PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO INTEGRAL DE PROMOCIÓN Y MARKETING DE LA PLATAFORMA "PRIMERAN"



EXPEDIENTE: 2025.100

21/01/2026 (Versión 0)

ÍNDICE

1. ANTECEDENTES 3

2. OBJETO 4

3. ALCANCE DEL SERVICIO 5

4. EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO Y FACTURACIÓN DE LOS TRABAJO 12

4.1 PLANIFICACIÓN 12
4.2 SEGUIMIENTO Y CONTROL. 13
4.3 FACTURACIÓN DE LOS SERVICIOS 13

5. CONDICIONES GENERALES DE PRESTACIÓN 15

6. TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA. 16

7. RECURSOS PROFESIONALES MÍNIMOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO 16

7.1 CONDICIONES GENERALES 16
7.2 CONDICIONES PARTICULARES 17

8. PENALIZACIONES 18

9. PROPIEDAD INTELECTUAL GENERADA EN EL MARCO DEL CONTRATO 18

10. CARÁCTER CONFIDENCIAL DE LOS DATOS APORTADOS. CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS. 19

11. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR LAS CANDIDATAS 20

11.1 SOBRE C.- DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN VALORADOS MEDIANTE JUICIO DE VALOR 20
11.2 SOBRE B.- DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LOS CRITERIOS VALORABLES MEDIANTE FÓRMULAS 20

1. ANTECEDENTES

El Grupo EITB aprobó en el año 2021 su Estrategia con el horizonte puesto en el año 2030. Uno de los pilares de esa estrategia es, sin duda, la digitalización. A este respecto, la EITB 2030 Estrategia determina que los continuos avances tecnológicos, los cambios sociales y los nuevos hábitos de consumo influyen en la misión, objetivos y actividades de EITB como grupo audiovisual público con medios de comunicación al servicio de la sociedad vasca.

Estos factores, unidos a la digitalización, permiten nuevos modos de generación y difusión de contenidos, mientras conviven en el mismo universo empresas tradicionales y nuevos modelos de negocio, globales y locales. Las nuevas posibilidades de distribución y de acceso a los contenidos digitales de todo tipo, tanto informativos como de entretenimiento, son determinantes en el panorama actual. En este entorno, EITB debe adaptar su actividad, sus objetivos y acciones para responder a esta transformación.

Así, la visión de EITB es clara: debemos ser la garantía de contenidos audiovisuales vascos y en euskera ante los nuevos consumos y soportes digitales, con nuestros medios de comunicación como referente para la sociedad vasca en información y servicio público, conectando con la juventud, siendo una ventana vasca al mundo y garantizando la sostenibilidad del "proyecto EITB".

En línea con esta estrategia, es donde en septiembre de 2023 fue presentada y abierta al público la plataforma PRIMERAN, una plataforma OTT abierta al euskera y a todo el ámbito de producción vasca, una plataforma transversal y de país, con un tono cercano, joven, moderno y de confianza. El lugar donde se aloja todo el contenido de ficción, entretenimiento, documentales y otros muchos géneros que los usuarios podrán ver en siempre en euskera.

PRIMERAN está enfocada al entretenimiento de jóvenes menores de 30 años que buscan consumir contenidos en euskera. Esto, sin dejar de lado su target secundario de adultos entre 30 y 55 años.

En relación con esa presentación y lanzamiento al mercado de PRIMERAN, la EC estimó necesario lanzar un expediente para la contratación especializada de un servicio capaz de diseñar y ejecutar, en ámbito exclusivamente digital, un plan de marketing capaz de difundir u divulgar la plataforma y sus contenidos. Inicialmente, este servicio únicamente se proyectó en el ámbito nativo en el que se consumen los contenidos (el digital) esperando que ello supusiera el punto de ignición a través del cual llegar al resto de la sociedad vasca.

Pues bien, tras un periodo de funcionamiento se detectó que a pesar de que la acogida había sido positiva e intensa, esta estaba circunscrita especialmente al ámbito y sector de la población nativamente digital. Por este motivo, se amplió e intensificó el espectro de ciudadanía sobre el que dar a conocer los contenidos y plataforma, lanzando un nuevo expediente de contratación que recogiera de manera integral un servicio de promoción y marketing de la plataforma OTT "PRIMERAN".

Próximamente ambos contratos finalizarán, siendo necesario promover un nuevo procedimiento de contratación. Una vez analizado el funcionamiento de los servicios hasta la fecha, se ha podido comprobar que ambos constituyen prestaciones en ningún caso "estanco" sino directamente relacionados entre sí y que por tanto no se deben separar ya que:

- A nivel de estrategia, se ha comprobado que una estrategia global y única para la promoción y de puesta en valor de esta plataforma (digital y no digital) están estrechamente relacionadas y el cumplimiento de los objetivos marcados implica un trabajo coordinado entre ambas.

- A nivel de ejecución, la realización de las diversas prestaciones relacionadas con ambos servicios implica en muchos casos la necesidad de una coordinación única, cuestión que podría verse imposibilitada por su división en lotes y ejecución por una pluralidad de contratistas diferentes.

En relación con las vigencias de estos dos contratos indicar que la fecha de finalización de estos es:

- 2023.82 Servicio integral de promoción y marketing digital para la plataforma `Primeran`: **finaliza el 19/03/2026**

- 2024.50 Servicio integral de promoción y marketing de la plataforma OTT `primeran`: **finaliza el 28/08/2026**

La propuesta de las candidatas deberá adaptarse a la finalización de ambos expedientes/contratos.

En resumen, la contratación *integral* de este servicio resulta en los términos en que se ha proyectado la fórmula más adecuada e idónea de dar respuesta las necesidades descritas. El fraccionamiento por prestaciones/servicios independientes seria inadecuado y pondría en grave riesgo su correcta ejecución.

Por último, indicar que dentro del objeto de esta contratación no se incluye el coste de la publicidad en los medios convencionales/digitales que se deriven de la ejecución de este servicio. Para ello, la EC ya dispone de una agencia encargada de gestionar la contratación de la publicidad (expediente distinto) y con la cual la Adjudicataria de este contrato deberá coordinarse.

2. OBJETO

El presente pliego tiene por objeto regular las condiciones técnicas que regirán la contratación por EITB MEDIA, S.A.U. (en lo sucesivo, **EITB MEDIA, EITB, Entidad Contratante o EC,** indistintamente) de un servicio integral de promoción y marketing de la plataforma OTT "PRIMERAN".

Dicha contratación deberá incluir la realización de las siguientes prestaciones:

- ✓ Diseño, definición y elaboración de un PLAN estratégico de promoción y marketing de la plataforma OTT "*PRIMERAN*" a cuatro (4) años.

- ✓ Diseño, definición y elaboración de un PROYECTO anual de promoción y marketing de la plataforma OTT "*PRIMERAN*" cada 31 de enero de ejercicio contractual.

- ✓ Producción y ejecución de las acciones que deriven del proyecto anual de promoción y marketing de la plataforma OTT "PRIMERAN" aprobado por la EC.

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

3. ALCANCE DEL SERVICIO

El alcance del servicio a presta comprenderá, al menos, los siguientes trabajos:

- Identidad de Marca Creación o rediseño de identidad corporativa (logotipo, paleta de colores, tipografía, etc.)
- Manual de marca y tono de comunicación Posicionamiento de marca y arquitectura de marca
- Estrategia de Marketing Digital
    - Gestión de redes sociales (INSTAGRAM, TIKTOK Y YOUTUBE): Estrategia, creación de contenido, community management, paid media.
    - Estrategia de contenidos y calendario editorial SEO y SEM (Google Ads, YouTube Ads, etc.)
    - Email marketing, newsletters, Push notifications y remarketing.
- Publicidad y Promoción
    - Creación diseño y adaptación a medios de campañas publicitarias integradas (Digital, radio, exterior); Producción de cuñas, spots, banners y creatividades
    - Producción Audiovisual: Producción de vídeos promocionales, corporativos y para redes (Making of, entrevistas, reels y clips para social media)
    - Fotografía profesional para campañas y eventos.
    - Diseño y producción de eventos (presentaciones, eventos de promoción, estrenos)
    - Activaciones de marca
    - Acciones Offline Street marketing y acciones especiales: entrevistas, crónicas, moderar eventos o presentaciones.
    - Merchandising y diseño de materiales físicos
- Otros elementos de gestión:
    - Coordinación y dirección de proyectos, incluyendo coordinación de equipos multidisciplinares.
    - Gestión de presupuestos y proveedores.
    - Informes de resultados y optimización continua.

Por tanto, la empresa adjudicataria deberá encargarse de la ejecución integral del plan anual estratégico de promoción de la plataforma "PRIMERAN", ofreciendo un servicio 360 que abarque todas las áreas necesarias para garantizar la visibilidad, posicionamiento y notoriedad de la plataforma. Para ello, deberá contemplar como mínimo los siguientes ámbitos de actuación:

i. Identidad de Marca

- Creación o rediseño de la identidad corporativa de la plataforma (logotipo, paleta cromática, tipografía, etc.).
- Desarrollo del manual de marca, incluyendo tono de comunicación, estilo visual y aplicaciones.
- Definición o actualización del posicionamiento de marca y arquitectura de marca.

ii. Estrategia de Marketing Digital

- Diseño y ejecución de la estrategia digital de la plataforma.
- Gestión de redes sociales (Instagram, TikTok y YouTube): planificación estratégica, creación de contenido, community management y campañas de paid media.
- Elaboración de calendarios editoriales y estrategia de contenidos.
- Gestión de email marketing, newsletters, push notifications y remarketing.

iii. Publicidad y Promoción

- Diseño, adaptación y producción de campañas publicitarias integradas en medios digitales, radio y exterior.
- Producción de piezas creativas: cuñas, spots, banners, reels y otros formatos promocionales.
- Producción audiovisual: vídeos promocionales, corporativos, making of, entrevistas y clips para redes sociales.
- Fotografía profesional para campañas, eventos y contenidos editoriales.

iv. Eventos y Activaciones

- Diseño, producción y gestión de eventos promocionales, presentaciones y estrenos.
- Activaciones de marca presenciales y digitales.
- Acciones offline como street marketing, entrevistas, crónicas, moderación de eventos o presentaciones.
- Diseño y producción de materiales físicos y merchandising.

v. Coordinación y Seguimiento

- Coordinación de todas las acciones de promoción y marketing de forma transversal.
- Supervisión de la ejecución del plan estratégico, garantizando la coherencia entre los distintos canales y formatos.
- Elaboración de informes de seguimiento, análisis de resultados y propuestas de mejora continua. En relación con este apartado se seguirá un modelo basado en KPIs entre los que deberán estar al menos:
    - Número de seguidores de las redes y su interacción
    - Altas desde la estrategia de comunicación propuesta

Todos estos trabajos a desarrollar se gestionarán utilizando como herramienta de gestión el plan estratégico cuatrianual y los planes anuales de promoción y marketing:

i. **Definición** del "*Plan estratégico de promoción y marketing*" de la plataforma OTT "*PRIMERAN*" a cuatro años (2026 a 2029), incluyendo labores de actualización y revisión periódica

El *objetivo principal* de la estrategia a definir, deberá ser la generación de:

- ✓ Incrementos en el número de registros, suscripciones y usuarios/as.
- ✓ Aumentos del consumo de los contenidos ofertados por la Plataforma.

Por otra parte, la estrategia planteada deberá igualmente presentar como objetivos secundarios el:

- ✓ Poner en valor la marca "PRIMERAN".
- ✓ Informar a los/as posibles usuarios/as de todas las novedades y contenidos relativos a la plataforma.

De acuerdo con lo señalado, se han definido asimismo unas líneas principales sobre las cuales las candidatas deberán construir cualquier propuesta de plan estratégico:

- o Objetivos claros, específicos, medibles y alcanzables.
- o Capaz de identificar y definir los segmentos clave del mercado y el público objetivo de cada uno de ellos.

ii. **Concreción** de un "Proyecto anual de promoción y marketing" de la plataforma OTT "PRIMERAN" por cada año de contrato.

Cada 31 de diciembre de cada año de contrato, la adjudicataria deberá a partir de la propuesta de plan estratégico de promoción y marketing digital de la plataforma OTT "PRIMERAN" concretar un PROYECTO ESPECÍFICO ANUAL DE ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y MARKETING (en lo sucesivo, Proyecto Anual).

El Proyecto anual deberá, en conexión con el plan general, fijar las acciones y líneas de trabajo del ejercicio concreto, en atención a las siguientes premisas:

- o Con capacidad de presentación una propuesta de valor único de la plataforma, comunicable y que posicione la marca en el mercado.
- o Con capacidad de centrarse específicamente a algunos contenidos como series, películas o documentales que se publican o publicarán en la plataforma y que incluye el detalle de la promoción de las acciones concretas a llevar a cabo, como publicidad, relaciones públicas, eventos o cualquier otro canal relevante para llegar al público objetivo.
- o Con capacidad de generar acciones de promoción **continuas** que permitan a la EC alcanzar los objetivos buscados promocionando la plataforma y sus contenidos **principalmente a través del e-mail marketing, notificaciones push, las redes sociales e incluso en los medios propios de la EC (canales de televisión, radio, web, etc.)**

Puntualmente (previa validación del responsable del contrato) estas acciones de promoción se podrán llevar a otros medios externos a la EC (medios digitales y no digitales tales como pantallas, lonas, eventos, *mupis*, buses, etc.).

- Que recoja "CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN" puntuales para promocionar la plataforma (principalmente contenido) en los medios propios de la EC y en medios externos (tradicionales y no tradicionales) a la EC. Estas campañas quedarán definidas en cada acción concreta aprobada por la EC.

  Están previstas las siguientes tipologías de campaña:

  Campañas **Tipo "A Plus"**:

  - Una idea creativa.
  - Un claim o eslogan para la campaña.
  - Piezas audiovisuales para promoción en redes y televisión.
  - Adaptación de piezas para campañas de medios externos (exterior, marketing digital, radio, etc.).
  - Acciones promocionales concretas tipo evento.

  Campañas **Tipo "A"**: similares a las Tipo A Plus, pero sin un plan de medios externos.

  - Una idea creativa.
  - Un claim o eslogan para la campaña.
  - Piezas audiovisuales para promoción en redes (no televisión).
  - Adaptación de piezas para campañas de medios externos (marketing digital, radio, etc.).
  - Acciones promocionales concretas tipo evento/Street marketing.

- Que recoja un "PLAN DE ACTIVIDADES / PROYECTOS ESPECIALES" relacionadas con la promoción de "PRIMERAN" entre los que se encuentran:

  - Presentaciones de "PRIMERAN".
  - Presencia en actividades/eventos estratégicos para la EC (por ejemplo, estrenos, Zinemaldia, la Feria del Libro de Durango, fiesta MAKUSI, actividades organizadas para el impulso de la plataforma, …).
  - Otros tales como, concursos, sorteos, retos y otra tipología de eventos.

- Que defina las métricas/KPIs que se utilizarán para evaluar el éxito del plan en general y cada una de las acciones que se lleven a cabo.

- Que lleve asociado un cronograma o calendario anual y que éste esté personalizado a cada táctica.

Para el seguimiento del Plan se deberán establecer un conjunto de KPIs que deberán ser capaces de monitorizar la evolución del Plan con, al menos,

- ✓ Una frecuencia mensual.
- ✓ Un detalle suficiente para la toma de decisiones en el establecimiento de acciones correctoras o de mejora en relación con los objetivos marcados.

iii. **Ejecución** del "Proyecto anual estratégico de promoción y marketing" de la plataforma OTT "PRIMERAN".

A partir del proyecto anual de promoción y marketing validado por la EC, la adjudicataria deberá ejecutar las acciones en el mismo previstas, comprendiendo las siguientes actuaciones que han sido agrupadas atendiendo a su carácter continuo y/o puntual en el tiempo:

a. Ejecución de las actuaciones continuadas en el tiempo:

- Gestión de la Identidad de Marca
  - Creación o rediseño de la identidad corporativa de la plataforma (logotipo, paleta cromática, tipografía, etc.).
  - Desarrollo del manual de marca, incluyendo tono de comunicación, estilo visual y aplicaciones.
  - Definición o actualización del posicionamiento de marca y arquitectura de marca.
- Gestión integral continuada de las redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok) y otros medios digitales incluyendo:
  - La creación de su contenido (posts, vídeos, imágenes, *stories, etc.*)
  - La distribución, publicación y gestión completa del contenido.
  - La optimización y monitorización del contenido.
  - Facilitar estrategias de monetización de los contenidos
- Gestión integral del email marketing y notificaciones push con los suscriptores de PRIMERAN, de conformidad con las siguientes:
  - La adjudicataria realizará el contenido (incluido el diseño gráfico) de las comunicaciones de acuerdo a la imagen corporativa de la marca.
  - La adjudicataria dispondrá y utilizará las herramientas **de la EC** de email marketing (MDirector) y notificaciones push (OneSignal) dentro de la estrategia de promoción utilizando las mejores prácticas de la industria.
  - La adjudicataria deberá cumplir de forma escrupulosa con los requisitos legales y normativos que en cada momento resulten de aplicación, especialmente la normativa de protección de datos vigente en cada momento.

- La EC proporcionará por vías automáticas (mediante API) o manuales las bases de datos de los clientes que han consentido expresamente la recepción de comunicaciones comerciales de PRIMERAN.

- La adjudicataria realizará la optimización, A/B testing etc. de la estrategia de email marketing y proporcionará a la EC informes personalizados con los resultados pertinentes con una periodicidad mensual.

- Además de las comunicaciones que se deriven del Plan, la EC podrá de solicitar el envío de comunicaciones relevantes. En todo caso deberá haber una estrategia y un cronograma para la ejecución de los envíos para diferentes segmentos (por edad, por uso, por engagement, etc.).

- Gestión integral de otras acciones de promoción tanto en los medios tradicionales como digitales. Incluye la asistencia técnica en la ejecución de la estrategia "paid media" (medios propios de la EC y externos).

- Creación y gestión integral de todos los materiales (spots, carteles, vídeos, lonas, materiales digitales para *Mupis*, etc.) necesarios para la ejecución del proyecto anual de promoción y marketing. Se incluye en este apartado la creación y gestión de los materiales necesarios que eventualmente fueran necesarios para la ejecución de las actuaciones puntuales en el tiempo.

- El seguimiento periódico y continuado del Plan que se plasmará en los informes y analíticas semanales de seguimiento de los principales KPIs que se establezcan.

b. Ejecución de las actuaciones puntuales en el tiempo:

- "CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN" puntuales (Tipo "A Plus" y Tipo "A"). Este es un servicio integral e incluye todos los servicios necesarios para su ejecución integral:

  Campañas **Tipo "A Plus"**:

  - Una idea creativa.
  - Un claim o eslogan para la campaña.
  - Piezas audiovisuales para promoción en redes y televisión.
  - Adaptación de piezas para campañas de medios externos (exterior, marketing digital, radio, etc.).
  - Acciones promocionales concretas tipo evento.

  Campañas **Tipo "A"**: similares a las Tipo A Plus, pero sin un plan de medios externos.

  - Una idea creativa.
  - Un claim o eslogan para la campaña.
  - Piezas audiovisuales para promoción en redes (no televisión).

- Adaptación de piezas para campañas de medios externos (marketing digital, radio, etc.).
- Acciones promocionales concretas tipo evento/Street marketing.

- "PLAN DE ACTIVIDADES/ PROYECTOS ESPECIALES" relacionadas con la promoción de "PRIMERAN". Este es un servicio integral e incluye todos los servicios necesarios para su ejecución integral:

  - Presentaciones de "PRIMERAN".
  - Presencia en actividades/eventos estratégicos para la EC (por ejemplo, estrenos, Zinemaldia, la Feria del Libro de Durango, fiesta MAKUSI, actividades organizadas para el impulso de la plataforma, …).
  - Otros tales como, concursos, sorteos, retos y otra tipología de eventos.

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

Dado que se trata de <u>un servicio integral de promoción y marketing</u>, todos los costes de producción relativos a las acciones promocionales y al plan de actividades/eventos/proyectos especiales serán por cuenta de la Adjudicataria.

Únicamente, quedarán fuera de los trabajos a ejecutar por la adjudicataria los siguientes:

i. **La contratación y el pago de la publicidad en los medios dentro y fuera del Grupo EITB asociado a la ejecución de este servicio y que será asumido por la EC.**
ii. **Aquel suministro del producto promocional/merchandising asociado a la ejecución de este servicio y que sea suministrado a la Adjudicataria por parte de la EC. Sí forma parte del objeto de esta contratación el diseño de este material y el suministro cuando sea solicitado por la EC. En este caso, el coste del diseño se encuentra dentro del coste mensual del servicio y el coste del suministro irá contra la partida relativa a la bolsa económica para el desarrollo de actividades y proyectos especiales.**

Dicho lo anterior y en relación con dos elementos (i) y (ii), la adjudicataria deberá asimismo coordinar:

En relación con la publicidad:

a) La inserción y publicación de la publicidad (autopromoción) en los medios del Grupo EITB.
b) La inserción y publicación de la publicidad en medios diferentes a los del Grupo EITB.

En relación con el producto promocional/merchandising:

c) La gestión del suministro del producto promocional/merchandising asociado a la ejecución de este servicio y que sea suministrado a la Adjudicataria por parte de la EC

Finalmente, y antes del 31 de diciembre de cada año de contrato, la adjudicataria deberá presentar a la EC:

a) Un "Informe de valoración anual".

   Este informe deberá recoger, evaluar y concretar el grado de cumplimiento de los objetivos fijados determinando

   - ✓ La medida (con referencia métricas) alcance de los objetivos fijados;
   - ✓ Dificultades afrontadas;
   - ✓ Medidas correctoras aplicadas, si fuera el caso.

b) Una actualización del "Plan estratégico de promoción y marketing" y el nuevo "Proyecto anual estratégico de promoción y marketing" para el siguiente ejercicio.

La EC contará con un plazo de DIEZ (10) días hábiles para proponer ajustes, cambios o adaptaciones. En caso de que propusiera algún cambio, la EC deberá adaptar el Plan/Proyecto y presentarlo en su versión definitiva, en 5 días hábiles. El Plan/Proyecto deberá quedar aprobado, como tarde, el 31 de enero de cada año.

4. EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO y FACTURACIÓN DE LOS TRABAJO

4.1 Planificación

En un plazo máximo de CINCO (5) semanas a partir de la formalización del contrato, se deberá presentar el Plan Estratégico (4 años) de Promoción y Marketing para la Plataforma "PRIMERAN" y un plan de ejecución para el año 2026. En la formulación de este último, se deberá tener en cuenta las vigencias de los dos contratos existente:

- 2023.82 Servicio integral de promoción y marketing digital para la plataforma `Primeran`: **finaliza el 09/03/2026**

- 2024.50 Servicio integral de promoción y marketing de la plataforma OTT `primeran`: **finaliza el 28/08/2026**

Asimismo, cada 31 de diciembre de cada año de contrato, la adjudicataria deberá concretar el PROYECTO ESPECÍFICO ANUAL DE ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y MARKETING (en lo sucesivo, Proyecto Anual).

Antes del 31 de diciembre de cada año, la Entidad Contratista deberá presentar:

- Un "**Informe de valoración anual**" relativo al cumplimiento de los objetivos fijados en el que analizará (i) la medida en la que se han alcanzado los objetivos fijados; (ii) dificultades afrontadas; (iii) medidas correctoras aplicadas, si fuera el caso.

- Una actualización del "Plan anual estratégico de promoción y marketing" y el nuevo "Proyecto anual estratégico de promoción y marketing" para el siguiente ejercicio.

La EC contará con un plazo de 10 días hábiles para proponer ajustes, cambios o adaptaciones. En caso de que propusiera algún cambio, la Entidad Contratista deberá

adaptar el Plan y presentarlo en su versión definitiva, en 5 días hábiles. El plan deberá quedar aprobado, como tarde, el 31 de enero de cada año.

La persona Coordinador/a Responsable del servicio deberá responder en un plazo máximo de 48h en caso de que desde la EC se le remita cualquier duda o cuestión.

4.2 Seguimiento y Control.

La adjudicataria deberá informar a la EC sobre el desarrollo de los trabajos solicitados. Para este fin, deberán establecerse todos los mecanismos de control que permitan verificar de forma continuada el cumplimiento de los objetivos especificados, tanto en plazos como en términos de calidad final.

Para ello la Adjudicataria elaborará un informe con una periodicidad trimestral (primera semana de abril, primera semana de julio, primera semana de octubre y 31 de diciembre) en el que se valorará el grado de ejecución y cumplimiento del "Plan anual estratégico de promoción y marketing", las previsiones para el trimestre próximo y, si fuera necesario, las medidas correctoras aplicadas o propuestas para poder alcanzar los objetivos fijados.

La valoración del último trimestre del año deberá incluirse en el "Informe de Valoración Anual" que deberá presentarse antes del 31 de diciembre de cada año.

Para realizar el seguimiento del contrato también se contemplan:

- Reuniones de seguimiento: a partir del plan de trabajo aprobado por la EC, se celebrarán reuniones periódicas destinadas a revisar el grado de cumplimiento de las tareas planificadas y otros elementos relativos al contrato.
- Reuniones extraordinarias: a solicitud de la persona responsable de la EC, podrán ser convocadas reuniones extraordinarias.
- Informes de situación y progreso: semanalmente la empresa adjudicataria comunicará a la EC del estado puntual de los trabajos, de los objetivos alcanzados (KPIs), de las incidencias ocurridas, etc.

La adjudicataria cumplimentará los documentos habituales para la gestión de proyectos/servicios, según un modelo definido y que se consensuará entre las partes: actas de reuniones, informes de progreso, etc.

4.3 Facturación de los servicios

Las entidades candidatas deberán formular sus ofertas de acuerdo con el modelo de propuesta económica previsto como ANEXO III.1 del PCAP. La EC abonará mensualmente un precio por los servicios prestados de conformidad con el precio fijado por la adjudicataria en su propuesta.

A tal efecto, en función de los trabajos ejecutados, completados y, cuando proceda, recepcionados, la adjudicataria deberá emitir la correspondiente factura.

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

- **<u>Facturación por la definición del "Plan estratégico de promoción y marketing" de la plataforma OTT "PRIMERAN" a cuatro años (periodo 2026 a 2029),</u>**

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

  A.1.- Definición del Plan Estratégico (4 años) de Promoción y Marketing para la Plataforma OTT "PRIMERAN" (ESTA PARTIDA INCLUYE ASIMISMO LA ELABORACIÓN DEL PLAN PARA EL PERIODO CONTRACTUAL RELATIVO AL AÑO 2026) -→ ***<u>a facturar en el año 2026</u>***

- **<u>Facturación por la definición del "PROYECTO Anual de Promoción y Marketing" para la Plataforma OTT "PRIMERAN"</u>**

  Una vez aprobado este PROYECTO y la revisión del plan estratégico (en el caso de prórroga contractual), la adjudicataria deberá emitir en cumplimiento de la normativa una factura según el precio ofertado en el ANEXO III.1 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares: FÓRMULAS MATEMÁTICAS, relativo al apartado:

  A.2.- Definición del PROYECTO Anual de Promoción y Marketing para la Plataforma OTT "PRIMERAN" (EN EL CASO DE PRÓRROGA DEL CONTRATO, INCLUYE LA REVISIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO) -→ ***<u>el primer hito de facturación será enero de 2027</u>***

- **<u>Facturación por trabajos correspondientes a la Ejecución del "PROYECTO Anual de Promoción y Marketing" para la Plataforma OTT "PRIMERAN"</u>**

  B.1- Ejecución del PROYECTO Anual de Promoción y Marketing para la Plataforma "PRIMERAN": actuaciones continuadas en el tiempo

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

  Esta factura recogerá el importe fijo mensual que la EC abonará a la Adjudicataria.

  *B.2*****- Ejecución del PROYECTO Anual de Promoción y Marketing para la Plataforma "PRIMERAN": actuaciones puntuales en el tiempo (conforme a lo recogido en el apartado 3. / iii. / b del Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares)*

  **** Esta partida B2, se adjudica por precios unitarios, es decir, únicamente serán facturados aquellas actuaciones que previa conformidad por parte de la EC sean ejecutadas.***

Cada actividad/proyecto especial puntual deberá ser aprobada previamente por la Entidad Contratante. Una vez esta haya sido aprobada y ejecutada a satisfacción de la EC, la adjudicataria deberá emitir en cumplimiento de la normativa una factura según el precio unitario ofertado en el ANEXO III.1 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares: FÓRMULAS MATEMÁTICAS.

Adicionalmente a las actividades y proyectos especiales puntuales recogidos en el contrato con su precio unitario, se dota a este apartado B.2 de una bolsa económica para el desarrollo de actividades y proyectos especiales de imposible cuantificación a fecha de redacción de este Pliego. Cualquier gasto relacionado con esta bolsa económica y destinado al fin indicado, deberá ser previamente aceptado y aprobado por la EC.

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

5. CONDICIONES GENERALES DE PRESTACIÓN

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

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

La EC establecerá los medios de control que estime convenientes para constatar el total y correcto cumplimiento de las prestaciones objeto del contrato por parte del adjudicatario.

No obstante, la adjudicataria será responsable de la calidad técnica de los trabajos que desarrolle y de las prestaciones y servicios realizados, así como de las consecuencias que se deduzcan para la EC o para terceros de las omisiones, errores o métodos inadecuados en la ejecución del contrato.

A su vez, quedará obligada a obtener todos los permisos, licencias, autorizaciones o similares necesarias para llevar a cabo todas las prestaciones objeto del contrato, tal y como se especifica más adelante.

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

Cualquier error u omisión ocurrida por cualquier motivo en la gestión de los permisos, autorizaciones, licencias o seguros será única y exclusivamente responsabilidad de la adjudicataria y facultará a la EC a aplicar las penalidades correspondientes o a la resolución contractual. Cualquier daño que pudiera causarse a terceros o a la EC por cualquier error y

omisión ocurrida por cualquier motivo deberá ser indemnizada por la adjudicataria, y será esta quien deba responder por ella ante cualquier instancia competente.

6. TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA.

Durante la ejecución de los trabajos objeto del contrato, la adjudicataria se compromete, en todo momento, a facilitar a las personas designadas por la persona responsable de contrato de la EC la información y documentación que ésta solicite para disponer de un pleno conocimiento de los trabajos desarrollados, así como de los eventuales problemas que puedan plantearse y de las tecnologías, métodos, y herramientas utilizadas para resolverlos.

7. RECURSOS PROFESIONALES MÍNIMOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

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 y un responsable por cada área de trabajo definida, perteneciente a su plantilla de personal, que tendrán entre sus obligaciones las siguientes:

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

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

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

   d. 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:

- ✓ **UNA (1) persona coordinadora.**

Con el objeto de coordinar y supervisar los servicios contratados, la entidad que resulte adjudicataria deberá nombrar, como se ha señalado anteriormente, un/a responsable del servicio que además de ejercer la interlocución será la persona que dirija y coordine los trabajos a realizar.

La persona responsable del servicio deberá tener la autonomía, experiencia profesional y capacidad de gestión y decisión suficiente para garantizar una rápida respuesta ante

cualquier incidencia, consulta o necesidad de la EC 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 PCAP, las entidades candidatas podrán formular mejoras en los tiempos de respuesta.

La persona responsable del servicio se reunirá periódicamente (según la periodicidad marcada por la EC) para tratar todos los aspectos del servicio.

Deberá estar localizable a través de un correo electrónico y un teléfono de contacto para gestionar cualquier aspecto del servicio. Esta persona deberá disponer de los siguientes medios:

- Teléfono Móvil
- Correo electrónico

✓ **Equipo operativo mínimo**

El equipo operativo propuesto deberá contar con la experiencia y la formación necesaria para la correcta prestación de los trabajos objeto de la presente contratación.

8. PENALIZACIONES

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

9. PROPIEDAD INTELECTUAL GENERADA EN EL MARCO DEL CONTRATO

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

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

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

inalámbrico, cualquier combinación de los anteriores y en general en cualquier sistema susceptible de utilización).

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

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

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

Corresponde, asimismo, a la EC la totalidad de la Propiedad Industrial que se generara con la ejecución del contrato, así como la exclusiva y titularidad de cuantas marcas y/o nombres comerciales se utilizaren en la ejecución del contrato y en especial la denominación de PRIMERAN y/o derivados.

En tal sentido, la adjudicataria del servicio deberá de tratar la marca e imagen de PRIMERAN conforme el manual e instrucciones de la EC, que mantendrá continuamente actualizado y monitorizará en su utilización, siendo las instrucciones al respecto de la EC vinculante en todo momento para la adjudicataria, y su incumplimiento causa de eventual penalización.

Fuera de la ejecución del servicio y las autorizaciones expresas al respecto, la adjudicataria no podrá utilizar en modo alguno las marcas de la EC.

10. CARÁCTER CONFIDENCIAL DE LOS DATOS APORTADOS. CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS.

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

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

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

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

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

11.DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR LAS CANDIDATAS

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

11.1 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.

11.2 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.