PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE ASESORÍA COMERCIAL Y PUBLICITARIA
MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO



EXPEDIENTE: 2026.32

23/03/2026 (Versión 0)

INDICE

1. ANTECEDENTES 3
2. OBJETO 4
3. ALCANCE 4
4. LÍNEAS DE ACTUACIÓN 4
   4.1 TARIFAS 4
   4.2 COMERCIALIZACIÓN Y CARTERA COMERCIAL 4
   4.3 IMPLANTACIÓN DE MÉTRICA CPM Y CROSS MEDIA 5
5. METODOLOGÍA DE TRABAJO 6
6. INFORMES A ENTREGAR 6
7. MEDIOS HUMANOS 7
   7.1 CONDICIONES GENERALES 7
   7.2 CONDICIONES PARTICULARES 9
8. EJECUCIÓN DEL SERVICIO 9
9. SEGUIMIENTO Y ADREDITACIÓN EN MATERIA LABORAL, SEGURIDAD SOCIAL Y DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO 9
10. FACTURACIÓN 10
11. PENALIZACIONES 10
12. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR LAS ENTIDADES LICITADORAS 10
   12.1 SOBRE C.- DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN VALORADOS MEDIANTE JUICIO DE VALOR 10
   12.2 SOBRE B.- DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LA OFERTA EVALUABLE AUTOMÁTICAMENTE A TRAVÉS DE FÓRMULAS 11

1. ANTECEDENTES

Euskal Irrati Telebista – Radio Televisión Vasca (en lo sucesivo, EITB) es un Ente público de derecho privado (dependiente del Gobierno Vasco) creado en 1982 por el Parlamento Vasco para atender la demanda que desde la sociedad se hizo llegar a los poderes públicos consistente en crear existencia de un grupo de comunicación audiovisual propio, de carácter público, al amparo del artículo 19 del Estatuto de Autonomía.

El objetivo de EITB, desde su creación hasta el día de hoy, no ha sido otro que el de velar por la defensa de la libertad de expresión, el derecho a la libre comunicación y el impulso en la normalización del uso del euskera, todo ello de acuerdo con las exigencias de una sociedad democrática y plural.

EITB también opera a través de la sociedad EITB MEDIA de la que ostenta el 100 por cien de participación y que aglutina todos sus medios de televisión, radio e internet.El conjunto de entidades, comprendiendo al Ente y la citada Sociedad Anónima, es lo que viene a identificarse con la denominación de "Grupo EITB" (en lo sucesivo, Grupo EITB).

El presupuesto de explotación anual de EITB se establece en base a un régimen financiero de carácter mixto que combina, por un lado, la aportación pública (establecida en el Contrato Programa) y la financiación propia del medio, que depende fundamentalmente de los ingresos que genera mediante la publicidad. Este modelo de financiación público-privada constituye una solución eficiente al sufragar parte del coste público mediante los ingresos propios que genera EITB

Actualmente, el Grupo EITB afronta un momento crucial en el que ha de tomar decisiones estratégicas (Estrategia 2030) que marcarán su actividad en los próximos años, y entre las que se encuentra la necesidad de conseguir un equilibrio que permita cumplir el cometido como medio audiovisual público, seguir ofreciendo contenidos de la máxima calidad, pero siempre dentro del marco de una administración prudente y razonable de los recursos y con la excelencia como objetivo en la gestión.

Actualmente el mercado audiovisual se encuentra en un contexto de cambio y adaptación de los medios (especialmente los públicos), por lo que la estrategia de comercialización y la consolidación de los ingresos publicitarios permite la sostenibilidad en este ámbito.

La situación del sector audiovisual ha provocado que en la Estrategia 2023 la *Acción Comercial Transversal* sea una de las doce prioridades que ha de guiar a la EC en su operatividad. Esta prioridad se concreta en diferentes líneas de acción, entre las que destaca: *Impulsar la publicidad en el ámbito digital.* Para ello, se establecen diferentes objetivos, tales como mejorar la eficacia comercial de la TV lineal, reforzar el valor del inventario publicitario o preparar la transición hacia un modelo de venta cross media (TV lineal + digital), entre otros.

De todo lo expuesto surge la necesidad de concertar un servicio asesoramiento comercial y publicitario que permita llevar a cabo la consecución de la prioridad y la línea de acción, junto con los objetivos expuestos.

2. OBJETO

El presente pliego tiene por objeto fijar las condiciones técnicas que regirán la contratación de un servicio de asesoramiento comercial y publicitario en televisión para EITB MEDIA, S.A.U. (en adelante **EITB MEDIA, Entidad Contratante** o **EC** indistintamente).

A tal efecto, la prestación de los servicios 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 en el correspondiente Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (en adelante, **PCAP**), relativas a la presente contratación, de los que se derivan los derechos y obligaciones de las partes contratantes.

3. ALCANCE

Mediante el presente servicio se pretende acompañar a la EC como asesor estratégico y técnico con el objetivo de:

- Mejorar la eficacia comercial de la TV lineal.
- Reforzar el valor del inventario publicitario.
- Mejorar el control de condiciones comerciales.
- Introducir progresivamente la venta a CPM.
- Preparar la transición hacia un modelo de **venta cross media (TV lineal + digital)**.

4. LÍNEAS DE ACTUACIÓN

El servicio que se ha de desarrollar se estructura en las siguientes líneas de actuación definidas:

4.1 Tarifas

Objetivos por conseguir:

- Alinear las tarifas con audiencias reales.
- Expresar el precio en lógica CPM (Total Individuos 4+ como base).
- Mejorar eficiencia por targets (A+16, RCH).
- Racionalizar descuentos.
- Diferenciar inventario premium vs. estándar.
- Estructurar acciones especiales (lineal y combinadas con digital).

Labores a desarrollar:

- Revisión y redefinición de estructura tarifaria.
- Clasificación del inventario (premium / estándar).
- Definición de tratamiento específico de:
  - Espacios posicionados.
  - Programas líderes.
- Diseño de guía de precios para acciones especiales.
- Integración lógica TV lineal + digital en propuestas especiales.

4.2 Comercialización y Cartera Comercial

Objetivos por conseguir:

- Mejorar el control de condiciones comerciales.
- Equilibrar descuentos y precios efectivos.
- Optimizar el uso del inventario.
- Introducir progresivamente el CPM como referencia común.
- Disponer de análisis anual completo (hasta dic 2025).

Labores a desarrollar:

- Completar análisis de comercialización hasta cierre anual.
- Desarrollo de herramienta operativa de control comercial:
  - Control de precios mínimos.
  - Control de condiciones cualitativas.
  - Homogeneización de descuentos por anunciante.
- Sistema de seguimiento de campañas:
  - Comparación condiciones pactadas vs. resultados.
  - Detección de desviaciones.
  - Apoyo a optimización final.
- Traducción sistemática de condiciones comerciales a CPM.
- Formación pedagógica interna sobre lógica CPM. (*Esta labor se desarrollará en coordinación con las labores de formación especificadas en el Punto 4.3 C)*

Documentación a entregar en este apartado, una vez realizadas las labores indicadas:

- Diseño funcional de herramienta de control comercial.
- Estructura de seguimiento de campañas.
- Manual de uso para equipos comerciales y control.

La entidad Adjudicataria deberá entregar la documentación indicada en un plazo de SEIS (6) meses, contando desde el día siguiente a la fecha de inicio del contrato.

4.3 Implantación de Métrica CPM y Cross Media

Objetivos por conseguir:

- Introducir progresivamente la venta a CPM.
- Construir casos reales de venta cross media.
- Preparar el marco de medición integrado lineal + digital.
- Capacitar a equipos internos en métricas avanzadas.

Labores a desarrollar:

A. Estudios de campañas cross media

- Selección de anunciantes piloto.
- Definición de KPIs (reach, incremental, frecuencia).
- Colaboración con empresas especializadas
- Ejecución de estudios post-campaña.
- Construcción de casos de éxito.

B. Marco de medición

- Identificación de necesidades de medición.
- Evaluación de posibles partners.
- Propuesta de modelo de medición a corto y medio plazo.

C. Formación interna

- Sesiones formativas sobre:
  - CPM.
  - Reach y frecuencia.
  - Lectura de resultados cross media.
  - Aplicación comercial práctica.

5. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Para la elaboración de esta tipología de informes, la adjudicataria deberá utilizar las **fuentes de información** de referencia en el mercado de la investigación de medios, así como los datos internos de la EC que se faciliten al respecto Dentro de éstas, será requisito imprescindible que la adjudicataria disponga como suscriptora de los datos de audiencia de Kantar Media, MAS+ E i2p.

En cuanto al **enfoque metodológico** el mismo estará diseñado de forma que se tengan en cuenta los siguientes aspectos:

- Análisis cuantitativo.
- Trabajo conjunto con equipos internos.
- Orientación a resultados tangibles desde fases iniciales.
- Implantación progresiva (no solo diseño conceptual).

6. INFORMES A ENTREGAR

Asimismo, la ejecución del presente contrato se deberán entregar los siguientes informes con la periodicidad y contenido indicados a continuación:

1. Informe inicial sobre tarifas

   La entidad Adjudicataria deberá entregar un primer informe un plazo de UN (1) mes, contando desde el día siguiente a la fecha de inicio del contrato y con la siguiente documentación:

   - Documento de estructura tarifaria.
   - Propuesta de clasificación de inventario con sus precios negociados recomendados.
   - Guía de precios para acciones especiales.

2. Diseño funcional de una herramienta de control comercial

   La entidad Adjudicataria deberá entregar un documento en un plazo de SEIS (6) meses, contando desde el día siguiente a la fecha de inicio del contrato y con la siguiente documentación:

   - Diseño funcional de herramienta de control comercial.

- Estructura de seguimiento de campañas.
- Manual de uso para equipos comerciales y control.

3. Informe mensual de seguimiento comercial

Este informe se deberá entregar mensualmente, antes de CINCO (5) días hábiles del mes siguiente. Como mínimo deberá incluir:

- Tarifas
- Evolución precios y CPM.
- Cumplimiento condiciones.
- Alertas y recomendaciones.

4. Informe mensual de resultados campañas cross media

Este informe se deberá entregar con un plazo máximo de UN (1) mes desde la finalización de las campañas. Como mínimo deberá incluir:

- Reach total.
- Reach incremental.
- Frecuencia efectiva.
- Aprendizajes.

5. Informe anual estratégico

Este informe se deberá entregar antes del 31 del año siguiente respecto al año analizado. Así las cosas, el informe sobre 2026 deberá entregarse antes del 31 de enero de 2027. Como mínimo deberá incluir:

- Recomendaciones.
- Próximos pasos.

7. MEDIOS HUMANOS

7.1 Condiciones generales

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, 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. Organizar el régimen de vacaciones del personal designado a la ejecución del contrato, debiendo a tal efecto coordinarse adecuadamente la contratista con la Entidad Contratante, a efectos de no alterar el buen funcionamiento del servicio.

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

   f. 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.

7.2 Condiciones particulares

Concretamente, para la correcta prestación de los servicios objeto de la presente contratación, la entidad que resulte adjudicataria deberá contar con, al menos, el siguiente personal:

- **UN/A (1) Coordinador/a responsable del servicio.**

Con el objeto de coordinar y supervisar los servicios contratados, la empresa que resulte adjudicataria deberá designar un responsable de servicio que además de ser el único interlocutor entre la empresa que resulte adjudicataria y la Entidad Contratante, será la persona que dirija y coordine los trabajos a desarrollar.

Se facilitarán los datos de esta persona que será la que se mantenga en contacto con el responsable del contrato de la Entidad Contratante.

La persona responsable del servicio deberá tener la **autonomía y capacidad de gestión y decisión** suficiente para garantizar una rápida respuesta ante cualquier incidencia, consulta o necesidad de la Entidad Contratante en relación a todos los aspectos del contrato, así como responder en un plazo máximo de 48h en caso de que desde la EC se le remita cualquier duda o cuestión.

No obstante, de acuerdo con los criterios de adjudicación definidos en el apartado "22.2.2.- Criterios evaluables de forma automática mediante aplicación de fórmulas" de las cláusulas específicas del contrato del PCAP, las entidades candidatas podrán formular mejoras en los tiempos de respuesta.

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

Deberá estar localizable a través de un correo electrónico y un teléfono de contacto para gestionar cualquier aspecto del servicio en horario de oficina.

- **Equipo de trabajo**

El equipo operativo puesto a disposición del servicio por la entidad que resulte adjudicataria deberá contar con la experiencia y la formación necesaria para la correcta prestación de los trabajos objeto de la presente contratación.

8. EJECUCIÓN DEL SERVICIO

La empresa adjudicataria deberá de trabajar en coordinación con el Responsable de la EC. Se realizarán reuniones, mesas de trabajo y entrevistas con la EC.

En todo caso, durante la prestación del servicio, el responsable de la EC planteará reuniones periódicas para el seguimiento de sus avances y planteamientos y necesidades del servicio que se vayan poniendo de manifiesto, a fin de asegurar un seguimiento razonable del mismo.

9. SEGUIMIENTO Y ADREDITACIÓN 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 la EC proporcionarán a la contratista el acceso a su plataforma de coordinación.

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 esta plataforma, 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 designados 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 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 esta plataforma.

10. FACTURACIÓN

Con periodicidad mensual, la adjudicataria deberá emitir las correspondientes facturas.

Junto con cada factura debe entregarse un anexo como detalle y explicación de la misma. Dicho anexo deberá ajustarse al formato y descripción de los servicios indicado en el ANEXO III.1. Por lo tanto, en base a las tipologías de servicios y los precios unitarios ofertados por la entidad Adjudicataria, se deben indicar las unidades realizadas de cada tipología lo que dará el total a facturar.

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 estas hubieren especificado.

11. PENALIZACIONES

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

12.DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR LAS ENTIDADES LICITADORAS

Las entidades licitadoras deberán 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 la oferta evaluable automáticamente a través de 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.