

**PLIEGO DE CONDICIONES PARA LA CONTRATACIÓN
(BASADA EN ACUERDO MARCO)
DE LOS SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA
LA CREACIÓN Y PRODUCCIÓN DE LA CAMPAÑA DEL
NUEVO POSICIONAMIENTO DE ETB**



EXPEDIENTE N°: 2022.02.CB.14

21/02/2025 (Versión 0)



A. ANTECEDENTES

Servicio Público y compromiso social

EITB quiere reforzar su referencialidad como grupo audiovisual público, manteniendo su liderazgo y reforzando su posicionamiento ante la sociedad vasca asociando la marca EITB y la de sus canales a nuevas tendencias, innovación y un espíritu abierto e internacional.

Queremos avanzar hacia un modelo de servicio público que aporte valor social y compromiso con la realidad de la ciudadanía vasca, y contribuir a la transformación de Euskadi e implicación en sus causas sociales, aportando valor a la sociedad. En definitiva, fortalecer el posicionamiento social de EITB como grupo audiovisual público vasco referente.

Nuestra razón de ser es generar un entorno, una comunidad de la que todos formamos parte, compartiendo emociones, relaciones, conexiones, sentimientos de pertenencia y cohesión social.

Posicionamiento

Todo este posicionamiento se sintetiza en el claim de:

EITB

GARENA, BATZEN GAITUENA

LO QUE SOMOS, LO QUE NOS UNE

Renovación de la imagen de EITB

Se quiere aprovechar la renovación de la imagen de EITB para potenciar este mensaje: **Comunidad, identidad, servicio público, compromiso social y profesionalidad.**

La **nueva imagen de EITB** es un marco de acción e inspiración para compartir con la sociedad vasca **qué somos y lo que queremos ser**. EITB como agente vertebrador de la sociedad vasca en su conjunto.

La función de EITB es ser punto de unión, conexión y agente transformador de la sociedad vasca. Este concepto se materializa gráfica y visualmente en una red o **mallá de conexiones** e interrelaciones.

B. OBJETO

Mediante el presente contrato, EITB MEDIA S.A.U. (en lo sucesivo **EITB, Entidad Contratante o EC**) pretende concertar, al amparo del acuerdo marco suscrito con varias empresas, los servicios de agencia de publicidad para la creación y producción de la campaña del nuevo posicionamiento de ETB.

Así, la empresa adjudicataria tendrá que **diseñar y elaborar la campaña de marketing y publicidad para dar a conocer el posicionamiento de ETB recogido en su nuevo claim**. Un claim que es una evolución del anterior, pero, en cierta forma, continuista y coherente con él, en el que se ha reforzado, de alguna manera, el carácter identitario.



Previamente, en base a los requerimientos del Grupo EITB, la empresa adjudicataria deberá desarrollar estas labores: las líneas generales de la propuesta de la campaña, key visual de la campaña y del spot principal y la propuesta para cuña de radio.

C. CARACTERÍSTICAS DE LA CAMPAÑA

La característica que ha de cumplir la campaña es que sea una declaración de intenciones en la que **EITB habla en primera persona y comparte con toda la sociedad el compromiso de ser un medio de comunicación de todas las vascas y vascos, siendo el punto de unión y cohesión**. Es una carta abierta a la ciudadanía.

Es, por tanto, una campaña de marca, aprovechando la renovación estética y conceptual y debe estar enmarcada en este contexto de renovación y nueva imagen.

La campaña va dirigida al público adulto en general, pero se ha de tener en cuenta que en la estrategia de medios cabe diferenciar los mensajes dirigidos a los jóvenes respecto al resto del público objetivo.

D. ALCANCE DEL CONTRATO BASADO

La presente contratación (basada en el acuerdo marco) comprenderá la **realización de los siguientes trabajos**:

- La campaña incluirá, al menos:
 - o Una estrategia digital con contenidos para internet, otras plataformas y redes sociales. Se han de crear imágenes y vídeos para internet, otras plataformas como IPTV, HBBTV y también para redes sociales como YouTube, Facebook, X, Instagram o Tik Tok.
 - o Un spot principal de televisión de en torno a 60 segundos y su versión en 20 segundos, así como píldoras de menor duración
 - o Cuñas para la radio

Todas las piezas han de elaborarse tanto en euskera como en castellano.

No habiendo músicas específicamente creadas para esta campaña, la Adjudicataria podrá incluir las músicas que formen parte del repertorio de las entidades de gestión facultadas al efecto y con las cuales EITB MEDIA tiene acuerdos suscritos, así como las sintonías de librería sobre la que EITB MEDIA o la Adjudicataria ostente derechos de sincronización.

Fuera de lo establecido, en caso de que la Adjudicataria incluyese cualquier otra música, será de su cuenta la obtención de las licencias correspondientes y el pago de su sincronización, así como cualquier responsabilidad que pudiera derivarse frente a los autores de las mismas, sus causahabientes y/o Entidades de Gestión que los representen.

E. CONSULTAS

Dirección de correo electrónico: compras@eitb.eus

F. ENTIDAD CONTRATANTE



La Entidad Contratante, a efectos de la presente licitación, será EITB MEDIA, S.A.U.

G. PRESUPUESTO

Teniendo en consideración el contenido, tipo y términos del contrato basado que se propone formalizar, se ha estimado que el valor máximo al que debería ascender la contratación propuesta es de 60.000,00 euros (IVA no incluido).

Dicho importe ha sido estimado como sigue:

- ✓ Presupuesto de licitación de la campaña: 50.000,00 euros + 10.500,00 euros de IVA. Total: 60.500,00 euros.
- ✓ Presupuesto para las adaptaciones sobre la campaña adjudicada (según precios unitarios adjudicados en el Acuerdo Marco): 10.000,00 euros + 2.100,00 euros de IVA. Total: 12.100,00 euros
- ✓ Prórroga del contrato basado: No procede
- ✓ Modificaciones: No procede

Teniendo en consideración lo anterior, el valor máximo estimado para el contrato basado es:

Presupuesto de licitación (sin IVA)	60.000,00 euros
Importe de las modificaciones previstas (sin IVA)	No procede
Importe de los premios o primas pagaderos a las licitadoras (sin IVA)	No procede
Importe de las opciones eventuales (sin IVA)	No procede
Prórroga (sin IVA)	No procede
TOTAL VALOR ESTIMADO	60.000,00 euros

El precio de adjudicación del contrato será el que resulte de la oferta efectuada por el proveedor adjudicatario, excluido el importe del IVA, de conformidad con la Ley reguladora de dicho impuesto y que se indicará como partida independiente.

H. GARANTÍAS

Sí, de conformidad con el Acuerdo Marco formalizado, la garantía definitiva será del 5 % del precio de adjudicación de cada contrato basado, es decir, de tres mil euros (3.000,00 €).

I. DURACIÓN DEL CONTRATO/ PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo para la realización de los trabajos es de **tres (3) semanas** a contar desde el día siguiente a la formalización del contrato basado y la duración del contrato se extenderá hasta fin de año, siempre tras la aprobación de las facturas por parte de la EC.

J. CONTENIDO DE LAS PROPUESTAS

- **SOBRE Nº 1: OFERTA EVALUABLE AUTOMÁTICAMENTE A TRAVÉS DE FÓRMULAS.**



En este sobre debe/n presentarse el/los siguiente/s documento/s:

- Oferta económica con arreglo al modelo que figura en el **ANEXO I.**

➤ **SOBRE Nº 2: OFERTA PARA CUYA EVALUACIÓN SE REQUIERE EFECTUAR UN JUICIO DE VALOR.**

En este sobre debe/n presentarse el/los siguiente/s documento/s:

- Oferta juicios de valor con arreglo al modelo que figura en el **ANEXO II.**

De acuerdo con el Acuerdo Marco *"Todas las entidades adjudicatarias estarán obligadas a presentar oferta a los contratos basados de este acuerdo marco que sean invitadas, pudiendo únicamente renunciar a presentar propuesta una vez a lo largo del contrato (prórrogas incluidas). El no cumplimiento de ello podrá dar lugar a penalizaciones de conformidad con la cláusula "13.1.- PENALIDADES POR INCUMPLIMIENTO DEL ACUERDO MARCO" del PCAP."*

"13.1.1.- Incumplimiento consistente en no presentar una propuesta a dos o más solicitudes de cada contrato basado o rechazarlas sin causa justificada. En caso de acumular dos (2) o más incumplimientos de este tipo, se podrá imponer la siguiente penalidad: 10 % del presupuesto de cada uno de los trabajos rechazados o no atendidos. La justificación de la imposibilidad de prestar el servicio del contrato basado deberá ser por causa justificada. En todo caso deberá acreditarse estas circunstancias de forma documental".

Se indica a continuación las renunciaciones a presentar oferta habidas hasta la fecha:

- AURMAN, S.A.: **1 renuncia**
- DIMENSION EX AGENCIA DE PUBLICIDAD, S.L. **1 renuncia**
- LA INVASIÓN DE LAS IDEAS, S.L. **1 renuncia**
- SIROPE AGENCIA CREATIVA, S.L. **0 renunciaciones**

K. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

De conformidad con los términos previstos en la cláusula específica 22 de cláusulas específicas del acuerdo marco del que deriva la presente contratación:

- Existe una pluralidad de criterios de adjudicación: **Sí**

El contrato se adjudicará a la entidad que, entre CUATRO (4) entidades que forman parte originariamente del acuerdo marco, obtengan la mejor puntuación vinculada a la calidad-precio en función de los criterios que se indican a continuación.

- **Criterios cuya cuantificación depende de un juicio de valor:**

- Criterio: **Propuesta creativa**
- Ponderación: **70 puntos**

Se valorará (de 0 a 70 puntos):

- a) Las líneas generales de la propuesta de la campaña
- b) Key visual de la campaña
- c) Propuesta creatividad del spot televisivo
- d) Propuesta de cuña para radio



- e) *Se valorará la mayor calidad técnica y artística de las piezas y la creatividad que dote a la campaña de mayor notoriedad.*

Todas las propuestas creativas que no superen los 45 puntos de valoración en este apartado quedarán excluidas de la adjudicación.

- Descripción del método de valoración de las ofertas:

Las empresas presentarán sus ofertas relativas a los criterios de adjudicación valorados mediante juicio de valor ajustándose al contenido y orden que se indique en la solicitud.

Corresponderá al Comité de expertos/Organismo técnico especializado la asignación de las puntuaciones en cada apartado de conformidad con los elementos de valoración dispuestos en la solicitud de propuestas.

➤ **Criterios evaluables de forma automática mediante aplicación de fórmulas:**

- Criterio: **Propuesta económica**
- Ponderación: **30 puntos**
- Fórmula:

$$V_i = V_{\max} - V_{\max} \times (O_i - O_{\min}) / O_{\min}$$

V_i : Puntuación asignada a cada oferta

$V_{\max}$: Puntuación máxima del apartado a valorar

O_i : Valor de la oferta económica a valorar

$O_{\min}$: Menor de las ofertas económicas recibidas (oferta mínima)

* En cualquier caso, el porcentaje de baja ofertado deberá ser, como mínimo, el ofertado por la entidad adjudicataria para la adjudicación del contrato basado, pudiendo ser objeto de mejora. En caso de que dicho porcentaje sea inferior al ofertado para la adjudicación del acuerdo marco, se asignarán 0 puntos.

Se indica a continuación los porcentajes de bajada ofertados por cada una de las adjudicatarias del Acuerdo Marco en su propuesta inicial:

- AURMAN, S.A.: **12,50%**
- DIMENSION EX AGENCIA DE PUBLICIDAD, S.L. **15,00%**
- LA INVASIÓN DE LAS IDEAS, S.L. **12,50%**
- SIROPE AGENCIA CREATIVA, S.L. **10,00%**

En el supuesto de que la evaluación de los criterios cuantificables de manera automática mediante la mera aplicación de la fórmula arroje resultados "negativos", la puntuación a otorgar en el apartado en cuestión será en todo caso de "0" puntos.

L. PLAZO Y LUGAR DE PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Las ofertas se presentarán exclusivamente por medios electrónicos antes del **12 de marzo de 2025 a las 13:00.**

Las propuestas deberán contener únicamente la documentación indicada en la cláusula I. CONTENIDO DE LAS PROPUESTAS. La inclusión de documentación o información dentro de un sobre diferente al indicado en la cláusula 24 de cláusulas específicas del contrato constituirá motivo de rechazo de oferta.



Las propuestas deberán ser presentados electrónicamente en el área de ACCESO LICITACIÓN reservado a EMPRESAS en el siguiente enlace de la plataforma KONTRATAZIO PUBLIKOA EUSKADIN PLATAFORMA CONTRATACIÓN PÚBLICA EN EUSKADI SISTEMA DE LICITACIÓN ELECTRÓNICA:

- <https://www.contratacion.euskadi.eus/informacion-general-licitacion-electronica/w32-kpelice/es/>

El acto público de apertura de los "Sobres nº 1" (OFERTA EVALUABLE AUTOMÁTICAMENTE A TRAVÉS DE FÓRMULAS) presentados en tiempo y forma, podrá ser visualizado telemáticamente (en tiempo real) mediante el acceso al siguiente enlace:

- https://apps.euskadi.eus/appcont/lizitazioa/directo_EITB_es.html

Se notificará la fecha exacta de la apertura.

M. FORMALIZACIÓN

El contrato se formalizará mediante el correspondiente contrato, siempre que la Entidad Contratante muestre su conformidad con la propuesta recibida.

N. RESPONSABLE DEL CONTRATO

El responsable del contrato será el Jefe de Promoción e Imagen de EITB.

O. RETRIBUCIÓN DEL CONTRATISTA

El abono de la contratista por la prestación se realizará previa presentación de factura, una vez el objeto del contrato haya sido correctamente realizado. La factura deberá ser emitida a ordainketak@eitb.eus por la empresa que resulte adjudicataria, y deberá contar con el visto bueno del Responsable del Contrato designado por la Entidad Contratante. El importe de la factura será abonado mediante transferencia bancaria de conformidad con la normativa en vigor, a los 30 días desde la prestación efectiva del suministro/servicio y presentación de la factura.

P. CUADRO DE SEGUIMIENTO DE INCORPORACIÓN DE ASPECTOS SOCIALES MEDIOAMBIENTALES EN EL PROCEDIMIENTO Y EN EL CONTRATO

En este cuadro la Entidad Contratante señala con un "SI" la casilla correspondiente a la incorporación de los aspectos referidos en la contratación:

Aspectos:	SOCIALES O RELATIVAS AL EMPLEO				MEDIOAMBIENTALES	LINGÜÍSTICOS
	EN PARTICULAR			OTRAS		
	Inserción laboral	Igualdad de mujeres y hombres	Prevención de riesgos laborales			
Objeto del contrato						
Requisitos de solvencia						
Especificaciones técnicas						



	Criterios de adjudicación							
	Condiciones especiales de ejecución				Sí		Sí	



ANEXO I FÓRMULAS MATEMÁTICAS

D./Dña....., con DNI.....en nombre propio o en representación de (*licitadora*)....., con NIF.....; en relación con el expediente nº

DECLARA:

- I.-** Que ha tenido en cuenta en la elaboración de su oferta las obligaciones derivadas de las disposiciones vigentes en materia de fiscalidad, protección del medio ambiente, protección del empleo, igualdad de género, condiciones de trabajo, prevención de riesgos laborales e inserción sociolaboral de personas con discapacidad, y a la obligación de contratar a un número o porcentaje específico de personas con discapacidad.
- II.-** Que se compromete a ejecutar las prestaciones que integran el objeto del contrato con arreglo a las condiciones establecidas en el pliego de cláusulas administrativas particulares y en el pliego de prescripciones técnicas y, en su caso, documentación complementaria que rigen el contrato por el/los siguiente/s precio/s:

Presupuesto base de licitación de la campaña (sin IVA)	Precio base ofertado	IVA (....%)	Precio total
50.000,00 €* ¹			

*** Comentario: Para la adjudicación del contrato basado, el porcentaje de baja ofertado deberá ser, como mínimo, el ofertado para la adjudicación del acuerdo marco (campaña "Compartimos lo que somos/ Batzen gaituzten emozioak"), pudiendo ser objeto de mejora. En caso de que dicho porcentaje sea igual o superior al ofertado para la adjudicación del acuerdo marco, se asignarán 0 puntos.**

*** Comentario: No se incluye dentro de este presupuesto base de licitación de la campaña, el presupuesto para las adaptaciones sobre la campaña adjudicada (según precios unitarios adjudicados en el Acuerdo Marco) que se recoge en partida aparte.**

En....., a..... de.....de 20....

Firmado¹⁻²:

Información sobre protección de datos personales.

En cumplimiento del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (Reglamento general de protección de datos) y demás normativa vigente en materia de protección de datos se informa acerca del tratamiento de datos personales:

- 1. Responsable:** Entidad licitante.

¹ Deben firmarse todas las páginas en las que figuren precios.

² **En el caso de que varios operadores económicos presenten oferta con el compromiso de constituirse formalmente en UTE si resultan adjudicatarios deben firmar los representantes de todos los operadores económicos que formen parte.**



2. **Finalidad:** gestión del procedimiento de contratación pública en todas sus fases, incluyendo la ejecución, las modificaciones, prórrogas, variaciones de plazos o de precio, su importe final, y extinción, así como las decisiones de desistimiento del procedimiento de adjudicación, de no adjudicar o celebrar el contrato y las incidencias imputables a la contratista y que hayan dado lugar a su resolución.
3. **Derechos e información adicional:** Puede ejercitar los derechos relativos al tratamiento de datos personales y obtener información detallada del tratamiento de datos en el ANEXO VII.1. INFORMACIÓN ADICIONAL SOBRE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES



ANEXO II

OFERTA PARA CUYA EVALUACIÓN SE REQUIERE EFECTUAR UN JUICIO DE VALOR

De conformidad con los criterios de valoración fijados en el apartado **I**, los candidatos deberán incluir en el **SOBRE N° 2** una propuesta que se ajuste al siguiente contenido y orden:

- Denominación documento: [Propuesta creativa](#).
- Criterio al que se asocia: [Propuesta creativa](#).

Al menos debe contener la siguiente documentación:

- [Las líneas generales de la propuesta de la campaña](#)
- [Descripción de las acciones promocionales incluidas en la campaña](#)