PLIEGO DE CONDICIONES PARA LA CONTRATACIÓN (BASADA EN ACUERDO MARCO) DE LOS SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA LA CREACIÓN Y PRODUCCIÓN DE LA CAMPAÑA DE EITB ZINEMALDIA 2026



EXPEDIENTE Nº: 2025.05.CB.02

10/03/2026 (Versión 0)

A. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN

El Ente Público EUSKAL IRRATI TELEBISTA (EITB) fue creado mediante la Ley 5/1982 de 20 de mayo del Parlamento Vasco, en el ejercicio de la competencia contemplada en el artículo 19 del Estatuto de Autonomía. Se crea EITB como servicio público esencial y como medio fundamental de cooperación con nuestro sistema educativo y de contribución a la promoción y difusión de la cultura y, consecuentemente, el cine, todo ello como base y fundamento para el adecuado desenvolvimiento de los derechos y libertades de la ciudadanía vasca.

EITB desarrolla la actividad de servicio público de los medios de comunicación social atendiendo en todo momento a las disposiciones generales que resultan de aplicación y, en particular, a los principios previstos en la Ley 5/1982 de creación de EITB, entre los que se encuentra "La contribución a la promoción y difusión de la cultura vasca en cualquiera de sus lenguas oficiales, manifestaciones, soportes, medios y formas de expresión".

Asimismo, tal y como recoge su Estrategia EITB 2030, EITB quiere implicarse como agente transformador en las causas colectivas que contribuyan al desarrollo de Euskadi y la sociedad vasca y propone en un proyecto aglutinador que garantiza su espíritu de servicio público y apoyo a las iniciativas de la sociedad vasca.

El FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE DONOSTIA-SAN SEBASTIAN (SSIFF), por su parte, es un certamen cinematográfico de la máxima categoría (A) acreditada por la Federación Internacional de Asociaciones de Productores Cinematográficos (FIAPF). Se celebra anualmente a finales del mes de septiembre, en Donostia/San Sebastián y en 2026 cumplirá su edición 74 y tendrá lugar del 19 al 27 de septiembre.

El Festival nació el 21 de septiembre de 1953 y es uno de los más longevos y prestigiosos de Europa, y también el más importante de los que se celebran en el Estado español. Constituye, de hecho, uno de los eventos culturales de mayor envergadura y repercusión en el Estado y es el único festival de la máxima categoría (A) y uno de los siete únicos festivales europeos y de los catorce mundiales con esta categoría.

Teniendo en cuenta todo ello, EITB se convirtió en 2024 en **PATROCINADOR OFICIAL del FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE DONOSTIA-SAN SEBASTIAN** aumentando notablemente la presencia y visibilidad de nuestra marca en el mismo. Este patrocinio nos permite poner en valor **el apoyo al sector audiovisual vasco**, concretamente al **cine vasco**, en uno de los festivales internacionales más prestigioso que además sucede en nuestro país. Con un claro objetivo de **afianzar y de reforzar año a año nuestro rol de patrocinador oficial y de medio de comunicación anfitrión**, produciremos por segundo año **"La gran gala del cine vasco",** una gala que pone el foco en el reconocimiento del talento de los profesionales de industria cinematográfica vasca: una gala desde el cine, con el cine y para el cine y que cada año cuenta con mayor aceptación. Participamos además en el programa oficial del festival, con La Gala EITB, estrenos de Goazen y con el patrocinio especial de la Sección de Zinemira. Tenemos presencia de marca en diferentes soportes del festival como por ejemplo: Vallas, revista oficial, web oficial y contamos con un espacio físico (carpa, unidad móvil…) ubicada en un sitio privilegiado dentro del recinto.

B. OBJETO

Mediante el presente contrato, EITB MEDIA S.A.U. (en lo sucesivo **EITB**, **Entidad Contratante** o **EC**) pretende concertar, al amparo del acuerdo marco suscrito con varias empresas, los servicios de agencia de publicidad para el diseño y la creación de la campaña EITB ZINEMALDIA 2026.

Así, la empresa adjudicataria tendrá que diseñar un **concepto creativo (imagen gráfica + eslogan**) aplicable a todos los soportes que desarrollamos para poner en valor este patrocinio.

- Las aplicaciones posteriores están fuera de esta licitación y a cargo de la EC.

C. CARACTERÍSTICAS DE LA IMAGEN

EITB es patrocinador oficial del ZINEMALDI y grupo audiovisual anfitrión desde el 2024 y debe de presentarse en el festival con **una imagen cualitativa, memorable, identitaria y que podamos aplicar de forma homogénea** en todos los soportes y contenidos en los que tenemos presencia**:**

¿Qué características deben cumplir?:

- **Debe ser IDENTITARIA, que solo EITB pueda acuñar y que perdure a lo largo de los años.** Nuestro diferencial respecto al resto de patrocinadores principales (RTVE y Movistar) **es que nuestro apoyo al sector se centra en el cine vasco,** en nuestro cine, al que damos visibilidad en el resto del mundo. Para ello ya contamos con un elemento gráfico que incorporamos en los carteles de las películas participadas por EITB y que debe incorporar la imagen propuesta:



- Debe **funcionar en ambos idiomas**, prioritariamente en euskara ya que es el idioma que priorizamos en esta campaña.
- Debe incluir algún elemento que haga alusión o que nos **ancle a la ciudad** en la que se celebra y a la que se vincula el festival de forma automática. **Donost**i que nos confiere el rol de medio de comunicación anfitrión.
- Debe ser **adaptable a** los diferentes soportes con los que contamos en esta campaña: vayas (horizontales) páginas de publicidad (verticales), banners (H), carpa, unidad móvil, producto de merchandaising…
- La inspiración es el "Somos cine" de RTVE:





D. ALCANCE DEL CONTRATO BASADO

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

1. **Eslogan de la campaña**
2. **Key visual de campaña**
3. **Piezas a desarrollar (para visualizar como funciona no son aaff)**
    a) Valla publicitaria (versión horizontal
    b) Página publicitaria (versión vertical)
    c) Aplicación a merchandaising (tote bag)
    d) Aplicación a carpa y/o unidad móvil
    e) Aplicación audiovisual (gift, motion.)

4. **Elementos adicionales que se valoraran**
    a) Propuestas de posibles eventos o acciones que enriquezcan la campaña o actos de relaciones públicas.

** Queda fuera del alcance del contrato la propia producción de los eventos y de las adaptaciones y los aaff, que será responsabilidad de la EC.*

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

E. CONSULTAS

Dirección de correo electrónico: **compras@eitb.eus**

F. ENTIDAD CONTRATANTE

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

G. PRESUPUESTO

El presupuesto base de licitación del contrato basado es de 9.680,00 euros, incluido el 21% de IVA,

- Presupuesto de licitación de la campaña: 8.000,00 euros + 1.680,00 euros de IVA. Total: 9.680,00 euros.

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

Presupuesto de licitación (sin IVA)	8.000,00 euros
Importe de las modificaciones previstas (sin IVA)	No procede
Importe de los premios o primas pagaderos a las licitadoras (sin IVA)	No procede
Importe de las opciones eventuales (sin IVA)	No procede
Prórroga (sin IVA)	No procede
TOTAL VALOR ESTIMADO	8.000,00 euros

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

El presupuesto total de la campaña incluye el diseño, creación y producción de las piezas de campaña recogidas en el plan de comunicación; quedando fuera del presente presupuesto el coste de la realización de los posibles eventos planteados, pero deben ser presupuestados para que la EC pueda decidir, en su momento, la conveniencia o no de su materialización.

H. GARANTÍAS

No, de conformidad con el Acuerdo Marco formalizado, cada una de las SEIS (6) empresas seleccionadas han constituido una garantía del 2% del precio base de la contratación, es decir, 6.000 euros (2% de 600.000 euros).

Si, durante la ejecución del acuerdo marco y de sus contratos basados se verifica que la garantía definitiva del acuerdo marco establecida estimativamente es inferior al 5% de la suma de los importes (Iva excluido) adjudicación de los contratos basados, la garantía definitiva del acuerdo marco deberá incrementarse en cuantía equivalente.

I. DURACIÓN DEL CONTRATO/ PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo para la realización de los trabajos es de **(1) mes** a contar desde el día siguiente a la formalización del contrato basado y la duración del contrato se extenderá hasta finales de septiembre de 2026.

J. CONTENIDO DE LAS PROPUESTAS

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

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

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

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

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

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

De acuerdo con el Acuerdo Marco, únicamente se podrá renunciar a presentar una propuesta a dos (2) contratos basados en cada año de contrato sin causa justificada. El no cumplimiento de ello podrá dar lugar a penalizaciones de conformidad con la cláusula "13.1.- PENALIDADES POR INCUMPLIENTO DEL ACUERDO MARCO" del PCAP."

"*13.1.1.*- Incumplimiento consistente en no presentar una propuesta a más de dos (2) contratos basados en cada año de contrato sin causa justificada. A partir de ese segundo (2º) contrato basado no atendido, la justificación de la imposibilidad de presentar propuesta deberá ser por causa justificada. En todo caso deberá acreditarse estas circunstancias de forma documental.

En el tercer o siguientes contratos no atendidos, se podrá imponer la siguiente penalidad: 5% del presupuesto de cada uno de los trabajos no atendidos en caso de no estar justificada la causa."

Se indica a continuación las renuncias a presentar oferta habidas hasta la fecha (**año 1 de contrato: 09/10/2025 - 08/10/2026**):

- AUPA IDEA S.L.: **0 renuncias**
- AURMAN, S.A.: **0 renuncias**
- CANAL DIRECTO. COMUNICACIÓN, MARKETING & ESTRATEGIA, S.L.: **0 renuncias**
- DIMENSION EX AGENCIA DE PUBLICIDAD, SLU: **0 renuncias**
- SHERNAN CREATIVE COLLECTIVE, S.L.: **0 renuncias**
- SIROPE AGENCIA CREATIVA, S.L.: **0 renuncias**

K. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN.

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

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

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

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

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

Se deberá entrega para su posterior valoracion:

1. **Eslogan de la campaña**
2. **Key visual de campaña:**
3. **Piezas a desarrollar (para visualizar como funciona la propuesta, no son aaff)**
   a. Valla publicitaria (versión horizontal
   b. Página publicitaria (versión vertical)
   c. Aplicación a merchandaising (tote bag)
   d. Aplicación a carpa y/o unidad móvil
   e. Aplicación audiovisual (gift, motion.)

f. **Elementos adicionales que se valoraran:**

a) Propuestas de posibles eventos y acciones que apoyen la campaña o actos de relaciones públicas.

Se valorará (de 0 a 70 puntos):

a) La alineación de la propuesta global con los objetivos indicados en el brief.
b) La originalidad y resolución del concepto creativo global
c) El mejor eslogan que recoja de forma impactante y eficaz la esencia de la propuesta.
d) La originalidad y resolución de la gráfica.
e) El mejor elemento, actividad o propuesta que pueda acompañar y enriquecer la campaña, y las mejores propuestas de posibles eventos que la apoyen. Se valorará la originalidad y el impacto de las acciones o eventos propuestos.
f) La utilización de nuevos soportes que ayuden a transmitir la idea de modernidad y el apoyo de EITB al cine y al sector audiovisual en general.

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

- Descripción del método de valoración de las ofertas:

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

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

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

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

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

V_i : Puntuación asignada a cada oferta
V_{max}: Puntuación máxima del apartado a valorar
O_i: Valor de la oferta económica a valorar
O_{min}: Menor de las ofertas económicas recibidas (oferta mínima)

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

Ofertas anormalmente bajas: Se considerarán, en principio, que incurren en presunción de anormalidad o temeridad las ofertas relativas a los contratos basados (sin incluir el presupuesto destinado a adaptaciones sobre las campañas contratadas) que se encuentren en los siguientes supuestos:

1. Cuando, concurriendo un solo licitador, sea inferior al presupuesto base de licitación en más de 25 unidades porcentuales.

2. Cuando concurran dos licitadores, la que sea inferior en más de 20 unidades porcentuales a la otra oferta.
3. Cuando concurran tres licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, se excluirá para el cómputo de dicha media la oferta de cuantía más elevada cuando sea superior en más de 10 unidades porcentuales a dicha media. En cualquier caso, se considerará desproporcionada la baja superior a 25 unidades porcentuales.
4. Cuando concurran cuatro o más licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, si entre ellas existen ofertas que sean superiores a dicha media en más de 10 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas es inferior a tres, la nueva media se calculará sobre las tres ofertas de menor cuantía.

L. PLAZO Y LUGAR DE PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Las ofertas se presentarán exclusivamente por medios electrónicos antes del **30 de MARZO de 2026 a las 13:00**.

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

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

- *https://www.contratacion.euskadi.eus/informacion-general-licitacion-electronica/w32-kpelicel/es/*

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

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

Se notificará la fecha exacta de la apertura.

M. FORMALIZACIÓN

El contrato se formalizará mediante el correspondiente contrato.

N. RESPONSABLE DEL CONTRATO

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

O. RETRIBUCIÓN DEL CONTRATISTA

El abono de la contratista por la prestación se realizará previa presentación de factura. La factura deberá ser emitida por la empresa que resulte adjudicataria a la dirección de correo electrónico ordainketak@eitb.eus, una vez el objeto del contrato haya sido correctamente realizado. Esta

deberá contar con el visto bueno del Responsable del Contrato designado por la Entidad Contratante.

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

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

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

ANEXO I
FÓRMULAS MATEMÁTICAS

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

DECLARA:

I.- Que ha tenido en cuenta en la elaboración de su oferta las obligaciones derivadas de las disposiciones vigentes en materia de fiscalidad, protección del medio ambiente, protección del empleo, igualdad de género, condiciones de trabajo, prevención de riesgos laborales e inserción sociolaboral de personas con discapacidad, y a la obligación de contratar a un número o porcentaje específico de personas con discapacidad.

II.- Que se compromete a ejecutar las prestaciones que integran el objeto del contrato con arreglo a las condiciones establecidas en el pliego de cláusulas administrativas particulares y en el pliego de prescripciones técnicas y, en su caso, documentación complementaria que rigen el contrato por el/los siguiente/s precio/s:

Presupuesto base de licitación de la campaña (sin IVA)	Precio base ofertado	IVA (…..%)	Precio total
8.000,00 €			

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

Firmado[1-2]:

Información sobre protección de datos personales.

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

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

[1] Deben firmarse todas las páginas en las que figuren precios.
[2] **En el caso de que varios operadores económicos presenten oferta con el compromiso de constituirse formalmente en UTE si resultan adjudicatarios deben <u>firmar</u> los representantes de todos los operadores económicos que formen parte.**

ANEXO II

OFERTA PARA CUYA EVALUACIÓN SE REQUIERE EFECTUAR UN JUICIO DE VALOR

De conformidad con los criterios de valoración fijados en el apartado **I**, los candidatos deberán incluir en el **SOBRE Nº 2** una propuesta que se ajuste al siguiente contenido y orden:

- Denominación documento: Propuesta creativa.

- Criterio al que se asocia: Propuesta creativa.

  Al menos debe contener la siguiente documentación:

  - El plan integral de comunicación de la campaña de EITB ZINEMALDIA 2025
  - El eslogan.
  - Propuesta de las piezas comunicacionales (spot, cuñas, gráfica, contenidos para Internet).
  - Propuesta de elementos que acompañen y enriquezcan la campaña y propuestas de posibles eventos que la apoyen.
  - Presupuesto estimativo de las acciones* o eventos* propuestos:

Concepto	Precio estimado	IVA (.....%)	Precio total
C.-Presupuesto de las acciones* o eventos* propuestos			
C.1			
C.2			

**** La ejecución de estas acciones o eventos propuestos no forman parte del objeto de este contrato.***