estricta confidencialidad de toda la información y datos manejados durante la prestación del servicio. Dicha obligación deberá trasladarse a todo el personal participante en dicho servicio.

6. CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA DE PROPIEDAD INTELECTUAL, DERECHOS DE AUTOR Y PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL.

La empresa adjudicataria deberá poseer las autorizaciones necesarias para la utilización de las herramientas que se ponen a disposición de la ejecución del servicio. En todo caso, se deberá acreditar por las empresas que disponen de todas las licencias y derechos de uso que procedan para la explotación, obtención y transmisión de las tareas que constituyen el objeto del contrato con la correspondiente entidad de gestión de derechos de propiedad intelectual.

La propuesta de contenidos para publicación (textual, gráfica y audiovisual) deberá hacerse garantizando el respeto y ausencia de conflicto con los derechos de autor y/o propiedad intelectual. La empresa adjudicataria será responsable de cualquier litigio que pueda surgir en este aspecto.

7. RESPONSABLE DE LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO.

La persona responsable de la ejecución del contrato pertenecerá a la unidad de Comunicación de uno de los centros sanitarios objeto de este contrato, designada por el órgano de contratación y comunicada a la empresa adjudicataria tras la formalización del contrato. Sus funciones serán las de dirección, coordinación y comprobación de los trabajos que se le asignen por el órgano contratante, de acuerdo con lo indicado en el Pliego de cláusulas administrativas particulares que rige el contrato.