PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES PARA LA CONTRATACION DEL SERVICIO DE COMERCIALIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DE ESPACIOS PUBLICITARIOS, CONTENIDOS, EVENTOS Y MERCHANDISING DEL ENTE PUBLICO EUSKAL IRRATI TELEBISTA Y DE SU SOCIEDAD EITB MEDIA, S.A.U. (GRUPO EITB)

MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO

EXPEDIENTE: 2022.51

04/11/2022 (Versión 0)

ÍNDICE

1. OBJETO 2

2. ALCANCE DEL SERVICIO 2

3. SERVICIOS EXCLUIDOS 4

4. TIEMPOS Y FORMATOS DE PUBLICIDAD 5

5. RÉGIMEN DE EXCLUSIVIDAD "GEOGRÁFICA" EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO 6

6. RETRIBUCIÓN DE LA ADJUDICATARIA 6

6.1 PROYECCIÓN DE FACTURACIÓN ANUAL 6
6.2 RETRIBUCIÓN 7
6.2.1 Retribución por comisión 7
6.2.2 Retribución por importe fijo 9
6.2.3 Retribución por importe fijo + variable 9

7. FACTURACIÓN Y PAGO 9

8. EJECUCIÓN DEL SERVICIO 10

8.1 CONDICIONES GENERALES 10
8.1.1 Principios de ejecución del servicio 10
8.1.2 Dirección y supervisión del Servicio 11
8.1.3 Responsabilidades 11
8.2 CONDICIONES PARTICULARES 11
8.2.1 Normativa aplicable 11
8.2.2 Modalidades publicitarias 11

9. OBLIGACIONES 12

9.1 OBLIGACIONES DE LA ADJUDICATARIA 12
9.2 OBLIGACIONES DE LAS EC'S. 13

10. RECURSOS REQUERIDOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO 14

10.1 RECURSOS TÉCNICOS 14
10.1.1 Por cuenta de la adjudicataria 14
10.1.2 Por cuenta del Grupo EITB 14
10.2 RECURSOS PROFESIONALES 14
10.2.1 Condiciones Generales 14
10.2.2 Condiciones particulares 16
10.2.3 Cambios en los equipos asignados al servicio 20

11. SEGUIMIENTO DEL SERVICIO 20

12. SEGUIMIENTO Y ACREDITACIÓN EN MATERIA LABORAL, SEGURIDAD SOCIAL Y DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO 21

13. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR LAS CANDIDATAS 21

13.1 SOBRE C.- DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN VALORADOS MEDIANTE JUICIO DE VALOR 22
13.2 SOBRE B.- DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LOS CRITERIOS VALORABLES MEDIANTE FÓRMULAS 22

DOCUMENTO 1: CONTENIDOS TITULARIDAD FORTA 23

1. OBJETO

El presente Pliego tiene por objeto la contratación de un servicio de comercialización y planificación de espacios publicitarios, contenidos, eventos y *merchandising* del ente público EUSKAL IRRATI TELEBISTA y de su sociedad EITB MEDIA, S.A.U. (en lo sucesivo, **Grupo EITB**, **Entidades Contratantes** o **EC's**, indistintamente).

El cualquier caso, la prestación del servicio se deberá efectuar con arreglo a los requerimientos y condiciones que se estipulan en este Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares (en adelante, **PPTP**), así como 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.

2. ALCANCE DEL SERVICIO

El servicio correspondiente al objeto de la presente contratación comprenderá la realización de, al menos, los siguientes trabajos:

A. Plan comercial multimedia anual del Grupo EITB.

Elaboración de un Plan Comercial Multimedia anual (en lo sucesivo, **Plan**) para el Grupo EITB, así como prestar el posterior asesoramiento y apoyo en la gestión de dicho Plan Comercial.

El Plan deberá estar basado en un análisis exhaustivo del mercado publicitario e incluir, entre otros elementos, (i) la realización de estudios de rentabilidad de cartera de clientes en la venta de los espacios publicitarios; (ii) el diseño de estrategias comerciales a desarrollar cada año; (iii) la definición de fórmulas de comunicación al mercado de los soportes del Grupo EITB; y (iv) la determinación, a la vista del análisis de la competencia, de los modelos o pautas de venta.

El Plan deberá ser presentado a las EC's en un plazo máximo de 30 días a contar desde el día siguiente a la formalización del contrato y siempre antes del 15 de enero en los ejercicios sucesivos.

El seguimiento y revisión del Plan será efectuado por las EC's con una frecuencia semestral.

B. Comercialización de la publicidad multimedia en televisión, radio e internet del Grupo EITB.

Gestión, promoción, venta y marketing de cualesquiera espacios de publicidad en televisión, radio e internet del Grupo EITB para el ámbito del estado de acuerdo con las *excepciones* previstas en el apartado 3 del presente Pliego.

Dentro de este servicio, se incluye la gestión, promoción y producción de cuñas publicitarias para ser emitidas en radio y soportes de internet del Grupo EITB.

Todos los contenidos objeto de la presente contratación deberán ser ejecutados de conformidad con los parámetros y estándares de calidad técnicos y lingüísticos establecidos por las EC`s.

C. Comercialización y distribución de programas y contenidos audiovisuales del Grupo EITB.

Comercialización, distribución y venta de los programas y contenidos del Grupo EITB. Estos servicios comprenderán las siguientes dos (2) tipologías de prestación a efectos de facturación:

i. Comercialización, distribución y venta para redifusión de una licencia de programas o contenidos previamente contratada.

ii. Comercialización, distribución y venta de una nueva licencia de programas o contenidos.

Comercialización, distribución y venta de doblajes de contenidos audiovisuales.

D. Comercialización y distribución de producto derivado "merchandising"

Servicio de diseño, producción, distribución, marketing y venta de merchandising y producto derivado de los programas y contenidos audiovisuales de las EC's y Sociedades del Grupo.

Para la prestación del servicio de comercialización y distribución de producto derivado "*merchandising*" la entidad que resulte adjudicataria deberá contar con una plataforma "propia" de venta *on line*.

E. Servicios técnicos de planificación publicitaria y seguimiento de campañas del Grupo EITB.

Planificación y gestión de cualesquiera piezas creativas, spots, cuñas, *banners* y acciones especiales para su emisión en la programación.

A tal efecto quedarán comprendidas dentro del ámbito del presente contrato tanto las comercializadas por la entidad que resulte adjudicataria, como aquellas que pudieran ser comercializadas o gestionadas directamente por el Grupo EITB e incluso aquellas que pudieran ser comercializadas por terceras entidades a las cuales se haya encomendado su comercialización.

Los trabajos de planificación y gestión comprenderán la realización de, al menos, las siguientes prestaciones:

- Recepción de las órdenes de compra y conciliación y ajustes con los acuerdos.
- Carga de órdenes publicitarias.
- Gestión de la denominada "*adjudicación de campañas*" a anunciantes y agencias conforme a los criterios definidos por el Grupo EITB.
- Coordinación de producción de materiales publicitarios para televisión, grabación de cuñas para radio e internet (*spots*, caretas, cuñas, *banners*, acciones especiales, etc..
- Coordinación y producción de acciones especiales y *branded content* en radio, televisión, internet; así como en los eventos que exploten la publicidad.

Todos los trabajos descritos deberán ejecutarse en línea con los objetivos de (i) alcanzar el mayor número de personas de público objetivo, así como (ii) la optimización y rentabilización de campañas publicitarias:

Realización de pauta publicitaria atendiendo al cumplimiento de la normativa de publicidad y demás preceptos o instrucciones sobre la materia trasladadas por las EC`s para su remisión a emisión.

Gestión de condiciones de negociación para todos los soportes (posicionamiento, control límites legales, afinidad en cortes, patrocinios, bloques exclusivos, etc.) rentabilizando la ocupación publicitaria bajo la supervisión del departamento de publicidad de EITB.

Estos trabajos comprenderán la realización de, al menos, las siguientes prestaciones:

- Control y seguimiento de campañas publicitarias, con el objetivo de obtener la máxima rentabilidad cumpliendo los requerimientos de las órdenes publicitarias y los acuerdos negociados.

- Gestión de incidencias en la emisión de publicidad derivadas de la planificación.

Todos los trabajos descritos deberán ser ejecutados de acuerdo con las directrices e instrucciones al efecto informadas por las EC's.

F. Servicios de marketing.

Servicios de marketing relacionados con el diseño, planificación, gestión y comercialización de los distintos productos incluidos en el presente contrato.

Coordinación con las EC's para proyección de audiencias, elaboración de argumentarios, nuevos programas.

Desarrollo de *argumentarios* y propuestas comerciales.

Informes trimestrales del comportamiento publicitario en los distintos soportes del grupo incluyendo análisis de franjas horarias, targets, desviaciones y ocupaciones.

Informes mensuales sobre resultados y tendencias del mercado publicitario estatal con datos comparativos del resto de medios autonómicos y privados. Estos informes deberán ser elaborados y entregados a las EC's antes del día 20 del mes siguiente al analizado.

G. Comercialización de eventos del Grupo EITB

Comercialización de publicidad, generalmente estática, en determinados eventos organizados por las EC's y el Grupo EITB, incluidas las retrasmisiones deportivas, en los que expresamente les sea encargada a la adjudicataria.

3. SERVICIOS EXCLUIDOS

Quedarán *excluidos* del objeto de la presente contratación las siguientes prestaciones:

a. El espacio publicitario disponible para la emisión de publicidad propia del Grupo EITB.

b. El espacio publicitario que corresponda por elecciones de conformidad con la normativa electoral.

c. El espacio publicitario que corresponda a campañas designadas como de servicio público de conformidad a la Ley General de Comunicación Audiovisual.

d. El espacio publicitario derivado, directa o indirectamente, de intercambios que hayan sido promovidos por las EC's con otros medios o empresas de suministros o servicios en relación a sus propios productos.

e. La publicidad derivada de la comercialización multimedia de espacios publicitarios por parte de la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (en adelante, FORTA).

f. Los mensajes o fórmulas publicitarias negociadas directamente junto con los derechos de emisión de las EC's en cualquier competición deportiva, espectáculo, retransmisión, obra o grabación audiovisual.

g. La publicidad estática que aparezca en la transmisión o grabación de acontecimientos deportivos y para la cual no se ostenten los derechos de explotación o cualesquiera otros cuya organización corra a cargo de las EC's, o cuya emisión sea contratada.

h. La publicidad que se derive de la explotación comercial online de los contenidos de las EC's (web, móvil, redes sociales) gestionada directamente por éstas salvo que vengan directamente vinculadas a campañas comerciales o publicitarias gestionadas directamente por la adjudicataria.

i. La publicidad resultante de la ejecución de contratos o convenios de colaboración concluidos por las EC's, que vinculen a estas entidades con otra entidad o persona con la finalidad de obtener un fin común de carácter público o social, o que exceda por su objeto del mero contrato de difusión o promoción publicitaria.

j. La venta de derechos de explotación de obras audiovisuales y de servicios de producción a terceros negociados directamente por las EC's.

k. La venta de contenido patrocinado negociado directamente por las EC's en cuya comercialización o gestión no intervenga de ninguna manera la empresa que resulte adjudicataria.

l. La venta de imágenes de archivo propiedad de las EC's.

m. La venta del *merchandising* de productos audiovisuales de los que las EC's no han adquirido titularidad.

4. TIEMPOS Y FORMATOS DE PUBLICIDAD

La regulación del tiempo dedicado a la inserción publicitaria del Grupo EITB será la establecida en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, en el Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de Desarrollo de dicha Ley en lo relativo a la comunicación comercial televisiva, en las Normas Reguladoras de Emisión de Publicidad aprobadas por el Consejo de Administración de Euskal Irrati Telebista; así como las normas reguladoras sobre emisión de publicidad vigentes en cada momento.

La distribución del tiempo y la gestión de los espacios destinados a la inserción publicitaria serán potestad exclusiva de las EC's.

5. RÉGIMEN DE EXCLUSIVIDAD "GEOGRÁFICA" EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La entidad que resulte adjudicataria quedará obligada durante el plazo de ejecución del contrato a *no gestionar ni promocionar* en cualquier soporte, espacios publicitarios de otra entidad que emita por cualquier sistema, formato o modalidad de transmisión (ondas hertzianas, cable, fibra óptica, Internet, telefonía móvil, sistemas inalámbricos, tanto en abierto como codificado, en analógico y digital) *y cuyo ámbito de cobertura alcance el territorio de la Comunidad Autónoma del País Vasco, salvo acuerdo expreso entre las partes*.

6. RETRIBUCIÓN DE LA ADJUDICATARIA

6.1 Proyección de facturación anual

A fin de facilitar la elaboración de las propuestas a los licitadores, se facilita a continuación la proyección de facturación anual y de cuñas que, en las condiciones actuales de mercado, se estima podrían llegar a obtenerse al amparo de la presente contratación:

- En relación a los servicios *"B. Comercialización de publicidad multimedia en televisión, radio e internet"*:
  - Por la venta de espacios publicitarios en Televisión:
    - Cantidad estimada: 6.200.000 euros, de los cuales 2.200.000 provendrían de clientes institucionales.
  - Por la venta de espacios publicitarios en Radio:
    - Cantidad estimada: 4.000.000 euros, de los cuales 1.500.000 provendrían de clientes institucionales.
  - Por la venta de espacios publicitarios en Internet:
    - Cantidad estimada: 400.000 euros de los cuales 200.000 provendrían de clientes institucionales.
  - En relación a los servicios "gestión, promoción y producción de cuñas publicitarias para ser emitidas en radio y soportes de internet del Grupo EITB".
    - Cantidad estimada: aproximadamente 1.000 cuñas/año, con una variabilidad anual de aproximadamente el 20%.
- En relación a los servicios *"C. Comercialización y distribución de programas y contenidos audiovisuales"*:
    - Cantidad estimada: 200.000 euros

- En relación a los servicios *"D. Comercialización y distribución de producto derivado "merchandising"*:

    - Cantidad estimada*: 300.000 euros.

    ** Una vez descontados los gastos de producción, los gastos de distribución y los gastos por otros servicios necesarios para la ejecución de este servicio.*

- En relación a los servicios *"G. Comercialización de eventos"*:

    - Cantidad estimada: 500.000 euros.

Los volúmenes de facturación señalados son meramente estimativos. Por este motivo en caso de aumento, reducción o supresión de aquéllos, el adjudicatario en ningún caso tendrá derecho alguno a reclamar ninguna indemnización o variar el precio (comisión) establecida en su oferta.

6.2 Retribución

6.2.1 Retribución por comisión

En contraprestación por los servicios descritos en la cláusula 2 letras A, B (venta de espacios publicitarios), C, D y G de la cláusula 2 del presente Pliego, la entidad que resulte adjudicataria percibirá, de acuerdo con las propuestas formuladas, una comisión sobre el volumen de facturación (excluyendo IVA y descuentos de agencia si fueran practicados) generado a las EC´s:

- Los servicios correspondientes a los trabajos identificados en la cláusula 2 letra A *"A. Plan comercial multimedia anual del Grupo EITB"* se retribuirán con cargo a las comisiones correspondientes al resto de servicios y descritas en el presente apartado 6.2.1

- Por los servicios correspondientes a los trabajos identificados en la cláusula 2 letra B *"Comercialización de publicidad multimedia en televisión, radio e internet"* las comisiones máximas a ofertar sobre el volumen de facturación (excluyendo el I.V.A. y descuentos de agencia si fueran practicados) generado serán sobre la base de tipología de anunciante las siguientes:

    A. Anunciante "institucional", Gobierno Vasco, Entidades Forales y Entidades Locales:

        i. Comercialización de publicidad en televisión: máximo 8% de comisión.
        ii. Comercialización de publicidad en radio: máximo 10% de comisión.
        iii. Comercialización de publicidad en internet: máximo 10% de comisión.

    B. Anunciante NO "institucional":

        i. Comercialización de publicidad en televisión: máximo 15% de comisión.
        ii. Comercialización de publicidad en radio: máximo 15% de comisión.
        iii. Comercialización de publicidad en internet: máximo 15% de comisión.

    Sin perjuicio de las comisiones ofertadas, la liquidación deberá practicarse de conformidad con los términos y condiciones descritos a continuación:

- ✓ Únicamente generarán comisión las facturaciones por los espacios mensajes publicitarios realmente emitidos y promovidos por mediación de la entidad que resulte adjudicataria.

- ✓ Las emisiones de anuncios y demás formas de publicidad programadas antes del inicio de la ejecución contractual en las que no haya existido intermediación por parte de la entidad que resulte adjudicataria, no generará derecho a percibir comisiones o remuneración alguna.

- ✓ Las campañas y formas de publicidad ya contratadas por intermediación de la entidad que resulte adjudicataria, y que extiendan sus efectos más allá de la duración del contrato, la adjudicataria sólo percibirá la comisión de intermediación de los anuncios y publicidad que resulten emitidos o ejecutados dentro de los dos meses siguientes al de la extinción del contrato. En este caso la comisión será abonada una vez que la facturación de las campañas y formas de publicidad haya sido cobrada por las EC´s.

- ✓ La retribución por comisión será incompatible con cualquier otro tipo de retribución o descuento adicional derivado de las mismas operaciones de promoción, intermediación y gestión objeto del presente contrato bien sea realizado por la propia adjudicataria o por cualquier subcontratista de la entidad adjudicataria.

- Por los servicios correspondientes a los trabajos identificados en la cláusula 2 letra C *"Comercialización y distribución de programas y contenidos audiovisuales"* las comisiones máximas a ofertar serán la siguientes:

  i. Comercialización, distribución y venta para redifusión de una licencia de programas o contenidos previamente contratada: máximo 10% de comisión.

     Además de contenidos propiedad de la EC, se incluyen dentro de esta tipología (comercialización, distribución y venta para redifusión de una licencia de programas o contenidos previamente contratada), los contenidos cuya titularidad pertenece a FORTA y que se acompañan al presente Pliego como documento 1.

  ii. Comercialización, distribución y venta de una nueva licencia de programas o contenidos:

     a. Si la comercialización, distribución y venta de la nueva licencia de programas o contenidos se formaliza con un cliente fuera del ámbito del estado (internacional): máximo 50% de comisión.

     b. Si la comercialización, distribución y venta de la nueva licencia de programas o contenidos se formaliza con un cliente dentro del ámbito del estado (nacional): máximo 30% de comisión

- En contraprestación a los trabajos identificados en la cláusula 2 letra D "*Comercialización y distribución de producto derivado "merchandising"*, la entidad que resulte adjudicataria percibirá una comisión sobre el volumen de ventas netas (una vez descontados *los gastos de producción, los gastos de distribución y los gastos por otros servicios* relativos a cada proyecto) de un máximo del 30%.

- Por la comercialización de publicidad estática de aquellos eventos organizados por las EC's en los que expresamente se encomiende esta prestación la comisión máxima será del 12%.

6.2.2 Retribución por importe fijo

En contraprestación por los servicios descritos en la cláusula 2 letras E y F del presente Pliego, la entidad que resulte adjudicataria percibirá un importe fijo que deberá ser facturado con una periodicidad mensual y que en ningún caso podrá superar en su cómputo anual las siguientes cuantías:

- Por los servicios técnicos de planificación publicitaria y seguimiento de campañas hasta un máximo de 500.000 euros, I.V.A. excluido.

- Por los servicios de marketing hasta un máximo de 120.000 euros, IVA excluido

6.2.3 Retribución por importe fijo + variable

En contraprestación por los servicios descritos en la cláusula 2 letra B del presente Pliego y relativos a la gestión, promoción y producción de cuñas publicitarias para ser emitidas en radio y soportes de internet del Grupo EITB), la entidad que resulte adjudicataria percibirá:

- Un importe fijo que deberá ser facturado con una periodicidad mensual y que en ningún caso podrá superar en su cómputo anual la cantidad de 60.000 euros, I.V.A. excluido.

- Un importe variable que deberá ser facturado con una periodicidad mensual y que en ningún caso podrá superar los importes siguientes:

    a. Hasta 1000 cuñas (por año de contrato): máximo 50 euros/cuña
    b. De 1001 cuñas (por año de contrato) en adelante: máximo 10 euros/cuña

7. FACTURACIÓN Y PAGO

Las EC's serán las responsables de facturar directamente a los/las clientes por las operaciones completadas por la adjudicataria.

Por su parte, las EC's, abonarán como pago a la adjudicataria la comisión ofertada en los términos y condiciones definidos en la cláusula 6 de presente Pliego, con arreglo al siguiente procedimiento:

i. La adjudicataria emitirá factura mensual correspondiente a las comisiones a aplicar a los importes netos de (a) publicidad facturada en dicho mes por cada una de las EC's (b) comercialización y distribución de programas y contenidos audiovisuales y (c) comercialización y distribución de producto derivado "*merchandising*" obtenidas en el periodo de facturación correspondiente.

ii. Las EC's revisarán que el cálculo sea ajustado a la oferta formulada, acordando con la entidad que resulte adjudicataria las oportunas rectificaciones o correcciones que pudieran corresponder.

Sin perjuicio de lo anterior, a lo largo de los periodos naturales de vigencia en la contratación, se practicará una liquidación trimestral en forma de nuevas facturas o abonos por los siguientes conceptos:

- Correcciones en volúmenes de facturación efectivamente realizadas en dicho periodo.

- Ajustes correspondientes a las facturas pendientes de cobro en plazo superior a los 120 días respecto a fecha prevista de cobro.

  En este caso, la adjudicataria deberá restituir en forma de abono la comisión pagada por las EC´s. Dicha comisión será de nuevo abonada a la entidad adjudicataria en el caso de que la factura fuera finalmente cobrada.

- Ajustes en las comisiones facturadas por la empresa que resulte adjudicataria, consecuencia de abonos realizados a cliente, reparos, no emisión a conformidad, etc.

La adjudicataria perderá el derecho a la comisión si cualquiera de las EC's acredita que los actos u operaciones por esta realizadas, no han sido satisfechas por circunstancias no imputables a las EC's. En tal caso, la comisión que hubiera percibido la adjudicataria a cuenta del acto u operación pendiente de ejecución deberá ser restituida inmediatamente a las EC's.

8. EJECUCIÓN DEL SERVICIO

8.1 Condiciones Generales

8.1.1 Principios de ejecución del servicio

La adjudicación y ejecución del contrato no afectará al carácter de servicio público que presta el Grupo EITB, ni al régimen de gestión directa establecido en el ordenamiento jurídico vigente.

La actuación de la adjudicataria deberá ajustarse a las normas y disposiciones de creación de tanto EITB como del resto de entidades que conforman el Grupo EITB.

Además, la adjudicataria deberá prestar el servicio objeto de la presente contratación de conformidad con lo previsto en la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, en el Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de Desarrollo en lo que no contradiga la citada Ley, en las Normas Reguladoras de Emisión de Publicidad aprobadas por el Consejo de Administración de EITB; así como las normas reguladoras sobre emisión de publicidad vigentes en cada momento.

Para la correcta ejecución del contrato, las partes coordinarán la promoción y venta de espacios publicitarios con el/la responsable de las EC's. Esta coordinación tendrá por finalidad la mejora en la prestación del servicio en áreas referentes a, por ejemplo, gestión de los espacios publicitarios y requerirá la permanente comunicación entre la entidad que resulte adjudicataria y las EC's, siendo siempre preferente la venta de espacios publicitarios que contemplen las mejores condiciones económicas para las EC's.

A tal efecto, las EC's realizarán las tareas de gestión y planificación de las campañas por lo que la entidad que resulte adjudicataria deberá facilitar con suficiente antelación la

información detallada de las campañas comercializadas así como asegurarse del envío de las órdenes de compra y la entrega de materiales por parte de los anunciantes del Grupo EITB.

Asimismo, las tarifas de venta de publicidad y del resto de servicios serán fijadas por el Grupo EITB conforme a precios que en cada momento determine.

8.1.2 Dirección y supervisión del Servicio

Todas las prestaciones a realizar por la entidad que resulte adjudicataria se ejecutarán con sometimiento estricto a las instrucciones y órdenes que, al efecto, se señalen por las EC's bien por medio del/la Responsable del contrato o bien por el órgano que se designe, en relación con el contenido, calidad y tiempo de emisión de los espacios publicitarios, careciendo la entidad que resulte adjudicataria de autonomía alguna de decisión final.

8.1.3 Responsabilidades

La ejecución del contrato se realizará a riesgo y ventura de la adjudicataria, que será la responsable de todos los perjuicios de cualquier naturaleza que sean causados a terceras personas físicas o jurídicas por su personal, por sus medios técnicos o como consecuencia de los trabajos.

La adjudicataria deberá responder de cualquier responsabilidad que derive los trabajos realizados al amparo del presente servicio, respondiendo frente a terceros de cualquier reclamación que, por tal concepto, se pudiera dirigir contra el Grupo EITB.

8.2 Condiciones particulares

8.2.1 Normativa aplicable

La adjudicataria deberá dar debido cumplimiento a todas las Leyes, reglamentos, ordenanzas, y regulaciones emanadas de cualquier autoridad pública relacionada con la ejecución de las prestaciones contratadas.

Asimismo, la contratación de publicidad para los distintos medios de comunicación de del Grupo EITB, es decir, televisión, radio, internet, TDT interactiva se regirá por lo dispuesto en la legislación comunitaria, estatal y autonómica que resulte de aplicación, por las Normas Reguladoras de Emisión de Publicidad aprobadas por el Consejo de Administración de EITB y por las condiciones establecidas en el presente Pliego.

Las EC's se reservan en cualquier caso la facultad de rechazar el cumplimiento de cuantas operaciones comerciales sean promovidas por la entidad adjudicataria cuando fueran contrarias a las normas y condiciones previstas o a la legislación vigente en cada momento, o cuando así lo estimen las EC's por motivos justificados, comunicando a la entidad adjudicataria el motivo del rechazo, sin necesidad de abonar ninguna compensación a la adjudicataria o a terceros, ni generando en tal caso a la adjudicataria derecho a percibir comisión alguna por tales ventas rechazadas.

8.2.2 Modalidades publicitarias

La publicidad emitida por los medios será la denominada *convencional* o *especial*.

Se entenderá por *convencional* la publicidad emitida en los espacios de programación, tanto de radio como de televisión, incluyendo la que se incluya en las páginas web.

Por el contrario, se entenderá por publicidad *especial*, aquella que provenga de patrocinios, *estática*, intercambios, televenta, sobreimpresiones y otras formas de publicidad de naturaleza similar.

La adjudicataria deberá, en la medida de sus posibilidades, promover entre anunciantes y agencias, la emisión de publicidad en euskera.

9. OBLIGACIONES

9.1 Obligaciones de la adjudicataria

Para la correcta prestación de los servicios, la adjudicataria deberá dar debido cumplimiento a las siguientes obligaciones:

1. Llevar a cabo las prestaciones objeto del contrato utilizando para tal fin sus mejores conocimientos, experiencia y recursos.

2. Comunicar a las EC's toda la información de que disponga, cuando sea necesaria para la buena gestión de los actos u operaciones cuya promoción se le ha encomendado, así como, en particular, la relativa a la solvencia de los terceros con los que existan operaciones pendientes de conclusión o ejecución.

3. Desarrollar su actividad con arreglo los pliegos y, en su caso, indicaciones trasladadas por las EC´s, siempre que no afecten a su independencia.

4. Llevar una contabilidad independiente de los actos u operaciones realizadas en ejecución del contrato.

5. La adjudicataria solo podrá promover y, en el supuesto de que esté autorizado de conformidad con el apartado 2. anterior, concluir ventas con clientes cuando concurra en estas operaciones la circunstancia de que el precio ofertado se corresponda con el que figure en las tarifas y condiciones que el Grupo EITB tenga aprobadas en cada momento para regir las ventas de sus espacios publicitarios, que serán remitidas a la entidad adjudicataria y que se ajustarán a las condiciones generales de contratación de publicidad del Grupo EITB.

6. La adjudicataria, a través de su Responsable del Contrato, estará obligada a facilitar todo tipo de información y a seguir las directrices establecidas por el Responsable del Contrato designado por las EC's.

7. Las EC's en cualquier momento podrán solicitar información de las gestiones realizadas por la adjudicataria en el plano de la promoción.

   Así las cosas, la adjudicataria deberá informar a las EC's de la manera más precisa y clara posible a través de la elaboración y entrega de un informe de gestión mensual donde se determinen, al menos, los siguientes aspectos:

   - ✓ Evolución mensual de la facturación.
   - ✓ Nuevos acuerdos susceptibles de ser adoptados.
   - ✓ Propuestas en curso y propuestas desestimadas del período del informe.

8. Las EC's se reservan la facultad de suspender o cancelar cualesquiera trabajos que la adjudicataria realice en relación con el objeto del contrato sin que de ello pueda derivar compensación.

9. Cualquier acción comercializadora que promueva la adjudicataria al amparo de la presente contratación deberá ser realizada de conformidad con las instrucciones y pautas informadas por las EC's.

10. La adjudicataria deberá asegurar a las EC's, la recepción de todos aquellos materiales de grafismos, creatividades y documentación necesaria con la antelación necesaria para la correcta implementación de campañas especiales que impliquen la intervención de los equipos del Grupo EITB, para la integración de las mismas.

11. Será por cuenta de la adjudicataria la gestión de cobro de las operaciones objeto del presente contrato.

12. Realizar ante el anunciante cuantas gestiones sean necesarias para garantizar el pago por parte de éste a las EC's del importe correspondiente a la publicidad emitida y que no hubiese sido abonada en la fecha de vencimiento. A este fin, la empresa que resulte adjudicataria recibirá, cuando proceda, un listado con los saldos pendientes de cobro a una fecha determinada.

13. Atender al pago de cuantos impuestos, arbitrios, derechos y tasas, tanto estatales como de las administraciones autonómica o local, graven, en su caso, la prestación del servicio.

14. Responder de aquellos daños o perjuicios que por la inadecuada prestación del servicio puedan sufrir tanto el Grupo EITB como terceras partes afectadas, siempre y cuando dichos perjuicios sean imputables a aquel.

15. Utilizar las marcas comerciales, los nombres registrados, rótulos y otros símbolos del Grupo EITB sólo y a los únicos efectos de identificar los productos objeto del contrato y en interés exclusivo de las EC's.

    A tal efecto la adjudicataria no podrá en ningún caso registrar ni solicitar el registro de ningún nombre, marca o símbolo semejante a los que identifican al Grupo EITB de forma que induzcan a confusión. La adjudicataria comunicará a las EC's cualquier incidencia que pueda afectar a las marcas y signos distintivos de ésta.

9.2 Obligaciones de las EC's.

En el desarrollo del contrato, las EC's asumirán con la entidad que resulte adjudicataria, además de las dispuestas en el PCAP, las siguientes obligaciones:

1. Satisfacer la remuneración pactada en el contrato de acuerdo con lo previsto en el presente Pliego.

2. Remitir a la adjudicataria, con la mayor antelación posible, la parrilla de programación de los canales del Grupo EITB, siempre que ello sea posible.

3. Remitir a la adjudicataria las tarifas de precios y demás información que pueda necesitar ésta para el cumplimiento de sus obligaciones, sin perjuicio de su obligación de conocerlas, así como cualquier modificación que pudiera darse al respecto.

4. Celebrar con la adjudicataria cuantas reuniones fueran precisas, a petición de cualquiera de las partes, en las que sus respectivos responsables acordarán las

estrategias de comercialización a desarrollar por la adjudicataria en la ejecución del servicio objeto del contrato.

5. Prestar a la adjudicataria el apoyo y servicios que sean necesarios para el cumplimiento del objeto del contrato, con la disponibilidad y tiempo adecuado.

10. RECURSOS REQUERIDOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

10.1 Recursos técnicos

10.1.1 Por cuenta de la adjudicataria

Para la correcta prestación del servicio la entidad que resulte adjudicataria deberá contar con, al menos, los siguientes medios técnicos:

a. Delegación física en la CAE dotada de los recursos técnicos y humanos definidos en el presente Pliego como mínimos para la correcta prestación del servicio.

b. Equipamiento informático compatible con las herramientas software desarrolladas por el Grupo EITB para la gestión del servicio:

   i. Software "SIIC" (o el que le pudiera sustituir), para la gestión comercial y de la planificación publicitaria y del seguimiento de campañas.

   ii. Software para el visionado de los vídeos de emisión.

   iii. Software "CITRIX" para el acceso remoto a los servidores del Grupo EITB.

10.1.2 Por cuenta del Grupo EITB

Por cuestiones de coordinación las EC's pondrán a disposición de la entidad que resulte adjudicataria hasta un máximo de:

- UN (1) espacio diferenciado de trabajo en su sede de Miramon donde, en su caso, pudieran llegar a prestarse trabajos objeto de la presente contratación.

- UN (1) espacio diferenciado de trabajo en su sede de Gasteiz donde, en su caso, pudieran llegar a prestarse trabajos objeto de la presente contratación.

Dichos espacios contarán con la siguiente dotación de medios que utilizarán en exclusiva para este contrato:

- Mesa y silla.
- Impresora.
- Línea fija de teléfono y acceso a internet / intranet.

10.2 Recursos Profesionales

10.2.1 Condiciones Generales

El personal destinado por la adjudicataria a la prestación del servicio dependerá exclusivamente de la adjudicataria (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 adjudicataria (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 adscrito a la ejecución del contrato, sin perjuicio de la verificación por parte de las Entidades Contratantes del cumplimiento de aquellos requisitos.

2. La entidad que resulte adjudicataria (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 las Entidades Contratantes.

3. La entidad que resulte adjudicataria (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. La entidad que resulte adjudicataria (contratista) deberá designar al menos una persona coordinadora o responsable, perteneciente a su plantilla de personal, que tendrá entre sus obligaciones las siguientes:

   a. Actuar como interlocutora de la entidad adjudicataria (contratista) frente a las Entidades Contratantes, canalizando la comunicación entre la empresa contratista y el personal integrante del equipo de trabajo adscrito al contrato, de un lado, y las Entidades Contratantes, 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. Organizar el régimen de vacaciones del personal adscrito a la ejecución del contrato, debiendo a tal efecto coordinarse adecuadamente la contratista con las Entidades Contratantes, a efectos de no alterar el buen funcionamiento del servicio.

   e. Informar a las Entidades Contratantes acerca de las variaciones, ocasionales o permanentes, en la composición del equipo de trabajo adscrito a la ejecución del contrato.

   f. Garantizar que mientras las personas adscritas a la ejecución del servicio objeto de la presente contratación se encuentren en alguno de los Centros de las

Entidades Contratantes éstas cumplan con las normas de seguridad de las Entidades Contratantes 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 que resulte adjudicataria (contratista) de las obligaciones asumidas en virtud de esta cláusula, las Entidades Contratantes fueran condenadas al pago de cantidades con carácter solidario con la empresa contratista, se repercutirá en ésta la suma satisfecha, a cuyos efectos las Entidades Contratantes se reservan el ejercicio de cualesquiera acciones, administrativas o judiciales, que sean adecuadas y convenientes hasta la total recuperación de las cantidades pagadas.

10.2.2 Condiciones particulares

Concretamente, para la correcta prestación de los servicios objeto de la presente contratación, la adjudicataria deberá contar con, al menos, el siguiente equipo profesional:

- DOS (2) profesionales "responsables/coordinadores/as" del servicio.

  Con el objeto de coordinar y supervisar los servicios contratados, la entidad que resulte adjudicataria deberá nombrar, al menos, DOS (2) profesionales que de acuerdo con lo señalado en la cláusula anterior asuman las funciones dentro de las áreas señaladas a continuación de interlocución y coordinación del servicio:

  - ✓ UN/A (1) responsable/coordinador/a del servicio del área de comercialización y marketing.

    Este/a profesional será quien asuma, de acuerdo con lo señalado en el apartado anterior, la interlocución vinculada con siguientes los trabajos:

    i. El Plan Comercial Multimedia anual
    ii. Los servicios de comercialización multimedia en los soportes de televisión, radio e internet.
    iii. Los servicios de marketing.

    Para el correcto desempeño de sus funciones el/la profesional deberá contar con, al menos, la siguiente cualificación:

    - ✓ Titulación universitaria.
    - ✓ Más de 5 años de experiencia en los últimos 10 años como responsable de un equipo comercial de servicios de comercialización de publicidad en medios de comunicación.

  - ✓ UN/A (1) responsable/coordinador/a del servicio del área de planificación.

    Este/a profesional será quien asuma, de acuerdo con lo señalado en el apartado anterior, la interlocución vinculada con siguientes los trabajos:

    i. Servicios técnicos de planificación publicitaria y seguimiento de campañas.

    ii. La comercialización y distribución de programas y contenidos audiovisuales.

iii. La comercialización y distribución de producto derivado "merchandising".

Para el correcto desempeño de las funciones descritas el/la profesional deberá contar con, al menos, la siguiente cualificación:

- ✓ Titulación universitaria.
- ✓ Más de 5 años de experiencia en los últimos 10 años como responsable de equipos de planificación publicitaria y seguimiento de campañas.
- ✓ Más de 5 años de experiencia en los últimos 10 años como responsable de comercialización y distribución de programas y contenidos audiovisuales.
- ✓ Más de 5 años de experiencia en los últimos 10 años como responsable de comercialización y distribución de producto derivado "merchandising".

Las funciones de coordinación y supervisión de los servicios contratados deberán garantizarse en régimen de 365 días x 24 horas través de un correo electrónico y un teléfono de contacto para gestionar cualquier aspecto del contrato.

Los/as responsables del servicio deberán tener la autonomía y capacidad de gestión y decisión suficiente para garantizar una rápida respuesta ante cualquier incidencia, consulta o necesidad de las EC's en relación a todos los aspectos del contrato.

Uno/a de los/las responsables/coordinadores/as del servicio deberá de tener presencia física en las instalaciones de las EC´s.

Se reunirán periódicamente (según la periodicidad marcada por el responsable del servicio de las EC's) para tratar todos los aspectos del servicio y ambos reportarán y coordinarán el servicio en atención a las reuniones que se mantengan con el responsable de servicio de las EC's.

El servicio de interlocución se entenderá incluido dentro del precio del contrato.

- DOS (2) jefes/as responsables multimedia de publicidad y marketing comercial

Con el objeto de coordinar y supervisar los servicios relativos a la contratación, el adjudicatario deberá nombrar (2) DOS jefes/as responsables multimedia de publicidad y marketing comercial, con dedicación en exclusiva a la ejecución de este servicio.

- ✓ UN/A (1) jefe/a responsable comercial multimedia (televisión, radio e internet).

- ✓ UN/A (1) jefe/a responsable marketing comercial multimedia (televisión, radio e internet)

Estos/as (2) profesionales deberán asumir, al menos, las siguientes funciones:

- ✓ Diseño de estrategias comerciales en función del Plan Comercial.
- ✓ Diseño de estrategias de marketing para elaboración de argumentarios comerciales.

- ✓ Generación de propuestas comerciales y coordinación de los equipos comerciales.
- ✓ Seguimiento y control de las gestiones comerciales.
- ✓ Elaboración de los informes semanales de seguimiento del servicio.

Las funciones de coordinación y supervisión de los servicios contratados deberán garantizarse en régimen de 365 días x 24 horas a través de un correo electrónico y un teléfono de contacto para gestionar cualquier aspecto de los servicios.

Para el correcto desempeño de sus funciones ambos/as profesionales deberán contar con, al menos, la siguiente cualificación:

- ✓ Más de 10 años de experiencia en los últimos 15 años como responsables de un equipo comercial en servicios de comercialización de publicidad en radio, televisión y/o internet.

- ✓ Capaz de comunicarse en los dos idiomas oficiales de la CAE (euskera y castellano).

- OCHO (8) comerciales para publicidad multimedia

  Con el objeto de ejecutar los servicios relativos a la contratación, la entidad que resulte adjudicataria deberá disponer de, al menos, (8) OCHO comerciales para publicidad multimedia con dedicación en exclusiva a la ejecución de este servicio.

  Para el correcto desempeño de los trabajos a desarrollar estos/as profesionales deberán contar con, al menos, la siguiente cualificación:

  - ✓ SEIS (6) profesionales con al menos 5 años experiencia en los últimos 10 años como comerciales en servicios de comercialización de publicidad en radio, televisión y/o internet.

  - ✓ Al menos el 50% capaces de comunicarse en los dos idiomas oficiales de la Comunidad Autónoma (euskera y castellano).

- UN/A (1) comercial para comercialización y distribución de programas y contenidos audiovisuales.

  Con el objeto de ejecutar los servicios relativos a la contratación, el adjudicatario deberá disponer de al menos (1) UN/A comercial para comercialización y distribución de programas y contenidos audiovisuales.

  Para el correcto desempeño de los trabajos a desarrollar este/a profesional deberá contar con, al menos, la siguiente cualificación:

  - ✓ Más de 5 años de experiencia en los últimos 10 años en comercialización y distribución de programas, contenidos audiovisuales y producto derivado.

  - ✓ Capaz de comunicarse en los dos idiomas oficiales de la Comunidad Autónoma (euskera y castellano).

- UN/A (1) comercial para comercialización y distribución de producto derivado "merchandising".

Con el objeto de ejecutar los servicios relativos a la contratación, el adjudicatario deberá disponer de al menos (1) UN/A comercial para comercialización y distribución de producto derivado "merchandising".

Para el correcto desempeño de los trabajos a desarrollar este/a profesional deberá contar con, al menos, la siguiente cualificación:

- ✓ Más de 5 años de experiencia en los últimos 10 años en comercialización y distribución de producto derivado "merchandising.
- ✓ Capaz de comunicarse en los dos idiomas oficiales de la Comunidad Autónoma (euskera y castellano).

- NUEVE (9) profesionales especialistas en planificación publicitaria en televisión, radio e internet:

  Con el objeto de ejecutar los servicios relativos a la contratación, el adjudicatario deberá disponer de, al menos, (9) NUEVE profesionales especialistas en planificación publicitaria en televisión, radio e internet con dedicación en exclusiva a la ejecución de este servicio.

  Para el correcto desempeño de los trabajos a desarrollar estos/as profesionales deberán contar con, al menos, la siguiente cualificación:

  - ✓ SEIS (6) de estos profesionales con más de 2 años de experiencia en los últimos 5 años en planificación publicitaria en televisión, radio y/o internet.
  - ✓ Al menos el 50% capaces de comunicarse en los dos idiomas oficiales de la Comunidad Autónoma (euskera y castellano).

  Uno de estos profesionales realizará labores de coordinación técnica entre las EC's y la Entidad Adjudicataria, para lo cual deberá asistir a las reuniones diarias habilitadas a tal efecto.

- UN/A (1) profesional para la coordinación de acciones especiales.

  Con el objeto de ejecutar los servicios relativos a la contratación, el adjudicatario deberá disponer de, al menos, (1) UN/A profesional especialista en trabajos de coordinación con las EC's todas las acciones de publicidad no convencional con dedicación en exclusiva a la ejecución de este servicio.

  Para el correcto desempeño de los trabajos a desarrollar este/a profesional deberán contar con, al menos, la siguiente cualificación

  - ✓ Más de 5 años de experiencia en los últimos 10 años en servicios de marketing de programas, contenidos y productos audiovisuales.

- DOS (2) profesionales especialistas en servicios de marketing.

  Con el objeto de ejecutar los servicios relativos a la contratación, el adjudicatario deberá disponer de al menos (2) DOS profesionales especialistas en servicios de marketing con dedicación en exclusiva a la ejecución de este servicio.

  Para el correcto desempeño de los trabajos a desarrollar este/a profesional deberán contar con, al menos, la siguiente cualificación:

- ✓ Más de 2 años de experiencia en los últimos 5 años en servicios de marketing de programas, contenidos y productos audiovisuales.

- ✓ Al menos el 50% capaces de comunicarse en los dos idiomas oficiales de la Comunidad Autónoma (euskera y castellano).

10.2.3 Cambios en los equipos asignados al servicio

Los cambios de personal en el equipo puestos a disposición del servicio únicamente podrán realizarse por profesionales con calificación igual o superior a los propuestos en la oferta. La entidad que resulte adjudicataria deberá garantizar que tras la adjudicación, los equipos puestos a disposición del servicio se corresponden con los propuestos en la oferta.

En el caso de cambio de personal, el nuevo personal que se asigne al servicio deberá recibir sin coste alguno una formación "*in situ*" de, al menos, 5 jornadas de trabajo en el turno en el que se vaya a incorporar.

En todo caso, cuando la actuación del personal y/o conocimientos resulten inadecuados, negligentes, o insuficientes para la realización de los trabajos objetos del presente servicio la entidad que resulte Adjudicataria deberá proceder a su inmediata sustitución.

11. SEGUIMIENTO DEL SERVICIO

La adjudicataria deberá informar periódicamente a las EC's de las gestiones llevadas a cabo en el desarrollo de su actividad contractual.

Para ello se desarrollarán las siguientes reuniones de seguimiento del servicio contratado:

1. En relación al contrato en su conjunto:

   - Reuniones mensuales para el seguimiento general del servicio.

2. En relación con los servicios comerciales y de marketing:

   - Reuniones semestrales para la presentación y seguimiento del Plan comercial multimedia anual

   - Reuniones semanales para seguimiento de las gestiones llevadas a cabo por todo el equipo y generación de nuevas propuestas.

3. En relación a la comercialización y distribución de programas y contenidos audiovisuales:

   - Reuniones mensuales para el seguimiento particular de este servicio.

4. En relación a la comercialización y distribución de producto derivado "*merchandising*":

   - Reuniones mensuales para el seguimiento particular de este servicio.

5. En relación con los servicios técnicos de planificación publicitaria y seguimiento de campañas:

- Reuniones matinales y de tarde de coordinación técnica del servicio.

- Reuniones semanales de seguimiento del servicio.

En relación a las reuniones a realizar, con excepción de las reuniones matinales y de tarde de los servicios técnicos de planificación publicitaria y seguimiento de campañas, la entidad adjudicataria deberá:

- Entregar previa a la reunión y con una antelación mínima de dos días, un Informe de Seguimiento. El modelo de Informe para cada una de las tipologías de reunión deberá ser validado por las EC's.

- La entidad que resulte adjudicataria levantará acta de la reunión. El modelo de Acta para cada una de las tipologías de reunión deberá ser validado por las EC's.

Asimismo, la empresa que resulte adjudicataria deberá igualmente participar en aquellas reuniones que se convoquen puntualmente para orientar e impulsar la gestión de comercialización de los medios o por otros asuntos relacionados con el contrato.

12. SEGUIMIENTO Y ACREDITACIÓN EN MATERIA LABORAL, SEGURIDAD SOCIAL Y DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Para el seguimiento y acreditación de las obligaciones en materia laboral, seguridad social y de seguridad y salud en el trabajo prevista en la presente contratación las EC's proporcionarán a la contratista el acceso a la plataforma "Koordinatu".

Esta plataforma ha sido habilitada para el intercambio *on-line* de la documentación correspondiente al cumplimiento de las obligaciones en materia laboral, seguridad social y de seguridad y salud en el trabajo inherentes en la ejecución del contrato.

A tal efecto, una vez habilitado el acceso a "Koordinatu", la contratista tendrá la obligación de transferir, en el plazo indicado por la propia plataforma, la documentación solicitada y en especial la relativa a:

- Listado de trabajadores adscritos a la prestación del servicio.
- Certificados varios de la Seguridad Social (ITA, TC1, TC2, etc.)
- Certificados varios relativos al cumplimento de obligaciones en materia de prevención, seguridad en el trabajo (Identificación de riesgos, formación específica, certificados aptitud, etc.)
- Certificados de varios.

Si la entidad que resulte adjudicataria (y por tanto contratista), subcontrata parte de la ejecución del servicio contratado, deberá exigir a las entidades subcontratadas los justificantes de las obligaciones anteriores y entregarlos en los mismos términos en la plataforma "Koordinatu".

13. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR LAS CANDIDATAS

Las candidatas deberán de acuerdo con lo dispuesto en la cláusula 24 de las cláusulas específicas del PCAP.

13.1 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.

13.2 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.

DOCUMENTO 1: contenidos titularidad FORTA

TELEVISIONES AUTONOMICAS COTITULARES	TITULO
CSUR/TVAM/TVV/TVG/ETB	"CLARA "
CSUR/TVAM/TVV/TVG/ETB	"PLENO AL QUINCE"
CSUR/TVAM/TVV/TVG/ETB	"OTRA CIUDAD"
CSUR/TVAM/TVV/TVG/ETB	"CONDENADO A VIVIR"
CSUR/TVAM/TVV/TVG/ETB	"PASION ADOLESCENTE"
CSUR/TVAM/TVV/TVG/ETB	"AL ALCANCE DE SU MANO"
CSUR/TVC/TVAM/TVV/TVG/ETB	"MI HIJO ARTURO"
CSUR/TVAM/TVV/TVG/ETB	"LAZOS DE SANGRE"
CSUR/TVAM/TVV/TVG/ETB	"MARIA LA PORTUGUESA"
CSUR/TVC/TVAM/TVV/TVG/ETB	"ASALTO INFORMÁTICO"
CSUR/TVAM/TVV/TVG/ETB	"EL HARÉN DE ANIBAL"
CSUR/TVAM/TVV/TVG/ETB	"ENTRE BATEAS" (*)
CSUR/TVC/TVAM/TVV/TVG/ETB/TVPC	"¿DÓNDE ESTÁ?"
CSUR/TVC/TVAM/TVV/TVG/ETB/TVPC	"LA COMPASIÓN DEL DIABLO"
CSUR/TVC/TVAM/TVV/TVG/ETB/TVPC	"ACOSADA"
CSUR/TVC/TVAM/TVV/TVG/ETB/TVPC	"LA NOCHE DEL ESCORPIÓN"
CSUR/TVC/TVAM/TVV/TVG/ETB/TVPC	"ENTRE CIENFUEGOS"
CSUR/TVC/TVAM/TVV/TVG/ETB/TVPC	"AUTOPSIA"
CSUR/TVC/TVAM/TVV/TVG/ETB/TVPC	"SALVAJE" (**)

CSUR: CANAL SUR TELEVISIÓN, S.A.
TVC: TELEVISIÓ DE CATALUNYA, S.A.
TVAM: TELEVISIÓN AUTONOMÍA MADRID, S.A.
TVV: TELEVISION AUTONÓMICA VALENCIANA, S.A.
TVG: TELEVISIÓN DE GALICIA, S.A.
ETB: EUSKAL TELEBISTA-TELEVISIÓN VASCA, S.A.
TVPC: TELEVISIÓN PÚBLICA DE CANARIAS, S.A.

(*) Según Contrato de fecha 1 de septiembre de 2001, suscrito entre COSTA OESTE PRODUCCIÓNS, S.A., de una parte; y CSUR, TVAM, TVV, TVG y ETB, de otra, y de conformidad con lo dispuesto en la Estipulación DUODÉCIMA, existe un reparto de los beneficios obtenidos única y exclusivamente por la comercialización de los derechos internacionales de la Tv. Movie "Entre bateas", consistente en el reparto de los beneficios resultantes de las comercializaciones internacionales al cincuenta por ciento (50%) entre COSTA OESTE y las TVAS firmantes del citado contrato.

(**) Según Contrato de fecha 15 de febrero de 2003, suscrito entre AXN CHANNEL ESPAÑA, S.L. y FORTA, aquélla ostenta los derechos de licencia de la Tv. Movie "Salvaje" por Televisión No Estándar en los territorios de España, Andorra y Portugal, por un período de dos (2) años que comenzará a contar desde el día 1 de noviembre de 2003, salvo que este inicio se retrase por retraso en la entrega de materiales, ampliándose pues consecuentemente el período de licencia.