PLIEGO DE CONDICIONES PARA LA CONTRATACIÓN (BASADA EN ACUERDO MARCO) DE LOS SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA LA CREACIÓN DE LAS MARCAS Y PARA EL DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE LA CAMPAÑA DE LANZAMIENTO DE MAKUSI Y MAKUSI KLUBA



EXPEDIENTE Nº: 2022.02.CB.06

06/03/2023 (Versión 0)

A. ANTECEDENTES Y CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA CAMPAÑA

MAKUSI será la nueva marca de contenidos infantiles de EITB. El objetivo de EITB con la creación de la marca MAKUSI es el de revitalizar la comunidad infantil y juvenil mediante la generación de una nueva marca, fresca, actual y cercana a la vida e intereses de las y los jóvenes vascos que, mayoritariamente, consumen contenidos en el entorno digital. Debe transmitir modernidad y a la vez cercanía hacia los padres y madres que serán los principales prescriptores de la marca, sus contenidos y actividades. En ese sentido, EiTB tiene la responsabilidad de ofrecer un entorno seguro para garantizar que las niñas y niños tienen acceso a contenidos de interés y de acuerdo con los valores que debemos promover desde un grupo de comunicación público.

MAKUSI tendrá un derivado en formato de club, que se llamará MAKUSI KLUBA. Las marcas Makusi y Makusi Kluba, sustituyen a las actuales Hiru y Hiru Kluba.

En lo que respecta a MAKUSI, ésta surge como respuesta a los nuevos modelos de consumo entre el público infantil y juvenil para generar nuevas formas de relación con ese target y contribuir en la normalización del uso del euskera. Una nueva forma de relación, principalmente orientada al consumo de contenidos en el entorno y los medios digitales, aunque también vaya a tener presencia en la televisión lineal.

Makusi, por tanto, será una nueva plataforma digital dirigida a un público de 0 a 13 años que garantiza a los padres un consumo seguro de contenidos que transmiten valores como: igualdad, diversidad, visión crítica, cohesión social, solidaridad, amistad, conocimiento, hábitos saludables, etc. Para que el rango de edades a los que se dirige la plataforma digital (de 0 a 13 años) sea más fácilmente targetizable, se dividirá en los siguientes tramos: 0 a 4, 5 a 9, 10 a 13.

Se dirigirá a sus consumidores ofreciendo variedad de contenidos de entretenimiento y divulgación íntegramente en euskera, trasladando, además, el concepto "euskal-frame" que estamos proyectando en la creación de todos los contenidos de creación propia del grupo EiTB:

- "Somos lo que compartimos". Nosotros, EITB, la sociedad vasca, los vascos y vascas.
- Poseemos una identidad colectiva que nos une. Compartimos lengua, territorio, cultura, valores, actualidad, sueños… y emociones.

En lo que se refiere a MAKUSI KLUBA, éste se concibe como un nuevo club infantil y juvenil promovido por EiTB para favorecer la formación en euskera y en valores desde una perspectiva lúdica y de entretenimiento.

Un nuevo club, distinto al actualmente existente (Hiru Kluba) que, no obstante, dará continuidad a la base creada y trabajada en los últimos años, y mantendrá las sinergias existentes, creando nuevas vías de comunicación acordes a la actual sociedad digital.

Es en este contexto, donde se pretende contratar los servicios de agencia de publicidad para la creación de las marcas y para el diseño y producción de la campaña de lanzamiento de MAKUSI y MAKUSI KLUBA.

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 la creación de las marcas y para el diseño y producción de la campaña de lanzamiento de MAKUSI y MAKUSI KLUBA.

C. IDENTIDAD DE MARCA: CARACTERÍSTICAS Y VALORES

La marca Makusi debe contar con un diseño atractivo, divertido, moderno y coherente con el universo de EITB, pero bien diferenciado, con entidad y personalidad propia. El diseño debe ser impactante, reconocible, de fácil aplicación a los diferentes soportes y adaptable a las diferentes necesidades comunicativas de la plataforma y el club. Debe funcionar tanto para el target de edades más bajas (0-4 años) como para un público un poco más mayor (5 a 9) y también para el público más juvenil de 10 a 13 años. Por lo que se valorarán las adaptaciones de la marca, para que "tuneada", pueda llegar y resultar atractivas a un amplio rango de edades.

Deberán transmitir valores como igualdad, seguridad, cercanía, diversión y diversidad.

D. ALCANCE DEL CONTRATO BASADO

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

1. **Creación de la marca "MAKUSI".** Diseño y desarrollo de la identidad visual de la marca. Diseño y desarrollo del logotipo de MAKUSI Y MAKUSI KLUBA y sus posibles aplicaciones en distintos soportes tanto digitales como físicos (destacados, banners, iconos, perfil en redes sociales, carteles, tarjetas para miembros, camisetas, break bumpers…). En el proceso de creación conviene tener en cuenta que ambas marcas tendrán multitud de aplicaciones, y que los tamaños de aplicación pueden ser también de dimensiones reducidas.
2. **Creación y producción de música corporativa identificativa de la marca** (sintonía compuesta para ser reproducida en loop de un segmento no menor de 3 minutos) y los "jingles" y alertas de notificaciones para distintas aplicaciones en entornos digitales y lineales.
3. **Elementos gráficos relativos a la MARKA MAKUSI**, para diferentes usos en entornos digitales:

   a) Avatares identificativos de los diferentes perfiles de usuarios y definición del universo gráfico que se plantea.

      21 imágenes en formato PNG.
      De 512 X512 pixeles en formato cuadrado.
      Atractivos para el público al que va dirigido (0-13 años)

   b) Splash – intro inicial de arranque de la app en móvil y app de tv conectada que recoja la marca "Makusi"

      - 2"
      - Animación de la marca
      - Debe permitir que la marca "Makusi" sea legible permanentemente
      - Debe incluir audio identificativo

   c) Tudum – ident previo a la emisión de cualquier contenido de la plataforma

      - 3 o 4", máximo 4" tomando Netflix como referencia
      - Debe funcionar como introducción a distintos contenidos
      - Debe definir la personalidad de la marca primeran
      - Luz, color y optimismo

- la pieza debe estar sonorizada
- la pieza debe ser un video en formato mp4

4. **Elaboración del manual de identidad corporativa completo.** En este caso también cabe subrayar la importancia de la definición de colores a emplear, para evitar aberraciones o distorsiones entre pantones y rgb, así como alternaciones en tablets y dispositivos móviles.

5. **Elaboración de un plan estratégico de comunicación anual** para dar a conocer la marca MAKUSI (estrategia de la marca), incluyendo un claim aplicable en las distintas comunicaciones en entornos digitales y lineal.

6. **Elaboración y desarrollo de una campaña anual de comunicación de la marca**, incluyendo diseño y creación de materiales de comunicación y adaptación a medios y a redes sociales. Esta campaña de comunicación deberá englobar, ser acorde y estar coordinada con (i) los lanzamientos de contenidos en la plataforma MAKAUSI y (ii) con las actividades que se realizarán en el marco de MAKUSI KLUBA. Incluirá al menos:

   a) Un spot principal de televisión de en torno a 20 segundos y se han de realizar también piezas, de menor duración, que transmitan la nueva marca y el nuevo posicionamiento de Makusi.

   b) Cuñas para la radio.

   c) Plan de comunicación y marketing digital específico para redes, otras plataformas como IPTV, HBBTV y también los medios y plataforma digitales propios de EiTB, que recojan las piezas de promoción en horizontal y vertical de la campaña previa y el estreno.

Todas las piezas han de elaborarse únicamente en euskera salvo aquellas que tengan como público objetivo a los padres que se presentarán en euskera y castellano.

Las músicas utilizadas habrán, en todo caso, estar libres de derechos o han de poderse utilizar sin ningún tipo de limitación en cualquier aplicación, soporte o herramienta.

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 84.700 euros, incluido el 21% de IVA, y se desglosa en los siguientes conceptos:

- Presupuesto de licitación de la campaña: 60.000,00 euros + 12.600,00 euros de IVA. Total: 72.600,00 euros.

- Presupuesto para las adaptaciones sobre la campaña adjudicada (según precios unitarios adjudicados en el Acuerdo Marco): 10.000,00 euros + 2.100,00 euros de IVA. Total: 12.100,00 euros

Teniendo en consideración el contenido, tipo y términos del contrato basado que se propone formalizar, se ha estimado que el valor máximo al que debería ascender la contratación propuesta es de 70.000,00 euros (IVA no incluido):

Presupuesto de licitación (sin IVA)	70.000,00 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	70.000,00 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.

H. GARANTÍAS

Sí, de conformidad con el Acuerdo Marco formalizado, la garantía definitiva será del 5% del presupuesto base de licitación de cada contrato basado, es decir, de tres mil quinientos euros (3.500,00 €).

I. DURACIÓN DEL CONTRATO/ PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo para la realización de los trabajos es de **(2) meses** a contar desde el día siguiente a la notificación de la adjudicación del contrato basado.

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 *"Todas las entidades adjudicatarias estarán obligadas a presentar oferta a los contratos basados de este acuerdo marco que sean invitadas, pudiendo únicamente renunciar a presentar propuesta una vez a lo largo del contrato (prórrogas incluidas). 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 dos o más solicitudes de cada contrato basado o rechazarlas sin causa justificada. En caso de acumular dos (2) o más incumplimientos de este tipo, se podrá imponer la siguiente penalidad: 10% del presupuesto de cada uno de los trabajos rechazados o no atendidos. La justificación de la imposibilidad de prestar el servicio del contrato basado deberá ser por causa justificada. En todo caso deberá acreditarse estas circunstancias de forma documental. "

Se indica a continuación las renuncias a presentar oferta habidas hasta la fecha:

- AURMAN, S.A.: **0 renuncias**
- DIMENSION EX AGENCIA DE PUBLICIDAD, S.L. **1 renuncia**
- LA INVASIÓN DE LAS IDEAS, 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 valorará (de 0 a 70 puntos):

    a) *La alineación de la propuesta con los objetivos de la creación la marca Makusi, la plataforma y el club.*
    b) *El mejor claim.*
    c) *La mayor calidad técnica y artística de las piezas de la campaña.*
    d) *Coherencia de las líneas básicas del Plan Estratégico de Comunicación con los objetivos de EITB en relación con MAKUSI y MAKUSI KLUBA.*

    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 ofertas económica a valorar
O_{min}: Menor de las ofertas económicas recibidas (oferta mínima)

* En cualquier caso, el porcentaje de baja ofertado deberá ser, como mínimo, el ofertado por la entidad adjudicataria para la adjudicación del contrato basado, pudiendo ser objeto de mejora. En caso de que dicho porcentaje sea inferior al ofertado para la adjudicación del acuerdo marco, se asignarán 0 puntos.

Se indica a continuación los porcentajes de bajada ofertados por cada una de las adjudicatarias del Acuerdo Marco en su propuesta inicial:

- AURMAN, S.A.: **12,50%**
- DIMENSION EX AGENCIA DE PUBLICIDAD, S.L. **15,00%**
- LA INVASIÓN DE LAS IDEAS, S.L. **12,50%**
- SIROPE AGENCIA CREATIVA, S.L. **10,00%**

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.

L. PLAZO Y LUGAR DE PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Las ofertas se presentarán exclusivamente por medios electrónicos antes del **27 de marzo 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 presentados 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

O. RETRIBUCIÓN DEL CONTRATISTA

El abono de la contratista por la prestación se realizará previa presentación de factura. Las facturas deberán ser emitidas por la empresa que resulte adjudicataria, una vez el objeto del contrato haya sido correctamente realizado. Estas deberán contar con el visto bueno del Responsable del Contrato designado por la Entidad Contratante.

De conformidad con lo dispuesto en apartado H del presente pliego, los trabajos serán remunerados por la Entidad Contratante con base a los siguientes hitos de facturación:

- ✓ **Hito 1** - Elaboración del manual de identidad corporativa completo: un (1) mes a contar desde el día siguiente a la notificación de la adjudicación del contrato basado.

- ✓ **Hito 2** - Elaboración de las piezas comunicacionales relativas a la campaña anual: dos (2) meses a contar desde el día siguiente a la notificación de la adjudicación del contrato basado.

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**

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 especifico 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
60.000,00 €*			

**** Comentario: Para la adjudicación del contrato basado, el porcentaje de baja ofertado deberá ser, como mínimo, el ofertado para la adjudicación del acuerdo marco (campaña "Compartimos lo que somos/ Batzen gaituzten emozioak"), pudiendo ser objeto de mejora. En caso de que dicho porcentaje sea igual o superior al ofertado para la adjudicación del acuerdo marco, se asignarán 0 puntos.***

**** Comentario: No se incluye dentro de este presupuesto base de licitación de la campaña, el presupuesto para las adaptaciones sobre la campaña adjudicada (según precios unitarios adjudicados en el Acuerdo Marco) que se recoge en partida aparte.***

III.- Que en relación con el importe ofertado, el desglose del mismo queda como sigue:

Concepto	**Precio ofertado**	**IVA (…..%)**	**Precio total**
A.-Presupuesto de la parte creativa: generación y diseño de marca, manual de identidad corporativa, planes de Comunicaciones y creatividad de los diferentes elementos de comunicación, etc.			
A.1 ……			
A.2 ……			
A.3 ……			
A.4 ……			
B.- Coste de la producción de las diversas piezas de comunicación: spot, cuñas, contenidos para			

internet, soportes para campañas en medios externos a EITB, etc. Las propuestas creativas deben ajustarse y encajar en la parte de recursos destinados a la producción de estas piezas.			
B.1 ……			
B.2 ……			
B.3 ……			
B.4 ……			

**** Comentario: El valor de los diferentes conceptos desglosados corresponderá con el precio total base ofertado.***

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

Firmado[1-2]:

En cumplimiento de lo establecido en el Reglamento 2016/679 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 y en la Ley Orgánica 3/2018 de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales, el Grupo EiTB informa que los datos personales obrantes en el presente documento solamente serán utilizados para los fines propios del presente contrato. Los datos personales aquí recogidos no podrán ser cedidos a terceros sin previa información y aceptación expresa de la parte afectada.

La base que legitima el tratamiento de sus datos personal es la gestión de los expedientes de contratación del Grupo EiTB. Sus datos serán conservados por el Grupo EiTB durante los plazos marcados por la legislación vigente.

El destinatario de la información y responsable del tratamiento de datos es el Ente Público Euskal Irrati Telebista, ante quien se puede ejercitar los derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, portabilidad y limitación del tratamiento de sus datos dirigiéndose a la dirección de correo electrónico ***dbo-dpd@EiTB.eus*** *En cualquier situación, se tiene derecho a presentar una reclamación ante la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)* ***www.aepd.es***

[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 firmar 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 logotipo.
  - Líneas creativas a seguir por los elementos gráficos para entornos digitales (splash, tudum, avatares).
  - Las líneas básicas del Plan Estratégico de Comunicación.
  - La creatividad del spot televisivo y las cuñas de radio, así como un plan digital de lanzamiento de las marcas Makusi y Makusi Kluba.
  - Planteamiento de una promoción de lanzamiento de las marcas para redes.