PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARTICULARES DEL ACUERDO MARCO PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS PARA EL GRUPO EITB

MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO

EXPEDIENTE: 2022.02

01/02/2022 (Versión 0)

ÍNDICE

1. OBJETO 2
2. ANTECEDENTES 2
3. CARACTERÍSTICAS Y ALCANCE DEL SERVICIO 2
3.1 OBJETIVO 2
3.2 CARACTERÍSTICAS DE LA PRIMERA DE LAS CAMPAÑAS 4
3.3 PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN PARA EL RESTO DE LAS CAMPAÑAS A CONTRATAR 4
3.4 EJECUCIÓN DEL SERVICIO 5
3.5 DOTACIÓN ECONÓMICA PARA EL ACUERDO MARCO 6
4. RETRIBUCIÓN DE LA ENTIDAD ADJUDICATARIA 6
5. SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LOS TRABAJOS 6
6. RECURSOS PROFESIONALES PARA LA EJECUCIÓN DEL SERVICIO 6
6.1 CONDICIONES GENERALES 6
6.2 CONDICIONES PARTICULARES 8
7. RECURSOS TÉCNICOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO 8
8. PENALIZACIONES 8
9. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR LAS CANDIDATAS 9
9.1 SOBRE C.- DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN VALORADOS MEDIANTE JUICIO DE VALOR 9
9.2 SOBRE B.- DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LA OFERTA EVALUABLE AUTOMÁTICAMENTE A TRAVÉS DE FÓRMULAS. 9

1. OBJETO

El presente pliego tiene por objeto fijar las condiciones que regirán el acuerdo marco para la contratación de los servicios de agencia de publicidad para el desarrollo de campañas para el Grupo EITB, integrado por el Ente Público EUSKAL IRRATI TELEBISTA y su sociedad dependiente EITB MEDIA, S.A.U. (en adelante, **Grupo EITB**, **EITB**, **Entidades Contratantes** o **EC´s** indistintamente).

La prestación de los servicios se deberá efectuar con arreglo a los requerimientos y condiciones que se estipulan en este 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.

2. ANTECEDENTES

El Grupo EITB, como principal grupo de comunicación audiovisual de Euskadi, ha definido unas líneas estratégicas de comunicación y "marca" sobre las que basar los diversos proyectos publicitarios que realice a efectos de difundir y/o dar a conocer su actividad y/o contenidos.

Precisamente en atención con las líneas definidas, surge el primero de los proyectos publicitarios, correspondiente a una campaña que lleva como mensaje "**Batzen Gaiztuzten Emozioak"/" Compartimos lo que somos".**

En este tiempo EITB se ha mostrado como una entidad capaz de adaptarse con enorme profesionalidad, cercanía y eficacia a los diversos retos (tecnológicos, informativos, sociales, etc.) que el propio sector audiovisual le ha planteado.

EITB nació con el objetivo, entre otros, de preservar en la era de la digitalización y la globalización una cultura propia y una lengua minorizada como es el euskera. Este mandato, como muestran los excelentes resultados de estos últimos 40 años, ha sido (y continúa siendo) desarrollado con reconocida profesionalidad y compromiso.

En virtud de lo anterior, EITB ha decidido lanzar una campaña de publicidad que bajo el lema "**Batzen Gaiztuzten Emozioak"/"Compartimos lo que somos"** consiga reposicionar y reforzar la marca EITB como: grupo audiovisual, agente transformador social en dialogo permanente y fluido con la sociedad.

Todo ello con el objetivo de alcanzar el mayor impacto publicitario sobre el público objetivo integrando tanto a la audiencia habitual del Grupo EITB como a la que en la actualidad no es audiencia del Grupo EITB.

3. CARACTERÍSTICAS Y ALCANCE DEL SERVICIO

El licitador que obtenga la mejor relación calidad-precio en aplicación de los criterios de adjudicación del Acuerdo Marco resultará también adjudicatario del primer contrato derivado o basado, que incluirá la ejecución de la campaña inicial y sus adaptaciones con las características y alcance que se indica a continuación.

3.1 Objetivo

De acuerdo con lo expuesto el Grupo EITB, tiene como objetivo preservar una cultura propia y una lengua minorizada en la era de la digitalización y la globalización.

Por ello EITB como marca debe continuar siendo garantía de contenidos propios y en euskera ante los nuevos consumos y soportes digitales y referentes para la sociedad vasca en información y servicio público, conectando con la juventud, siendo una ventana al mundo.

Así, las líneas estratégicas de la comunicación de EITB se refieren a lo que EITB quiere ser y, por tanto, cómo quiere mostrarse a la sociedad. Concretamente:

> *EITB, el grupo audiovisual líder en Euskadi cumple 40 años de éxito al servicio de la sociedad vasca, gracias a su adaptación tecnológica, profesionalidad, con unos contenidos actuales, cercanos y de calidad.*
>
> *EITB, tiene como objetivo preservar una cultura propia y una lengua minorizada en la era de la digitalización y la globalización.*
>
> *EITB debe de ser garantía de contenidos vascos y en euskera ante los nuevos consumos y soportes digitales y referente para la sociedad vasca en información y servicio público, conectando con la juventud, siendo una ventana al mundo.*

En este contexto de presente y futuro surge una campaña publicitaria de reposicionamiento de la marca que sitúe a EITB como: grupo audiovisual, agente transformador social en dialogo permanente y fluido con la sociedad.

Este nuevo posicionamiento queda plasmado en el *claim*: **"Batzen Gaiztuzten Emozioak"/" Compartimos lo que somos".**

Lo que nos une, el vínculo, la afinidad, nace siempre de la emoción. Nos unen también las vivencias compartidas, el día a día y los deseos para el futuro.

Somos y compartimos territorio, cultura, valores, actualidad, emociones, en una interacción constante entre EITB y la sociedad vasca, en una transformación mutua permanente.

El *claim* **"Batzen gaituzten emozioak"/"Compartimos lo que somos"** expresa asimismo:

- *Identidad aglutinante y en constante evolución.*
- *Vivencias, experiencias, contenidos, imaginarios colectivos, emociones, valores que nos definen, expresan y unen.*
- La acción positiva de compartir, ligada a la nueva forma de comunicarse, las tecnologías emergentes, los medios audiovisuales, redes e internet.
- Un desarrollo inspirador con imágenes que representan a Euskadi.
- Un concepto de presente y de futuro.
- La dinamización de nuestras causas sociales y modos de vida.
- Un discurso local, global y emocional.

Por último, indicar que la campaña "Batzen gaituzten emozioak/Compartimos lo que somos" debe encajar y complementar la renovación de la imagen de continuidad de ETB y estar en sintonía con los valores de cercanía, modernidad, compromiso social y atrevimiento que representa. Asimismo, debe poder convivir con los elementos icónicos de la misma como son el txantxangorri (representado en el logotipo de EITB), el huevo del txantaxangorri (como símbolo que representa nuestro origen), el euskera, la cultura,

la sociedad vasca actual en general y los elementos de tipo escultórico inspirados en los más destacados artistas vascos.

3.2 Características de la primera de las campañas

Los trabajos a desarrollar comprenderán la realización de, al menos, los siguientes trabajos:

- Diseño publicitario (enfoque y posicionamiento) de la campaña relativa al *claim*: "**Batzen Gaiztuzten Emozioak"/" Compartimos lo que somos**".

  A tal efecto, las candidatas deberán:

  ✓ Proponer un enfoque y estrategia comunicativa de la campaña diseñada.
  ✓ Definir las líneas estéticas esenciales de la campaña.
  ✓ Concretar las piezas "comunicacionales" en que se materializará la campaña.

- Diseño creativo y producción de la campaña relativa al *claim*: "**Batzen Gaiztuzten Emozioak"/" Compartimos lo que somos**",

  Quedaran comprendidos dentro del objeto de la presente contratación la creatividad, preproducción y/o producción de al menos las siguientes piezas comunicacionales:

  ✓ Un spot (para televisión, salas de cine e internet)

  ✓ Al menos cinco (5) piezas cortas de 5 segundos con imágenes que transmitan el concepto emocional de la campaña y que puedan ser integradas en las cortinillas e identificativos de la nueva continuidad de ETB. La labor de encaje en las piezas de continuidad sería realizada de ETB.

  ✓ Cuñas de radio de radio de 20" y versión reducida de 10" incluyendo la correspondiente fase de preproducción.

  ✓ Diseño creativo y producción de pieza comunicacional para internet.

  ✓ Diseño creativo y producción de otros formatos gráficos para prensa escrita y publicidad exterior.

Todos los trabajos descritos deberán ser realizados y ejecutados en euskera y castellano.

3.3 Procedimiento de adjudicación para el resto de las campañas a contratar

El Acuerdo marco comportará la ejecución de distintas campañas adicionales a la campaña inicial indicada en el apartado anterior, cuyo procedimiento de adjudicación **entre los cinco (5) adjudicatarios** del Acuerdo marco será el que se describe a continuación. Cada licitador presentará una propuesta creativa y económica para cada campaña/contrato basado en función del *briefing* y condiciones específicas que remitirá la EC.

Dichas campañas, como contratos derivados o basado serán los trabajos a realizar al amparo del presente acuerdo marco, adjudicándose por las EC´s de acuerdo con el procedimiento descrito a continuación:

1ª Solicitud de servicio por las EC´s.

En la campaña se iniciarán por parte de las EC's con una "solicitud de servicio/campaña" en la que se definirán, al menos, los siguientes elementos:

i) Elementos de tipo técnico:

- ✓ Enfoque y estrategia comunicativa para EITB en 2022 en coordinación con la estrategia 2030 de EITB / objetivo de la campaña / público objetivo al que dirigir la campaña / *Briefing* de la campaña.
- ✓ Planificación prevista para la campaña.
- ✓ El/los idiomas de la campaña, euskera y/o castellano

ii) Elementos de tipo económico:

- ✓ Presupuesto máximo de la campaña.

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.

Sobre las directrices señaladas por las EC's, las entidades seleccionadas deberán desarrollar en un plazo máximo de quince (15) días laborales para la campaña a contar en ambos casos desde la remisión de solicitud de servicio/campaña, UNA propuesta en euskara y/o castellano de la campaña.

2ª Adjudicación y formalización por parte de las EC's

Las EC's, de acuerdo con los criterios de valoración definidos en el apartado 22 del Pliego de cláusulas administrativas específicas, procederán a adjudicar la campaña a la oferta que obtenga la mejor relación calidad-precio y a formalizar la misma mediante acuerdo del Órgano de Contratación y mediante un pedido de compras.

En el supuesto de que ninguna de las propuestas recibidas sea admisible, la Entidad Adjudicataria declarará motivadamente desierto el procedimiento y podrá solicitar de nuevo propuestas a las empresas seleccionadas.

3.4 Ejecución del servicio

La adjudicataria deberá realizar los trabajos de conformidad con la propuesta realizada mediante una metodología avanzada en la creación de publicidad en euskera y castellano, no siendo suficiente un modelo basado en procesos de traducción.

En el plazo máximo de tres (3) días laborales a contar desde la remisión de la aprobación formal, se realizará una reunión de lanzamiento del servicio de la cual la adjudicataria recogerá acta y donde se fijarán en detalle los trabajos a realizar.

Para la ejecución de los trabajos descritos la entidad que resulte adjudicataria deberá atender en todo momento a las directrices temáticas y de perspectiva trasladadas por las EC's en la solicitud de servicio/campaña.

3.5 Dotación económica para el Acuerdo Marco

Con el objeto de facilitar la elaboración de propuestas por parte de las Candidatas, se prevé que al amparo de la presente contratación podrán llegar a ser contratados hasta un máximo de 1.200.000 euros para los dos años de contrato (600.000 euros/año).

Dado que no es posible conocer *a priori* el número y el objeto de campañas que serán desarrolladas por el Grupo EITB, las *EC's se reservan la posibilidad de agotar o no en su totalidad el presupuesto base de licitación, sin derecho alguno del adjudicatario a reclamar ninguna indemnización o variar el precio establecido en su oferta*.

4. RETRIBUCIÓN DE LA ENTIDAD ADJUDICATARIA

La adjudicataria (de cada campaña) será remunerada de acuerdo con la oferta realizada al amparo de la presente contratación.

En función de los trabajos ejecutados y una vez finalizados los trabajos relativo a la campaña en cuestión, la adjudicataria deberá en atención a los precios adjudicados emitir una factura.

En todo caso, las facturas deberán cumplir con todos los requisitos que recoge la normativa reguladora de las obligaciones de facturación.

Asimismo, el desglose de las facturas será el suficiente y necesario para atender las necesidades de las EC's y para posibilitar una conformidad óptima.

5. SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LOS TRABAJOS

A fin de coordinar los trabajos propios del servicio, las EC's se reservan la facultad de comprobar el correcto cumplimiento de todas las obligaciones previstas en la documentación contractual.

6. RECURSOS PROFESIONALES PARA LA EJECUCIÓN DEL SERVICIO

6.1 Condiciones generales

El personal adscrito a la prestación del servicio dependerá exclusivamente de la entidad que resulte adjudicataria (contratista), única que ostentará los derechos y obligaciones inherentes a su condición de empleadora.

A tales efectos, la empresa contratista asumirá las siguientes obligaciones:

1. Corresponderá exclusivamente a la entidad que resulte adjudicataria (contratista) la selección del personal que, reuniendo los requisitos de titulación y experiencia exigidos en la cláusula siguiente del presente pliego formará parte del equipo de trabajo adscrito a la ejecución del contrato, sin perjuicio de la verificación por parte de las Entidades Contratantes del cumplimiento de aquellos requisitos.

2. La entidad que resulte adjudicataria (contratista) procurará que exista estabilidad en el equipo de trabajo, y que las variaciones en su composición sean puntuales y obedezcan a razones justificadas, en orden a no alterar el buen funcionamiento del servicio (cuando existan razones que justifiquen esta exigencia), informando en todo momento a las Entidades Contratantes.

3. La entidad que resulte adjudicataria (contratista) asume la obligación de ejercer de modo real, efectivo y continuo, sobre el personal integrante del equipo de trabajo encargado de la ejecución del contrato, el poder de dirección inherente a toda empresa.

   En particular asumirá la negociación y pago de los salarios, la concesión de permisos, licencias y vacaciones, las sustituciones del personal en casos de baja o ausencia, las obligaciones legales en materia de Seguridad Social, incluido el abono de cotizaciones y el pago de prestaciones cuando proceda, las obligaciones legales en materia de prevención de riesgos laborales, el ejercicio de la potestad disciplinaria, así como cuantos derechos y se deriven de la relación contractual entre las partes empleada y empleadora.

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

   a. Actuar como interlocutora de la entidad adjudicataria (contratista) frente a las Entidades Contratantes, canalizando la comunicación entre la empresa contratista y el personal integrante del equipo de trabajo adscrito al contrato, de un lado, y las Entidades Contratantes, de otro lado, en todo lo relativo a las cuestiones derivadas de la ejecución del contrato.

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

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

   d. Organizar el régimen de vacaciones del personal adscrito a la ejecución del contrato, debiendo a tal efecto coordinarse adecuadamente la contratista con las Entidades Contratantes, a efectos de no alterar el buen funcionamiento del servicio.

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

   f. Garantizar que mientras las personas puestas a disposición del servicio objeto de la presente contratación se encuentren en alguna una de los Centros de las Entidades Contratantes estos cumplan con las normas de seguridad de las Entidades Contratantes y cuenten con los correspondientes distintivos que los identifique como personal de la entidad que resulte adjudicataria del servicio.

Si a consecuencia del incumplimiento por la entidad que resulte adjudicataria (contratista) de las obligaciones asumidas en virtud de esta cláusula, las EC's fueran condenadas al pago de cantidades con carácter solidario con la empresa contratista, se

repercutirá en ésta la suma satisfecha, a cuyos efectos las EC's se reservan el ejercicio de cualesquiera acciones, administrativas o judiciales, que sean adecuadas y convenientes hasta la total recuperación de las cantidades pagadas.

6.2 Condiciones particulares

Concretamente, para la correcta prestación de los servicios objeto de la presente contratación, la adjudicataria deberá contar con, al menos, los siguientes profesionales:

- UN/A profesional Coordinador/a responsable del servicio

Con el objeto de coordinar y supervisar los servicios contratados, la empresa que resulte adjudicataria deberá nombrar, como se ha señalado anteriormente, a una persona responsable de servicio.

Se facilitarán los datos de esta persona que será la que se mantenga en contacto con el responsable del contrato de las EC's.

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 las EC's en relación a todos los aspectos del contrato.

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

El profesional propuesto para desarrollar estas funciones deberá poder comunicarse en los dos idiomas oficiales de la CAE (euskera y castellano).

Deberá estar localizable a través de un correo electrónico y un teléfono de contacto para gestionar cualquier aspecto del servicio tanto en horas de oficina, como fuera de hora de oficina (incluido fines de semana y festivos).

Esta persona deberá disponer de los siguientes medios:

- Teléfono Móvil (24 horas x 365 días)
- Correo electrónico

- Equipo de apoyo

El Adjudicatario deberá poner a disposición del servicio un equipo de apoyo adecuado en número y con la experiencia y la formación necesaria para la correcta prestación de los trabajos objeto de la presente contratación.

7. RECURSOS TÉCNICOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La empresa que resulte adjudicataria pondrá a disposición del servicio (sin que esto suponga coste económico adicional) cuantos medios técnicos sean requeridos para la correcta prestación del servicio.

8. PENALIZACIONES

Además de las previstas en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares las EC's se reservan la facultad de aplicar penalizaciones en aquellos casos en que la empresa que resulte adjudicataria del servicio incurra en alguno de los siguientes supuestos:

- No prestar el servicio en las condiciones pactadas en el Pliego o en la oferta Adjudicataria.

- Falta de diligencia en la prestación del contrato, incurriendo de forma injustificable, en más tiempo del necesario.

- Negarse o demorarse a facilitar la información que, relativa al servicio contratado, sea demandada por el responsable del Grupo EITB. El plazo máximo para la entrega de la documentación solicitada será de 5 días naturales a partir de la comunicación formal.

- Falta de diligencia en la prestación del servicio, incurriendo de forma injustificable, en más tiempo del necesario.

- La desatención inexcusable a las indicaciones que las EC´s faciliten por escrito a la adjudicataria para corregir deficiencias correctamente señaladas por aquel.

- La modificación del servicio sin causa justificada y sin notificación previa.

- Otros incumplimientos de normas generales y específicas previstas en el pliego.

El supuesto descrito en el párrafo anterior podrá conllevar la imposición de la siguiente penalización:

✓ Hasta 2.000 euros de penalización por cada incumplimiento en función de la gravedad.

DOS (2) incumplimientos facultarán a las EC´s a la resolución del contrato. Asimismo, la cuantía global por estas penalizaciones en ningún caso podrá superar el 10 por 100 del presupuesto del contrato. Superado este importe, las EC´s se reserva la facultad de resolver el contrato con la correspondiente incautación de la garantía definitiva.

Las penalidades, que en su caso, pudieran llegar a imponerse lo harán por acuerdo del órgano de contratación de conformidad con el procedimiento previsto en la cláusula 31.2 de condiciones generales del PCAP.

9. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR LAS CANDIDATAS

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

9.1 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.

9.2 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.