Expediente: 2023.30

Asunto: Aclaración en los Pliegos de Contratación

En Bilbao a 4 de diciembre de 2023.

Estimado licitador:

En relación con la licitación del Exp. 2023.30 correspondiente a la "CONTRATACIÓN DEL SERVICIO INTEGRAL DE PROMOCION Y MARKETING PARA EL NUEVO ECOSISTEMA AUDIOVISUAL INFANTIL MAKUSI ASI COMO LA CREACIÓN Y GESTIÓN DE "MAKUSI KLUBA" DIRIGIDO AL PÚBLICO INFANTIL" cuyo anuncio y Pliegos fueron publicados en el perfil de contratante con fecha 24 de noviembre de 2023, se **INFORMA:**

PRIMERO – Que se han recibido varias consultas cuyas respuestas se ponen a disposición de las posibles candidatas:

- **Consulta 1:** *PPTP: Pag 14, punto IV:* ¿Dentro del Plan de Comunicación se incluye la producción de los materiales (spots de tv, cuñas de radio y grafismos)? ¿a qué se refiere? ¿a la planificación y definición de la estrategia publicitaria?

  Respuesta: Se refiere a la planificación integral y la generación de todos los materiales necesarios para la promoción integral del ecosistema (arquitectura digital + klub) a excepción de los spots de Tv, las cuñas de radio y grafismos para campañas de publicidad en exteriores.

  Asimismo, indicar que no está contemplada la publicidad de pago (paid) que será asumida por la Entidad Contratante.

  A efectos de incorporar esta aclaración en el Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares, se ha creado una nueva versión sobre el mismo (versión 1 del PPTP).

- **Consulta 2:** *PPTP: Pag 12, punto D* ¿La Entidad Contratante se encargará del desarrollo de la app MAKUSI?

  Respuesta: La entidad adjudicataria no tendrá que desarrollar tecnología ni software específico relacionado con Apps. Si se encargará de gestionar y promocionar dichas aplicaciones.

- **Consulta 3:** PPTP. Pag 10, punto B ¿La Entidad Contratante proporcionará la tecnología necesaria para el desarrollo de los chats interactivos?

  Respuesta: La entidad adjudicataria no tendrá que desarrollar tecnología ni software específico relacionado con aplicaciones o chats interactivos. Si se encargará de gestionar y promocionar dichas aplicaciones.

- **Consulta 4:** *PPTP: Pag 12, punto e* ¿la comercializadora de la publicidad de EITB, será la encargada de la búsqueda de partners comerciales? ¿el equipo de MAKUSI se encargará de los acuerdos de intercambio sin transacción económica?

Respuesta: La responsabilidad de la Adjudicatario es la de encontrar, gestionar y optimizar partners que aporten valor a los socios del klub (beneficios) y que generen actividades que potencien la generación de comunidad.

- **Consulta 5:**¿El universo MAKUSI contará con un programa/programa (serie, sitcom, etc.) de producción propio?

  Respuesta: El desarrollo de contenidos del ecosistema Makusi contempla tanto producto propio como ajeno, específicamente diseñado para generar impacto, notoriedad y engagement en esta nueva etapa.

- **Consulta 6:** *PPTP: Pag 11, punto C.*

  ¿Habrá dos marcas para las RRSS de MAKUSI? Es decir, por ejemplo @Makusi y @MakusiKluba

  Respuesta: Se valorará, con la aportación de los especialistas de marketing digital, cual es el modelo más efectivo para el desarrollo de las RRSS de Makusi.

  ¿Contará MAKUSI con un canal propio de televisión? ¿En caso afirmativo, sustituirá este a ETB3?

  Respuesta: Makusi tendrá una posición en lineal, pero en ningún caso se prevé la dedicación de un canal lineal a Makusi.

- **Consulta 7:** Nos gustaría solicitar la marca o el manual de marca Makusi para el concurso del expediente: 2023.30

  Respuesta: se adjunta en documento anejo documentación gráfica relativa a MAKUSI

SEGUNDO - Que la presente aclaración se encuentra disponible en el "*Perfil de Contratante*" de la página web del grupo EITB www.eitb.eus (https://www.eitb.eus/es/grupo-eitb/perfil-del-contratante/).

Sin otro particular, reciba un cordial saludo

Dpto. Compras

UNA MARCA DIVERTIDA,
MODERNA, CON COLORES
ATRACTIVOS Y VIBRANTES.

MAKUSI

eitb

> MAKUSI_Marca

COLORES

> MAKUSI SE ADAPTA A LOS GUSTOS POR EDADES

Una niña de 12 años no se sentirá atraída por los mismos contenidos que un niño de 3 años porque tienen diferentes gustos y para gustos... ¡Los colores!

Representemos esa adaptación dándole un superpoder camaleónico a MAKUSI, con porcentajes de importancia y peso para que cumpla con la coherencia gráfica en todas las comunicaciones.

Priorizaremos el uso del fondo verde claro siempre que sea posible. Las otras variaciones de color tienen el mismo peso, así que podrán utilizarse en función de la necesidad de cada caso sin una preferencia entre ellas.



70%

MAKUSI

15%

MAKUSI

15%

MAKUSI

> MAKUSI_Marca

COLORES

PANTONE
354C

RGB
R_14
G_220
B_90

CMYK
C_85
M_0
Y_98
K_0

HEX
#0EDC5A

PANTONE
3435C

RGB
R_8
G_51
B_25

CMYK
C_87
M_15
Y_77
K_69

HEX
#083319

PANTONE
7604C

RGB
R_255
G_238
B_226

CMYK
C_4
M_12
Y_5
K_0

HEX
#FFEEE2

> **MAKUSI**_Marca

TIPOGRAFÍA

> La tipografía principal **YOUTH** está destinada a toda la comunicación de la marca.

En el caso de que en algunos soportes no pueda ser empleada por imposibilidad técnica, recurriremos a la tipografía alternativa **POPPINS**.

> Tipografía principal

Youth Family Font

Aa Bb Cd

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234678912346789**12346789**

> Tipografía alternativa

Poppins Family Font

Aa Bb Cd

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234678912346789**12346789**

> **MAKUSI**_Marca

EL IMAGOTIPO

> El imagotipo, la unión del **logotipo** y el **isotipo**, será la versión **principal para representar la marca** y, por tanto, será la de uso preferente.

En caso de que el tamaño y el espacio no permitan utilizarla, se usarán las opciones alternativas propuestas en las siguientes páginas.

Tendremos como referencia la letra **M** para definir el área de reserva para evitar la contaminación visual del logotipo de elementos externos a él.



> MAKUSI_Versión Principal



> Espacio de reserva



30mm

> Tamaño mínimo

> **MAKUSI**_Marca

EL LOGOTIPO

> El logotipo es la representación gráfica en letras de la marca.

La versión Principal (horizontal) será la que utilizaremos siempre, a no ser que por espacio o convivencia con otras marcas, no nos permita utilizarla y en ese caso, optaremos por la versión vertical.

MAKUSI

> MAKUSI_Logotipo Principal

MA
KUSI

> MAKUSI_Logotipo Vertical





> Espacio de reserva

MAKUSi | 7 mm

> Tamaño mínimo

> **MAKUSI_**Marca

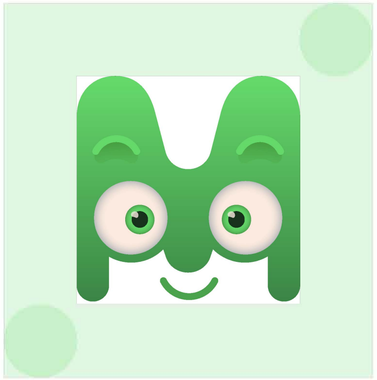
EL ISOTIPO

> Este será el **Símbolo, imagen** o **icono** que representa la marca y la hace reconocible sin necesidad de estar acompañado de otro elemento.

El uso únicamente del isotipo quedará reservado para avatares, perfiles de rrss, patrones o fondos que acompañen a la creatividad, pero no como representación de la marca de manera aislada.



> **Isotipo**



> **Espacio de reserva**



> **Tamaño mínimo**

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO INTEGRAL DE PROMOCION Y MARKETING PARA EL NUEVO ECOSISTEMA AUDIOVISUAL INFANTIL MAKUSI ASI COMO LA CREACIÓN Y GESTIÓN DE "MAKUSI KLUBA" DIRIGIDO AL PÚBLICO INFANTIL

EXPEDIENTE: 2023.30

04/12/2023 (Versión 1)

ÍNDICE

1. ANTECEDENTES 3

2. OBJETO 4

3. ALCANCE DEL SERVICIO 5

4. CONDICIONES GENERALES DE PRESTACIÓN 15

5. DIMENSIONAMIENTO DEL SERVICIO 16

6. MEDIOS PROFESIONALES PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO 16

7. SEGUIMIENTO DEL SERVICIO 17

8. FACTURACIÓN DE LOS SERVICIOS 18

9. PENALIZACIONES 20

10. PROPIEDAD INTELECTUAL GENERADA EN EL MARCO DEL CONTRATO 20

11. CARÁCTER CONFIDENCIAL DE LOS DATOS APORTADOS. CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS. 21

12. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR LAS CANDIDATAS 21

12.1 SOBRE C.- DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN VALORADOS MEDIANTE JUICIO DE VALOR 21

12.2 SOBRE B.- DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LOS CRITERIOS VALORABLES MEDIANTE FÓRMULAS 21

ANEXO I: EJEMPLO DE FIESTA ANUAL 22

1. Antecedentes

En el documento EITB ESTRATEGIA 2030 (que determina cuáles serán las líneas estratégicas del Grupo EITB en los próximos años) la conexión con el público infantil adquiere especial relevancia. Así, son varias las menciones en el Plan Estratégico las que se refieren a la necesaria conexión entre EITB y los jóvenes y el público infantil:

1) *Conectar con jóvenes y público infantil a través de nuevos contenidos, formatos y plataformas.*
2) *Deben desarrollarse acciones para conectar con el público joven e infantil a través de nuevos contenidos, formatos y plataformas, especialmente en Euskera. El reto de adaptarse constantemente a las nuevas tendencias, públicos y contenidos, así como el uso de las tendencias digitales requiere que se desarrolle un sistema de información e investigación que favorezca la innovación y la creatividad en EITB.*
3) *EITB quiere liderar la producción y distribución digital de contenidos vascos de información y entretenimiento en Euskadi y garantizar la disponibilidad de productos en euskera en los nuevos soportes y plataformas, especialmente para jóvenes y público infantil.*

Sobre esos ejes estratégicos indicados, el grupo EITB ha llevado a cabo una reflexión estratégica que ha derivado en la detección de crear un nuevo universo de contenidos, actividades y acciones **en euskera** dirigidas al público infantil. Ese nuevo universo se denominará MAKUSI y tendrá tres grandes pilares:

a) Una plataforma OTT para la distribución y consumo de contenido dirigido al público infantil (0 a 14 años).
b) Un portal web que incorporará la mejor tecnología para facilitar tanto el consumo de contenidos como una gestión proactiva del Klub y de todos los eventos offline en formato físico que se desarrollen.
c) Un nuevo club infantil denominado MAKUSI KLUBA, que será el encargado de generar vínculos directos y personales con los y las más pequeños/as, de organizar actividades lúdico-educativas, siempre en euskera, y de generar comunidad.

Por tanto, se trata de generar nuevas formas de relación con la infancia y juventud para potenciar valores sociales esenciales y la normalización y fomento del uso del euskera. Para ello, es necesario generar un completo Plan Estratégico de Marketing y Promoción, que implemente un completo Plan de Actividades que nos permita generar conocimiento, notoriedad y consumo entre ese target de población y los principales prescriptores de su consumo (padres, colegios, clubes infantiles, etc.).

Por otra parte, desde su creación, el compromiso de EITB para con los niños y las niñas y el público joven ha sido incuestionable, así como también lo ha sido la voluntad de tener una relación directa con ellos mediante la creación de varios clubes infanto-juveniles de muchísimo éxito: Super bat, Betizu Kluba, Hiru Kluba. En este sentido, es evidente que la sociedad vasca ha evolucionado en los últimos años (evolución que es más manifiesta en los últimos 5 o 10 años) y también lo han hecho los gustos, las formas de relacionarse y la forma de consumo audiovisual del público infanto-juvenil.

Es por ello que en este momento debe analizarse todo el bagaje generado desde esos clubes y plantear la creación de un nuevo club, que se adapte a las nuevas formas de relación, de consumo de contenidos, de ocio y de generación de vivencias del público más joven.

De ahí que EITB se plantee la necesidad de crear un nuevo club infanto-juvenil, que se denominará MAKUSI KLUBA, y de dotarlo de características innovadoras, novedosas y

creativas en lo que se refiere al ámbito relacional infantil hasta 14 años, que se adapte a sus gustos, a sus necesidades y requerimientos.

Para EITB resulta imprescindible que MAKUSI KLUBA sea atractivo, novedoso, confiable y atrayente, ya que el objetivo del Grupo EITB es y debe ser, como ya se ha dicho, reforzar su relación con el público infantil y generar lazos y vínculos que sean fuertes y sólidos. En ese sentido, los atributos mencionados deben aplicarse a su público objetivo (niños y jóvenes hasta 14 años) y también para sus progenitores, progenitoras y/o responsables.

En relación con lo anterior y, concretamente, vinculado al objetivo de EITB de reforzar su relación con el público infantil y generar lazos y vínculos que sean fuertes y sólidos, es necesario que las acciones estratégicas desarrolladas por EITB para materializar ese acercamiento **sean conocidas** tanto por los niños y niñas como sus padres, madres y/o responsables.

En este sentido, debe considerarse que tanto MAKUSI KLUBA como el nuevo ecosistema audiovisual infantil vasco que se creará a través de la puesta en marcha de la OTT MAKUSI y la página web de MAKUSI, se insertarán en el marco de las nuevas formas de consumo y relación, donde resultan ya más que habituales las estrategias de personalización de contenidos que imperan en las nuevas ventanas de distribución, otts, webs, apps, etc., que ofrecen contenidos e incluso la posibilidad de realizar actividades, acciones concretas, etc. teniendo en cuenta los gustos e intereses del usuario final.

Por todo lo anterior, y como se explicará con mayor detalle en los siguientes apartados, resulta necesario (por las exigencias de innovación, atención especializada, creatividad, etc.), por un lado, **contar con un servicio de gestión de MAKUSI KLUBA** (con objeto de alcanzar los objetivos definidos sin afectar al trabajo diario que las diferentes unidades de negocio deben afrontar diariamente) y, también, **de contratar un servicio de generación una estrategia global de marketing y promoción para el ecosistema** Makusi, con especial atención a las nuevas tendencias en marketing digital que permitan facilitar el mayor nivel de notoriedad, conocimiento y consumo de todos los contenidos y actividades relacionados con este universo Makusi.

2. Objeto

Tal y como se ha mencionado, el Plan estratégico de EITB recoge como línea de actuación principal el desarrollo de *acciones para conectar con el público joven e infantil a través de nuevos contenidos, formatos y plataformas, especialmente en Euskera.*

Una parte esencial de ese objetivo es generar un vínculo personal con el público infantil, siguiendo la línea de los clubes infantiles que en el pasado ha gestionado EITB. Mediante esa labor se pretende promover el uso del euskera, la formación en euskera y en valores del público infantil, todo ello desde una perspectiva lúdica y de entretenimiento.

Por tanto, mediante el presente expediente EITB MEDIA, S.A.U. (en lo sucesivo, **EITB MEDIA, EITB, Entidad Contratante o EC,** indistintamente) pretende iniciar un procedimiento para la contratación de un servicio integral de promoción y marketing digital (gestión integral de las redes sociales, campañas de marketing digital, etc.) para el ecosistema MAKUSI y la gestión de su club.

Dicha contratación deberá incluir la realización de las siguientes prestaciones:

A. SERVICIO INTEGRAL DE PROMOCION Y MARKETING DEL ECOSISTEMA MAKUSI

- ✓ Definición del "Plan anual estratégico de promoción y marketing digital" del ecosistema "MAKUSI", así como su actualización y revisión periódica.
- ✓ Ejecución del "Plan anual estratégico de promoción y marketing" del ecosistema "MAKUSI".

B. CREACION Y GESTION DE MAKUSI KLUBA

- ✓ Definición del Plan Anual de Gestión, Actividades y Comunicación de MAKUSI KLUBA
- ✓ Ejecución del Plan que incluiría:
  a. Ejecución del plan anual de Gestión de "MAKUSI KLUBA".
  b. Ejecución del plan anual de Actividades de "MAKUSI KLUBA"
  c. Ejecución del plan anual de Comunicación de "MAKUSI KLUBA"
- ✓ Creación de una mascota Makusi.

El cualquier caso, la ejecución del contrato deberá ser efectuado con arreglo a los requerimientos y condiciones que se estipulan en este Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares (en adelante, **PPTP**), así como en el correspondiente Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (en adelante, **PCAP**), relativas a esta contratación, de los que se derivan los derechos y obligaciones de las partes contratantes.

3. Alcance del servicio

El "universo MAKUSI" o, indistintamente, el "ecosistema MAKUSI" que la EC está diseñando cuenta con tres pilares fundamentales:

i. Por un lado, es especialmente relevante la **plataforma OTT MAKUSI** de contenidos digitales destinados al público infantil. Esa plataforma está en proceso de creación y será gestionada por la EC, y será esta quien decidirá los contenidos que se incorporan, las colecciones y destacados que se realicen en cada momento, etc. Esta plataforma será el verdadero driver tecnológico y de consumo para este target en los años venideros y todo el ecosistema impulsará su conocimiento y la captación de usuarios. Por tanto, **la creación y gestión de esta plataforma queda excluida del alcance del servicio**, pero la contratista deberá conocerla a fondo para poder ejecutar el contrato adecuadamente (sobre todo en lo que se refiere a la generación de actividades y la ejecución del marketing digital que sí será objeto del presente contrato, como se verá).

ii. El segundo pilar sobre el que se estructurará el ecosistema MAKUSI será **el portal web MAKUSI**. Este site está en proceso de creación y será gestionado por el adjudicatario. Tras la redefinición del portal eitb.eus, se generará un portal especializado "MAKUSI" en el que se podrán consumir también una parte de los contenidos MAKUSI, que servirá de escaparate a la plataforma OTT, y en el que también se podrán visualizar todos aquellos elementos relevantes del club, tales como partners, benefits, actividades, entradas, merchandising, además de la propia gestión de los miembros del club, altas, bajas, modificaciones, pedidos, compras, etc.

iii. El tercer pilar fundamental del "Universo MAKUSI" es **MAKUSI KLUBA**, un nuevo club, distinto al actualmente existente club infanto-juvenil de EITB (HIRU KLUBA) que, no obstante, debe aprovechar la robusta base creada y trabajada en los últimos años, así como mantener las sinergias existentes creando nuevas vías de comunicación acordes a la actual sociedad digital.

Así, MAKUSI KLUBA será el nuevo club infantil promovido por EITB, para favorecer la formación en euskera y en valores positivos del público infantil hasta 14 años de edad, desde una perspectiva lúdica y de entretenimiento.

Por tanto, la misión de MAKUSI KLUBA es la de fidelizar al público infantil de hasta 14 años de edad, atrayéndolos a un universo de contenidos, actividades y propuestas que afiance su educación en valores y promueva la normalización lingüística y uso del euskera, siempre desde una perspectiva lúdica, divertida, actual y cercana a la realidad de la infancia y juventud vascas. Todo ello, por supuesto, deberá realizarse y concebirse en total coordinación con los contenidos que se incorporen a la plataforma OTT MAKUSI y al portal web MAKUSI, por lo que deberá existir una intensa labor de coordinación entre la EC y la Entidad Contratista.

Siendo ello así, el alcance del servicio se limita al desarrollo/ejecución/gestión de los dos últimos pilares (ii) y (iii) del universo MAKUSI y debe añadírsele, además, el servicio integral de promoción y marketing. Todo ello en los términos que se detallan a continuación.

A. SERVICIO INTEGRAL DE PROMOCION Y MARKETING DEL UNIVERSO MAKUSI

Para el lanzamiento del denominado "ecosistema MAKUSI" y su consolidación exitosa en el mercado, será necesaria una completa estrategia de marketing y promoción que permita dar a conocer, generar suscriptores y fidelizarlos, introduciendo para ellos estrategias de segmentación avanzada que permitan mejorar la experiencia de usuario, el grado de aceptación de la plataforma y finalmente el nivel de consumo.

A tal fin, la creación e implementación de esta estrategia comprenderá la realización de, al menos, los siguientes trabajos:

i. Definición del "Plan anual estratégico de promoción y marketing digital" del ecosistema "MAKUSI", así como su actualización y revisión periódica.

Como elemento de valoración de las propuestas de las candidatas, se deberá presentar un primer documento explicativo, denominado "MEMORIA PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO DE PROMOCIÓN Y MARKETING DIGITAL DE MAKUSI" que desarrolle una posible estrategia de promoción digital de MAKUSI. El objetivo de esta estrategia debe ser el "incrementar el número de usuarios y el consumo de los contenidos incluidos en esta plataforma". También, y como objetivos secundarios estarán poner en valor la marca "MAKUSI" e informar a los posibles usuarios de todo lo relativo a esta plataforma.

Dentro de estos servicios y para el logro de los objetivos marcados, se utilizarán al menos los siguientes elementos de promoción y marketing:

- Gestión integral de las redes sociales (relativas al canal MAKUSI).
- Asistencia técnica en la estrategia paid media (SEM, Redes sociales y vídeo). **No se incluye dentro del objeto del contrato la ejecución de la**

contratación y el pago derivado de la publicidad en los medios digitales o en las redes sociales asociado a la ejecución de este servicio que será asumido por la EC.

- Creación del contenido relativo al *Display Marketing*.
- Otros elementos indicados por las candidatas en su propuesta y que aporten valor al Plan.

La decisión relativa a qué redes sociales se trabajarán deberá tomarse anualmente. Para ello, la entidad contratista deberá presentar un análisis en el que se definan las redes sociales más consumidas por los jóvenes (público objetivo de MAKUSI -0 a 14 años-) y la EC deberá validarlo. Como mínimo, se deberán trabajar tres redes sociales[1].

Para el seguimiento del Plan se establecerán un conjunto de KPIs que se monitorizarán al menos semanalmente y que permitirán la toma de decisiones en el establecimiento de acciones correctoras o de mejora en relación con los objetivos marcados.

En un plazo máximo de cuatro (4) semanas a partir de la formalización del contrato y a partir de la MEMORIA PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO DE PROMOCIÓN Y MARKETING DIGITAL DE MAKUSI y de las consideraciones realizadas por la Entidad Contratante, la Adjudicataria presentará el "Plan anual estratégico de promoción y marketing" del ecosistema "MAKUSI". Este Plan deberá ser aprobado por la Entidad Contratante.

Asimismo, anualmente, la Adjudicataria deberá presentar antes del 30 de noviembre del año en curso, el "Plan anual estratégico de promoción y marketing" para el siguiente ejercicio. La EC contará con un plazo de 10 días hábiles para proponer ajustes, cambios o adaptaciones. En caso de que propusiera algún cambio, la Entidad Contratista deberá adaptar el Plan y presentarlo en su versión definitiva, en 5 días hábiles. El plan deberá quedar aprobado, como tarde, el 31 de diciembre de cada año.

ii. Ejecución del "Plan anual estratégico de promoción y marketing" del ecosistema "MAKUSI".

A partir del "Plan anual estratégico de promoción y marketing" del ecosistema "MAKUSI" aprobado por la Entidad Contratante, la Adjudicataria ejecutará el contenido del Plan a través de:

- La gestión integral de las redes sociales definidas en el Plan Anual incluyendo:
  - La creación de su contenido (posts, vídeos, imágenes, *stories*…)
  - La distribución, publicación y gestión completa del contenido.
  - La optimización y monitorización del contenido.
  - Facilitar estrategias de monetización de los contenidos

[1] Youtube entra en la categoría de red social.

- Asistencia técnica en la ejecución de la estrategia *paid media* (SEM, Redes sociales y vídeo) conforme a lo siguiente:
    - Creación, en su caso, del contenido asociado.
    - Distribución, publicación y gestión completa del contenido asociado.
    - Optimización y monitorización del resultado.

    No se incluye dentro del objeto del contrato la ejecución de la contratación y el pago derivado de la publicidad en los medios digitales o en las redes sociales asociado a la ejecución de este servicio que será asumido por la EC.

- Creación del contenido relativo al *Display Marketing*.
- Informes y analíticas semanales de seguimiento de los principales KPIs que se establezcan. Dentro de estos KPIs se deberán incluir entre otros:
    - Número de seguidores de las redes y su interacción
    - Altas desde la estrategia de comunicación propuesta

B. CREACION Y GESTION DE MAKUSI KLUBA

Debido a la especial relevancia de este pilar dentro del ecosistema MAKUSI, a continuación, se detalla específicamente el alcance del servicio relacionado con la creación y gestión del nuevo club infantil MAKUSI.

En este sentido, tanto para la gestión y ordenación de la plataforma OTT MAKUSI como para el diseño y gestión de MAKUSI KLUBA, resulta relevante conocer que el público de hasta 14 años de edad que entra dentro del target del Universo MAKUSI debe dividirse en tres tramos de edad, con objeto de adaptar en la máxima medida posible las actividades y propuestas a los intereses concretos de los y las más pequeños y pequeñas. Esos tres tramos de edad son:

- Haurreskolakoak (preschool): 0 a 4 años
- Umeak: 5 a 9 años
- Gaztetxoak: 10 a 14 años

Por tanto, las actividades que se diseñen por la Entidad Contratista para ejecutar en el entorno de MAKUSI KLUBA deberán respetar esos tres tramos de edad.

Asimismo, la Entidad Contratista tendrá en cuenta en sus planes y eventos las medidas de inclusión de aquellos niños con discapacidad, fomentando los valores de inclusión.

A su vez, es imprescindible que en el enfoque de toda la gestión de MAKUSI KLUBA se tenga como base la seguridad del entorno en el que se mueven tanto los niños y niñas como sus padres y madres, garantizando a estos últimos que toda la actividad que se lleva a cabo en el marco de MAKUSI KLUBA (página web, redes sociales, actividades, compras, beneficios exclusivos, y todo el resto de las actuaciones posibles) se realiza en un entorno seguro para los niños y niñas.

En este sentido, la Entidad Contratista deberá, en primer lugar, **generar el marco de transición desde el existente HIRU KLUBA**, en lo que respecta a los miembros inscritos (sobre todo en relación con la normativa de protección de datos, cumpliendo escrupulosamente lo establecido en el Pliego de Condiciones Administrativas Particulares (PCAP)).

Los miembros inscritos en la actualidad (**de 0 a 14 años**) ascienden a 27.996 niños y niñas, siendo la evolución de los últimos cinco años la siguiente:

AÑO	NÚMERO DE SOCIOS
2022	26.711
2021	26.350
2020	25.227
2019	24.643
2018	25.641

El objetivo de MAKUSI KLUBA debe ser mantener el número de socios inscritos y aumentarlo en progresivamente en los años sucesivos. Para el resto de años de vigencia del contrato la EC fijará los objetivos de crecimiento según entienda razonable atendiendo a las circunstancias concurrentes en cada caso.

En un plazo máximo de cuatro (4) semanas a partir de la formalización del contrato, la Adjudicataria presentará el "**Plan Anual de Gestión, Actividades y Comunicación de MAKUSI KLUBA**". Este Plan deberá ser aprobado por la Entidad Contratante.

El lanzamiento de MAKUSI KLUBA se materializará en marzo de 2024 o en su defecto UN (1) mes después de la fecha de inicio del contrato, por lo que el primer "Plan Anual de Gestión, Actividades y Comunicación de MAKUSI KLUBA" deberá diseñarse para el periodo abril 2024 - diciembre 2025.

El Plan Anual de Gestión, Actividades y Comunicación de MAKUSI KLUBA deberá ejecutarse por la Entidad Contratista en los términos en los que haya sido aprobado por la EC.

Para ejercicios posteriores, el Plan se presentará como tarde el 31 de noviembre del año anterior, la EC contará con un plazo de 10 días hábiles para proponer ajustes, cambios o adaptaciones. En caso de que propusiera algún cambio, la Entidad Contratista deberá adaptar el Plan y presentarlo en su versión definitiva, en 5 días hábiles. El plan deberá quedar aprobado, como tarde, el 31 de diciembre de cada año.

Dicho Plan deberá tener en cuenta los tramos de edad en los que se divide el universo MAKUSI, y deberá contar, inexorablemente, con los siguientes cuatro apartados:

i. **Análisis del contexto y planteamiento anual para el cumplimiento de objetivos establecidos por la EC**: se trata de analizar el contexto en el que se desarrollará el Plan Anual de Actividades y Comunicación y determinar la forma en la que se trabajará para alcanzar los objetivos fijados por la EC para el periodo anual correspondiente, teniendo en cuenta los tramos de edad predefinidos. Entre los objetivos anuales determinados por la EC figurarán, como mínimo y entre otros:

    a. El incremento en número de socios de MAKUSI KLUBA.

    b. La fidelización de los miembros existentes, tratando de fomentar el sentido de pertenencia a MAKUSI KLUBA.

La metodología, forma de trabajo y propuestas planteadas por la Entidad Contratista para alcanzar los objetivos fijados por la EC deberán estar en conexión con los gustos, deseos, necesidades de la infancia del siglo XXI en Euskadi.

Además de la metodología y planteamiento de trabajo que realice la Entidad Contratista, deberán recogerse en el **Plan Anual de Gestión, Actividades y Comunicación de MAKUSI KLUBA**, al menos, la gestión diaria de MAKUSI KLUBA, la realización de actividades y el plan de comunicación correspondiente.

ii. **Plan de gestión de "MAKUSI KLUBA"**: sobre la base del contexto y la metodología de trabajo fijados en el apartado i.) anterior, la Entidad Contratista deberá diseñar la gestión diaria de MAKUSI KLUBA que deberá ser principalmente en euskera, si bien algunas comunicaciones habrán de ser también en castellano, en caso de que los madres, padres o tutores así lo necesiten. Entre las acciones de gestión deberán preverse, como mínimo, las siguientes actuaciones:

a. Gestión de MAKUSI KLUBA: altas, cartas de bienvenida (incluyendo posible regalo, por ejemplo, pulsera y/o carné), bajas, mailings, recordatorios, comunicaciones y respuestas a requerimientos, preguntas, sugerencias, quejas y/o reclamaciones que formulen los padres de los niños y niñas, así como terceras personas interesadas en MAKUSI KLUBA.

   Deberán establecerse vías de comunicación mediante correo electrónico, teléfono y redes sociales, comprometiéndose la EC a atender todas ellas. La EC deberá definir los canales de comunicación y publicarlos en una zona visible de la página web MAKUSI (apartado b) siguiente).

   Es imprescindible que tanto los niños y niñas como sus padres y madres y, también, terceras personas usuarias o interesadas en MAKUSI KLUBA se sientan atendidos y atendidas en todo momento. Deberán estipularse tiempos de respuesta a las interacciones recibidas, siendo que en ningún caso podrán superar las 72h desde la recepción de la comunicación.

b. Gestión y operación de la página web MAKUSI que será creada por EITB dentro de su ecosistema digital y para lo que pondrá a disposición de la adjudicataria las herramientas correspondientes, y que al menos deberá contener:

   a) Anuncios, piezas, resúmenes de los contenidos destacados cada semana en la plataforma OTT MAKUSI (que será gestionada por la Entidad Contratista).

   b) Anuncios de las actividades y beneficios, descuentos, invitaciones, sorteos, etc. organizados por la Entidad Contratista y su gestión.

   c) Anuncios de cumpleaños de los miembros de MAKUSI KLUBA.

   d) En función de la programación de EITB (programación lineal o publicaciones en OTTs -PRIMERAN, MAKUSI) generación de chats interactivos con personajes del universo MAKUSI o de otras series de EITB (i.e. GOAZEN, IRABAZI ARTE, ITXASO).

   e) Elaboración y publicación de la revista digital de periodicidad anual del club con resumen de las actividades del año y presencia de sus patrocinadores, en el mes de diciembre.

   f) Espacio para la venta interactiva de merchandising relacionado con el target de MAKUSI KLUBA Se implementará mediante enlace a la

tienda online de EITB (que gestionará la EC directamente o a través de proveedor).

g) Reserva de espacios para eventuales patrocinadores de contenidos MAKUSI o de las fiestas y/o eventos que se pudieran organizar, así como de los programas o productos de EITB que se quieran destacar, con enlaces a sus webs o plataformas.

h) Funcionalidades adicionales que la Entidad Contratista podrá proponer o la EC podrá incorporar.

La página web, además de lo anterior, deberá promocionar contenido audiovisual que se pondrá a disposición del público infantil en la plataforma MAKUSI. Desde la EC se establecerán pautas y previsiones de publicación de contenidos en la OTT, contenidos publicados en la OTT a destacar, eventos especiales, etc.. La Entidad Contratista deberá incorporar los vídeos, clips o similares que la EC le proporcione para realizar las promociones que correspondan. La EC se reserva el derecho de solicitar la introducción de publicidad interactiva en la página web (en forma de pre-rolles o mid-rolles, banners), en cuyo caso, la Entidad Contratista deberá incorporarlos. Asimismo, la Entidad Contratista deberá también introducir los contenidos que la EC le proporcione para realizar las promociones que correspondan (campañas de publicidad y promos específicas de EITB -las referidas directamente a MAKUSI KLUBA serán gestionadas por la Entidad Contratista) En ese caso, la Entidad Contratista estará obligada a seguir las directrices de la EC. Dada la naturaleza de las actividades a realizar, la gestión de la página web MAKUSI exige un alto grado de coordinación con la EC.

Asimismo, la Adjudicataria deberá tener insertados los códigos de Google Analytics u otros que la EC considere convenientes de cara a la gestión de información sobre la misma.

En todo caso, la gestión de la página web deberá cumplir con todos los requisitos de seguridad que la EC entienda necesarios y/o pertinentes. La EC podrá realizar una monitorización de la gestión de la página web en cualquier momento que estime oportuno.

Asimismo, la EC someterá de forma periódica y recurrente a la página web MAKUSI a los controles de ciberseguridad estándares que se irán actualizando. La adjudicataria deberá corregir y subsanar en un plazo no superior a los 10 días laborables los problemas y disfunciones que se detecten que sean consecuencia de una incorrecta gestión de la misma por parte de la Adjudicataria.

c. Gestión de las redes sociales de MAKUSI KLUBA: la EC fijará los objetivos principales de la gestión de las redes sociales y sobre esa base la Entidad Contratista deberá presentar una estrategia digital de gestión de redes sociales que deberá contener, al menos, los siguientes aspectos:

- Identificación de las redes sociales en las que se tendrá presencia como MAKUSI KLUBA.
- Periodicidad de publicaciones (cronograma)
- Formatos de publicación.

- Objetivos de las publicaciones en cada red social, por tipologías.

Las redes sociales de MAKUSI KLUBA deberán, también, promocionar contenido audiovisual que se pondrá a disposición del público infantil en la plataforma MAKUSI. Desde la EC se establecerán pautas y previsiones de publicación de contenidos en la OTT, contenidos publicados en la OTT a destacar, eventos especiales, etc..

d. Felicitaciones de cumpleaños:

   a) Mediante redes sociales, app, mailing o vías de interactuación adicionales.

   b) Generación de un vídeo semanal con los cumpleaños de los miembros del club para incorporar en la plataforma de contenidos digitales MAKUSI y también, en su caso, en los canales lineales de EITB.

e. Beneficios exclusivos como descuentos, invitaciones, sorteos con una periodicidad mensual. En este sentido, la EC podrá aportar a la Entidad Contratista distintos beneficios que pueda obtener (acuerdos institucionales o grandes acuerdos comerciales), pero la Entidad Contratista deberá realizar un planteamiento propio de beneficios exclusivos, vinculado al cumplimiento de objetivos de incremento de socios y socias y fidelización. La Entidad Contratista deberá ofrecer, al menos, ocho beneficios exclusivos al año de diferentes tipologías. La EC deberá aprobar los acuerdos con terceros para la obtención de beneficios exclusivos que la Entidad Contratista pudiera alcanzar. Los acuerdos con terceros para la obtención de beneficios exclusivos que la Entidad Contratista pudiera alcanzar deberán ser aprobados por la EC para poder materializarlos.

f. Acciones específicas que se incorporen a la vista del contexto y de los objetivos anuales concretos.

Las acciones a desarrollar en la gestión diaria de MAKUSI KLUBA deberán contar con un **enfoque innovador, incorporando el uso de nuevas tecnologías y nuevas formas de relación empleadas por los jóvenes**, en tanto que uno de los objetivos principales de MAKUSI KLUBA es el llegar y fidelizar al mayor número de niños, niñas y jóvenes posible.

iii. Plan de actividades de "MAKUSI KLUBA": la Entidad Contratista, considerando los objetivos anuales fijados por ella -según se dispone en el apartado i.- deberá diseñar un programa de actividades a desarrollar, entre las que figurarán las siguientes:

a. Organizar una fiesta anual MAKUSI en el mes de OCTUBRE, siguiendo el briefing de actuación que proporcionará EITB en el mes de JUNIO anterior.

   La celebración de la fiesta MAKUSI deberá realizarse todos los años sin excepción. A modo de ejemplo, en el **Anexo I,** se da el briefing con los requisitos y características generales de una fiesta tipo.

b. Por indicación de EITB, presentación de contenidos infantiles/juveniles de EITB y nuevas programaciones, en su caso. Todas las autorizaciones necesarias para llevar a cabo esta actividad serán gestionadas y obtenidas por la Entidad Contratista.

c. Actividades (concursos, sorteos, retos e incluso, en su caso, eventos) relacionadas con el contenido que se incorpore a la plataforma OTT MAKUSI y que la EC quiera promocionar.

d. Presencia en los Parques Infantiles de Navidad que, en su caso, se organicen en los tres Territorios Históricos vascos y Navarra. En estas actividades deberá incluirse, al menos, un stand y, como mínimo, dos monitores que atiendan el stand.

   Todas las autorizaciones necesarias para llevar a cabo esta actividad serán gestionadas y obtenidas por la Entidad Contratista.

e. Presencia en las distintas actividades organizadas para el impulso del euskera (Ibilaldia, Kilometroak, Araba Euskaraz, Nafarroa Oinez, Herri Urrats, Euskal Eskola Publikoaren jaia, Durangoko azoka). En estas actividades deberá incluirse, al menos, un stand, un escenario (para albergar un espectáculo, si fuera necesario) y, como mínimo, dos monitores que atiendan el stand.

   Todas las autorizaciones necesarias para llevar a cabo esta actividad serán gestionadas y obtenidas por la Entidad Contratista.

f. Actuaciones adicionales que se determinen a la vista del contexto y de los objetivos que se fijen como prioritarios y, también, de la previsión de la EC de incorporación de contenidos a la plataforma OTT MAKUSI (i.e. conciertos, obras de teatro, actuaciones).

Igualmente, las actividades a organizar en el entorno de MAKUSI KLUBA deberán contar con un **enfoque innovador, incorporando el uso de nuevas tecnologías y nuevas formas de relación empleadas por los jóvenes**, en tanto que, de nuevo, uno de los objetivos principales de MAKUSI KLUBA es el llegar y fidelizar al mayor número de niños, niñas y jóvenes posible.

La organización de la fiesta anual "MAKUSI", así como del resto de actividades, debe entenderse como integral y por ello todas las fases desde su concepción hasta su ejecución, así como todos los medios técnicos y humanos, licencias, seguros y cualquier otro gasto necesario para su realización deberá estar incluidos dentro del precio del contrato. Dentro de los elementos a tener en cuenta, sin ser limitativos, se encuentran:

- Alquiler de los espacios previstos donde desarrollar el Proyecto.
- Preparación previa, montaje, desarrollo y desmontaje final de la fiesta "MAKUSI", incluida la producción de los talleres propuestos con todas sus infraestructuras técnicas y humanas para su desarrollo.
- Presentadores/as del evento.
- Personal para la atención del evento.
- Escenario/s, equipamientos y otras infraestructuras (eléctrica, audiovisual, informática,…).
- Elementos de marketing y promoción (carteles, premios, *merchandising* y otros)
- Todas las infraestructuras auxiliares, entre otras:
    - Vallado y personal para el control de accesos.
    - Ambulancias.
    - Aseos (WC) móviles.
    - Limpieza.

- Plan de emergencia y Seguridad, personal de Seguridad y obtención de permisos.
- Seguros y licencias.

iv. **Plan de comunicación de "MAKUSI KLUBA":** se trata de lograr la máxima difusión de las actividades, beneficios y ventajas del club. Para ello, la Entidad Contratista deberá diseñar, como mínimo:

a. Objetivos

b. Canales

c. Plan de Acción con actividades y desarrollos concretos, que deberá tener en cuenta la forma de relación y consumo de los niños y jóvenes.

A su vez, la Entidad Contratista deberá prever, al menos:

a) Las siguientes campañas para televisión, radio y exteriores que incluya al menos:

- Spots de televisión* de en torno a 20 segundos y se han de realizar también piezas, de menor duración, que sirvan para promocionar MAKUSI KLUBA, sus actividades y sus beneficios (al menos cuatro campañas al año).

- Cuñas para la radio* que sirvan para promocionar MAKUSI KLUBA, sus actividades y sus beneficios (al menos cuatro campañas al año).

- Grafismos para campañas de publicidad estática en calles, medios de transporte, etc. * al año (al menos tres campañas al año).

**** Únicamente se incluye dentro del alcance del contrato la gestión y la planificación de estos elementos (spots, cuñas y grafismos) dentro del Plan de Comunicación. Por tanto, el diseño y la producción de estos elementos será realizado por la Entidad Contratante.***

b) Plan continuo de comunicación y marketing digital específico para web, redes, otras plataformas como IPTV, HBBTV y también los medios y plataforma digitales propios de EITB, que recojan las piezas de promoción en horizontal y vertical de las campañas de promoción que en su caso se realicen (continuo durante el año).

El **Plan Anual de Gestión, Actividades y Comunicación de MAKUSI KLUBA** deberá contar, además con:

a) Un CRONOGRAMA en el que figuren todas las actividades previstas, su duración y los hitos relevantes para su consecución.
b) Un presupuesto de cada actividad propuesta. En ningún caso se aprobarán presupuestos ni desviaciones que, en su conjunto, superen el presupuesto de adjudicación anual.

v. **Creación de una mascota Makusi** tanto en su formato real como en su formato digital.

a. Generación de guía de utilización y uso segmentada para targets y contenidos.

b. Programa de Interacción y Presencia en eventos on y off line.
c. Programa de generación de Contenidos
d. Generación de Extensiones

El precio de esta mascota se entiende incluida en el resto de partidas económicas que forman parte del contrato.

4. Condiciones generales de prestación

La Entidad Contratista prestará sus servicios fuera de las instalaciones de la EC, si bien el responsable del servicio por parte de la Entidad Contratista podrá acudir a reuniones puntuales a las instalaciones de la EC, para lo que se le proporcionará un acceso ad hoc (en ningún caso se generarán tarjetas de acceso a trabajadores).

La Entidad Contratista deberá coordinar las distintas acciones y actividades definidas. Resulta imprescindible que las citadas acciones y actividades estén vinculadas entre sí y estén planificadas de forma que exista una coherencia y una hoja de ruta única y unificada.

La EC establecerá los medios de control que estime convenientes para constatar el total y correcto cumplimiento de las prestaciones objeto del contrato por parte del adjudicatario. No obstante, la Entidad Contratista será responsable de la calidad técnica de los trabajos que desarrolle y de las prestaciones y servicios realizados, así como de las consecuencias que se deduzcan para la EC o para terceros de las omisiones, errores o métodos inadecuados en la ejecución del contrato. A su vez, quedará obligada a obtener todos los permisos, licencias, autorizaciones o similares necesarias para llevar a cabo todas las prestaciones objeto del contrato, tal y como se especifica más adelante.

Dada la relación de confianza que caracteriza a este contrato de servicios y la naturaleza sensible de su objeto, la EC se reserva el derecho a resolver el contrato en caso de que la adjudicataria, en la prestación del servicio demuestre incompetencia manifiesta, desidia profesional, incumplimiento de las normas de deontología profesional y otros supuestos análogos, así como por el incumplimiento de las demás obligaciones objeto del contrato, sin perjuicio de la posibilidad de imponer penalidades al mismo por dichos incumplimientos en los términos previstos en las Cláusulas correspondientes del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP).

Los datos de carácter personal a que tenga acceso el adjudicatario deberán ser utilizados exclusivamente en los procesos en que haya de surtir efectos la documentación a que estén incorporados, haciéndose responsable el contratista de su utilización con los límites y garantías previstas en la legislación vigente en materia de protección de datos de carácter personal y según lo establecido igualmente en las Cláusulas correspondientes del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP). En cualquier caso, los servicios objeto del Contrato que se formalice tras el proceso de licitación serán siempre prestados en Europa, tal y como se establece en el RGPD, incluyendo cualquier tipo de uso de nubes públicas o privadas.

La titularidad de la propiedad intelectual de los trabajos generados en la ejecución del contrato corresponde a la EC, que podrá utilizarlos, modificarlos o distribuirlos indefinidamente sin ninguna restricción ni coste adicional.

En lo que se refiere a la organización de actividades en el marco de MAKUSI KLUBA, la Entidad Contratista deberá asumir todos los medios y asistencias técnicas necesarias, así como la obtención de todos los permisos correspondientes para prestar los servicios objeto del contrato con las debidas garantías de calidad y seguridad para todos los participantes en las mismas. A su vez, la Entidad Contratista deberá contar con los seguros que en cada caso le sean exigidos.

Cualquier error u omisión ocurrida por cualquier motivo en la gestión de los permisos, autorizaciones, licencias o seguros será única y exclusivamente responsabilidad de la Entidad Contratista y facultará a la EC a aplicar las penalidades correspondientes o a la resolución contractual. Cualquier daño que pudiera causarse a terceros o a la EC por cualquier error y omisión ocurrida por cualquier motivo deberá ser indemnizada por la Entidad Contratista, y será esta quien deba responder por ella ante cualquier instancia competente.

Antes del 31 de enero de cada año, la Entidad Contratista deberá presentar un "**Informe de valoración anual**" relativo al cumplimiento de los objetivos fijados en los planes y documentos recogidos en la Cláusula 3 en el que analizará (i) la medida en la que se han alcanzado los objetivos fijados; (ii) dificultades afrontadas; (iii) medidas correctoras aplicadas, si fuera el caso. Dicho informe deberá contener un apartado en el que se recoja la valoración específica del tercer trimestre del ejercicio anterior (que no requerirá de informe de seguimiento específico, según se explicita en la Cláusula 7). El primer informe de valoración deberá presentarse en enero de 2025.

5. Dimensionamiento del servicio

En lo que se refiere a la creación y gestión de MAKUSI KLUBA resulta relevante conocer el número de miembros con los que, previsiblemente, contará en un inicio, la evolución del número de miembros a lo largo de los últimos cinco años y el target de crecimiento esperado. Dicha información se ha incluido en la cláusula 3 del Presente Pliego.

6. Medios profesionales para la prestación del servicio

El personal designado a la prestación del servicio dependerá exclusivamente de la contratista, única que ostentará los derechos y obligaciones inherentes a su condición de empleadora.

A tales efectos, la empresa contratista asumirá las siguientes obligaciones:

1. Corresponderá exclusivamente a la entidad que resulte contratista la selección del personal que, reuniendo los requisitos de titulación y experiencia exigidos en la cláusula siguiente del presente pliego formará parte del equipo de trabajo designado a la ejecución del contrato, sin perjuicio de la verificación por parte de la Entidad Contratante del cumplimiento de aquellos requisitos.

2. La contratista procurará que exista estabilidad en el equipo de trabajo, y que las variaciones en su composición sean puntuales y obedezcan a razones justificadas, en orden a no alterar el buen funcionamiento del servicio (cuando existan razones que justifiquen esta exigencia), informando en todo momento a la Entidad Contratante.

3. La contratista asume la obligación de ejercer de modo real, efectivo y continuo, sobre el personal integrante del equipo de trabajo encargado de la ejecución del contrato, el poder de dirección inherente a toda empresa.

   En particular asumirá la negociación y pago de los salarios, la concesión de permisos, licencias y vacaciones, las sustituciones del personal en casos de baja o ausencia, las obligaciones legales en materia de Seguridad Social, incluido el abono de cotizaciones y el pago de prestaciones cuando proceda, las obligaciones legales en materia de prevención de riesgos laborales, el ejercicio de la potestad disciplinaria, así como

cuantos derechos y se deriven de la relación contractual entre las partes empleada y empleadora.

4. Garantizar que el personal designado desarrolle su actividad sin extralimitarse en las funciones desempeñadas respecto de la actividad delimitada en los pliegos como objeto del contrato.

5. La contratista deberá designar al menos una persona coordinadora o responsable del contrato y un responsable por cada área de trabajo definida, perteneciente a su plantilla de personal, que tendrán entre sus obligaciones las siguientes:

   a. Actuar como interlocutoras de la entidad contratista frente a la EC, canalizando la comunicación entre la empresa contratista y el personal integrante del equipo de trabajo designado al contrato, de un lado, y la EC, de otro lado, en todo lo relativo a las cuestiones derivadas de la ejecución del contrato.

   b. Distribuir el trabajo entre el personal encargado de la ejecución del contrato, e impartir al mismo las órdenes e instrucciones de trabajo que sean necesarias en relación con la prestación del servicio contratado.

   c. Supervisar el correcto desempeño por parte del personal integrante del equipo de trabajo de las funciones que tienen encomendadas, así como controlar la asistencia de dicho personal al puesto de trabajo.

   d. Garantizar que mientras las personas puestas a disposición del servicio objeto de la presente contratación se encuentren en alguno de los centros de trabajo de la EC, éstas cumplan con las normas de seguridad de la EC y cuenten con los correspondientes distintivos que las identifique como personal de la entidad que resulte adjudicataria del servicio.

Si a consecuencia del incumplimiento por la entidad contratista de las obligaciones asumidas en virtud de esta cláusula, la EC fuera condenada al pago de cantidades con carácter solidario con la empresa contratista, se repercutirá en ésta la suma satisfecha, a cuyos efectos la EC se reserva el ejercicio de cualesquiera acciones, administrativas o judiciales, que sean adecuadas y convenientes hasta la total recuperación de las cantidades pagadas.

7. Seguimiento del servicio

La persona Responsable del Contrato por parte de la EC será la figura mediante la que la Entidad Contratista deberá canalizar cualquier actuación objeto del presente contrato.

En virtud de lo anterior, en la persona Responsable del Contrato (o en quien esta delegue), a efectos de la presente contratación, residirá, entre otras, las siguientes facultades:

- Interpretar las cláusulas contenidas en los pliegos reguladores de este contrato y demás disposiciones establecidas en el contrato.
- Controlar la normal ejecución del contrato.
- Supervisar el desarrollo de los trabajos, su valoración y posterior recepción de los mismos.

La contratista deberá informar periódicamente de las gestiones llevadas a cabo en el desarrollo de su actividad contractual. Para ello elaborará un informe con una periodicidad

trimestral (1 de enero, 1 de abril, 1 de julio, 1 de octubre) en el que se valorará el grado de ejecución y cumplimiento del "Plan anual estratégico de promoción y marketing digital" y del "Plan Anual de Gestión, Actividades y Comunicación de MAKUSI KLUBA", las previsiones para el trimestre próximo y, si fuera necesario, las medidas correctoras aplicadas o propuestas para poder alcanzar los objetivos fijados.

La valoración del último trimestre del año deberá incluirse en el "Informe de Valoración Anual" que deberá presentarse antes del 31 de enero de cada año (empezando en el año 2025, tal y como se explicita en la Cláusula 4 de este Pliego)

8. Facturación de los servicios

La facturación deberá ser efectuada por la adjudicataria de conformidad con los siguientes términos:

- **Facturación por la definición del Plan Anual de Promoción y Marketing del ecosistema "MAKUSI "**

  Una vez aprobado este Plan, la adjudicataria deberá emitir en cumplimiento de la normativa una factura según el precio ofertado en el ANEXO III.1 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares: FÓRMULAS MATEMÁTICAS, relativo al apartado:

  A.- Definición del Plan Anual de Promoción y Marketing del ecosistema "MAKUSI "

- **Facturación por trabajos correspondientes a la ejecución del Plan Anual de Promoción y Marketing del ecosistema "MAKUSI ".**

  La adjudicataria deberá emitir con una periodicidad mensual una factura según el precio ofertado en el ANEXO III.1 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares: FÓRMULAS MATEMÁTICAS, relativo al apartado:

  B.- Ejecución del Plan Anual de Promoción y Marketing del ecosistema "MAKUSI ".

- **Facturación por la definición del Plan Anual de Gestión, Actividades y Comunicación de MAKUSI KLUBA**

  Una vez aprobado este Plan, la adjudicataria deberá emitir en cumplimiento de la normativa una factura según el precio ofertado en el ANEXO III.1 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares: FÓRMULAS MATEMÁTICAS, relativo al apartado:

  C.- Definición del Plan Anual de Gestión, Actividades y Comunicación de "MAKUSI KLUBA"

- **Facturación por trabajos correspondientes a la ejecución del Plan Anual de Gestión de "MAKUSI KLUBA".**

La adjudicataria deberá emitir con una periodicidad mensual una factura según el precio ofertado en el ANEXO III.1 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares: FÓRMULAS MATEMÁTICAS, relativo al apartado:

D.- Ejecución del Plan Anual de Gestión de "MAKUSI KLUBA".

- **Facturación por la ejecución de las actividades del Plan Anual de Actividades**

Una vez realizada correctamente cada una de las actividades, la adjudicataria deberá emitir en cumplimiento de la normativa una factura según el precio ofertado en el ANEXO III.1 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares: FÓRMULAS MATEMÁTICAS, relativo al apartado:

E.- Ejecución del plan anual de Actividades de "MAKUSI KLUBA"

E.1 Presentaciones y similares
E.2 Fiestas de las Ikastolas
E.3 Eventos de presencia en la calle
E.4 Fiesta anual principal

- **Facturación por la ejecución de las actividades del Plan Anual de Comunicación:**

La adjudicataria deberá emitir en función del avance del plan facturas por un % del precio ofertado en el ANEXO III.1 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares: FÓRMULAS MATEMÁTICAS, relativo al apartado *F.- Ejecución del plan anual de Comunicación de "MAKUSI KLUBA"* de conformidad con:

CAMPAÑAS RADIO Y TELEVISIÓN: 16% X 4 CAMPAÑAS =	**64%**
Plan de Comunicación (comunicación y marketing digital): 3% X 12 MESES =	**36%**
Total	**100%**

- Facturación por la ejecución de las actividades del Plan Anual de Comunicación (campañas para televisión, radio y exteriores).

Una vez realizadas correctamente el material creativo relativo a cada una de las cuatro (4) campañas previstas anualmente, la adjudicataria deberá emitir en cumplimiento de la normativa una factura por un valor del 16% del precio ofertado en el ANEXO III.1 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares: FÓRMULAS MATEMÁTICAS, relativo al apartado:

F.- Ejecución del plan anual de Comunicación de "MAKUSI KLUBA"

- Facturación por la ejecución de las actividades del Plan Anual de Comunicación (comunicación y marketing digital).

La adjudicataria deberá emitir con una periodicidad mensual una factura por un valor del 3% del precio ofertado en el ANEXO III.1 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares: FÓRMULAS MATEMÁTICAS, relativo al apartado:

F.- Ejecución del plan anual de Comunicación de "MAKUSI KLUBA"

Todas las facturas deberán ser presentadas ante la EC y requerirán de su aceptación para su posterior tramitación. La EC podrá rechazar las facturas que considere inadecuadas o incorrectas por no seguir los criterios de facturación que esta hubiere especificado.

9. Penalizaciones

Serán las establecidas en el Punto **13.- PENALIDADES** del apartado Cláusulas Específicas del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP).

10. Propiedad intelectual generada en el marco del contrato

La titularidad de la propiedad intelectual de la totalidad de los trabajos generados en la ejecución del contrato (videos, material promocional, etc..) corresponde a la EC, durante la máxima vigencia legal, para todo el mundo y sin restricciones y coste alguno, podrá:

- Reproducirlos, de forma total o parcial o aislada, en cualquier formato conocido (videográfico, televisivo, internet, CD, CDI, CD Rom, DVD etc. y todos, tanto en base digital como analógica.

- Comunicarlos, de forma total o parcial o aislada, públicamente y ponerlos a disposición del público a través de cualquier medio conocido, sin límite de pases, en cualquier medio televisivo (TV. Libre/ de pago, codificada/ sin codificar, de programación fija/ a la carta, pago por visión, vídeo bajo demanda, de acceso libre o condicional y en general en cualquier otra modalidad televisiva susceptible de explotación) u otro conocido (internet), incluida la transmisión vía IP para su acceso en línea a solicitud del público, a través de su página web o plataformas digitales de difusión, así como la puesta a disposición del público a través de cualquier sistema de difusión, plataforma, soporte, aplicación, etc. que permita la emisión/transmisión de señales conocido (cable o cualquier otro sistema alámbrico, satélite de emisión directa/ de transmisión, vía terrestre digital o analógica o cualquier otro sistema inalámbrico, cualquier combinación de los anteriores y en general en cualquier sistema susceptible de utilización).

- Distribuirlos en cualquier formato arriba previsto y mediante cualquier forma de comercialización (venta, cesión, intercambio, retransmisión etc.), incluido el préstamo y alquiler de copias.

- Transformarlos, especialmente traducirlos, doblarlos y subtitularlos a cualquier lengua, realizar resúmenes, explotar aisladamente imágenes, etc.

Y en general, ejercitar todos los derechos de explotación sobre los trabajos generados en la ejecución de este contrato.

Corresponde, asimismo, a la EC la totalidad de la Propiedad Industrial que se generara con la ejecución del contrato, así como la exclusiva y titularidad de cuantas marcas y/o nombres

comerciales se utilizaren en la ejecución del contrato y en especial la denominación de MAKUSI y/o MAKUSI KLUBA y/o derivados.

11. Carácter confidencial de los datos aportados. Cumplimiento de la normativa de protección de datos.

Toda información que reciba el adjudicatario de la EC o de terceros interesados con motivo de la celebración y posterior ejecución del contrato será confidencial y sólo podrá ser utilizada en el marco de este contrato.

En consecuencia, no podrá utilizar para sí ni proporcionar a terceros no interesados ningún dato o información de carácter personal para finalidades distintas de aquéllas para las que los datos hubieran sido recogidos, estando por tanto obligados a poner todos los medios a su alcance para garantizar la confidencialidad de dicha información, así como de los resultados obtenidos.

Tampoco podrá utilizarse dicha información, más allá del importe y el objeto del contrato, para preparar ofertas para otras licitaciones (incluso en licitaciones promovidas por esta misma EC).

Cualquier infracción de estas obligaciones será calificada como grave y constituirá causa de resolución del contrato, sin perjuicio de las responsabilidades de cualquier naturaleza en que pudiera incurrir.

La "Confidencialidad y el tratamiento de datos de carácter personal" quedarán regulados en la **Cláusula 29 de las Condiciones Generales** del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP).

12. Documentación a presentar por las candidatas

Las entidades licitadoras deberán presentar sus propuestas de acuerdo con lo dispuesto en la cláusula 24 de las cláusulas específicas del PCAP:

12.1 Sobre C.- Documentación relativa a los criterios de adjudicación valorados mediante juicio de valor.

De conformidad con los criterios de valoración fijados en el PCAP, las entidades candidatas deberán incluir en el **SOBRE C**, una propuesta que contenga la documentación señalada en el en el **ANEXO IV.1** del PCAP.

12.2 SOBRE B.- Documentación relativa a los criterios valorables mediante fórmulas

Las entidades presentarán sus ofertas ajustándose al modelo de tabla indicado en el **ANEXO III.1** del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares: FÓRMULAS MATEMÁTICAS.

ANEXO I: EJEMPLO DE FIESTA ANUAL

(i.) Tipología de evento:

Infantil, participativo e inclusivo y con capacidad de albergar y atraer a una gran cantidad de público y generar multiplicidad y variedad de acontecimientos.

(ii.) Contenido del evento:

- ✓ Cualquier actividad y/o contenido que sea programado deberá ser desarrollado íntegramente en euskera.
- ✓ La música y los personajes televisivos de ETB deberán tener un peso sustancial.
- ✓ Fiesta participativa e inclusiva, con actividades lúdicas, talleres y animación.
- ✓ Las actividades irán dirigidas a niños/as de diferentes rangos de edad (de 0 a 14 años).
- ✓ Los niños/as que participen en la fiesta (en especial, los socios/as del club) recibirán material o premios relacionados con la actividad en concreto, así como con el club infantil de EITB.
- ✓ Los espacios deberán estar debidamente personalizados, con diseño propio diferenciado, y carteles informativos de lo que se llevará a cabo en el mismo.
- ✓ El escenario principal acogerá actuaciones dirigidas a los niños y niñas. Dicho escenario será puesto a disposición del evento por parte de la Entidad Contratante.
- ✓ Zona de descanso y lactancia.

Todos los citados espacios deberán albergar los talleres y actividades vinculados con la temática designada.

(iii.) Disposición del evento:

Deberá contar con al menos, los siguientes espacios temáticos y actividades:

- ✓ Espacio de **información** del club, en el que se llevará a cabo la gestión de socios y socias.
- ✓ Espacios con **actividades lúdicas y animación, hinchables, goming**…
- ✓ Espacios para **aprender jugando**: talleres sobre lectura, educación vial, hábitos de vida saludables, cuidado y respeto del medioambiente…, además de espacios lúdicos vinculados con los distintos valores del Club como son la igualdad, la actitud crítica y responsable, la puesta en valor del conocimiento y la cultura, el fomento de la amistad y solidaridad desde el marco del entretenimiento. Asimismo, la tecnología ocupará un lugar destacado, haciendo hincapié en el uso responsable de la misma, en redes sociales…
- ✓ **Espectáculos en escenario principal.** La empresa Adjudicataria será la responsable de contratar una actuación musical tipo "disko festa" y llevar a cabo las gestiones correspondientes y coordinación del escenario tanto de esta actividad como de las propuestas por la EC ligadas a su programación o productos. Los costes de estas últimas correrán a cargo de la EC.
- ✓ Actividad específica relacionada con la programación o los productos de **EITB** (en base a especificaciones de la EC)
- ✓ Espacio dedicado a **EITB MARATOIA**.
- ✓ Área específica y reservada para el público infantil más pequeño dotado con un lugar para dar de comer y destinado a la **lactancia**.

- ✓ Espacio dedicado a la venta de **merchandising** de productos del Grupo EITB.
- ✓ Posibilidad de incorporar por parte de EITB MEDIA áreas o espacios específicos de **patrocinadores o colaboradores del club**: EITB MEDIA proporcionará información sobre los mismos y realizará la coordinación inicial. La empresa Adjudicataria tendrá que coordinarse durante el montaje y el día de la fiesta con los patrocinadores o colaboradores del club, darles apoyo logístico y organizar el espacio con personal propio en caso de que sea necesario.