

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS
PARTICULARES DEL ACUERDO MARCO PARA LA
CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE AGENCIA DE
PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS
MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO



EXPEDIENTE: 2025.05

12/03/2025 (Versión 0)



ÍNDICE

1.	OBJETO	2
2.	ANTECEDENTES	2
3.	CARACTERÍSTICAS Y ALCANCE DEL SERVICIO	3
3.1	OBJETIVO DEL PRIMER CONTRATO BASADO.....	3
3.2	CARACTERÍSTICAS DE LA PRIMERA DE LAS CAMPAÑAS	4
3.3	PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN PARA EL RESTO DE LAS CAMPAÑAS A CONTRATAR.....	5
3.4	EJECUCIÓN DEL SERVICIO.....	6
3.5	DOTACIÓN ECONÓMICA PARA EL ACUERDO MARCO.....	6
4.	RETRIBUCIÓN DE LA ENTIDAD ADJUDICATARIA	6
5.	SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LOS TRABAJOS.....	7
6.	RECURSOS PROFESIONALES PARA LA EJECUCIÓN DEL SERVICIO	7
6.1	CONDICIONES GENERALES.....	7
6.2	CONDICIONES PARTICULARES	8
7.	RECURSOS TÉCNICOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO.....	9
8.	PENALIZACIONES.....	9
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 EITB MEDIA, S.A.U. (en adelante, **EITB MEDIA, Entidad Contratante** o **EC** indistintamente).

Adicionalmente a lo anterior, indicar que ya existe la necesidad de contratar una primera campaña. Por ello:

- i. Se adjudicará con esta campaña el primero de los contratos basados del acuerdo marco.
- ii. Se utilizará la valoración (técnica y económica) de esta primera campaña como uno de los posibles criterios de valoración para la selección de las seis (6) empresas con las cuales se formalizará el acuerdo marco.

La prestación de los servicios se deberá efectuar con arreglo a los requerimientos y condiciones que se estipulan en este Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares (en adelante, PPTP), así como en el correspondiente Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (en adelante, PCAP), relativas a la presente contratación, de los que se derivan los derechos y obligaciones de las partes contratantes.

2. ANTECEDENTES

La visión de EITB 2030 es clara, ser la garantía de contenidos audiovisuales vascos y en euskera ante los nuevos soportes y hábitos de consumo, con nuestros medios de comunicación como referente para la sociedad vasca en información y servicio público, conectando con la juventud y siendo una ventana vasca al mundo y garantizando la sostenibilidad del "Proyecto EITB".

EITB debe liderar un ecosistema audiovisual en plena evolución que requiere una adaptación a las nuevas necesidades y demandas de la sociedad vasca. Esta adaptación se extiende también a las formas de comunicación emergentes que las nuevas tecnologías exigen; todo ello enmarcado en un contexto de valores y principios fundacionales que deben preservarse, como son el euskera, la cultura y la sociedad vasca.

EITB, además de evolucionar en paralelo, tiene la misión de ser parte del cambio convirtiéndose en un agente transformador. Los proyectos son el elemento que permite materializar el cambio y avanzar hacia la visión de EITB2030. A día de hoy ya son una realidad **3 plataformas digitales gratuitas y en euskera** que forman parte del nuevo ecosistema digital:

PRIMERAN: Dirigida a un target estratégico joven.

MAKUSI : Dirigida al público infantil

GUAU: Gure audioa, plataforma que aglutina toda la producción de audio vasca y en euskera además de las radios del grupo.

En breve lanzaremos el soporte digital de la marca **ORAIN berriak/noticias** y de **kirolak**, que nos ayudarán a consolidar el liderazgo informativo y deportivo. Todas ellas formarán un nuevo mapa de marcas digitales que responderán a todas las necesidades de la sociedad vasca y que confluyen en el nuevo portal de portales que es **eitb.eus**.



Este proceso de digitalización terminará con **el lanzamiento de ETB play**, que sustituirá y mejorará sustancialmente al actual ETB nahieran (televisión a la carta).

En este escenario, EITB lanzará en otoño una campaña para **dar a conocer ETB play y reposicionar** el concepto de televisión a la carta que representa en el mercado.

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 del primer contrato basado

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 vascos 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.

Dado que el target joven es prioritario para EITB en esta nueva etapa, el plan de comunicación y, especialmente, el plan digital debe incidir en este aspecto y tener en cuenta los nuevos soportes y nuevos modos de comunicación y el consumo digital, principalmente, de los y las jóvenes.

En este escenario de digitalización y de nuevo ecosistema digital, EITB ha decidido **relanzar y reposicionar ETB play**, con un **nuevo naming** y **muchas funcionalidades nuevas** que mejoran notablemente la experiencia de usuario y revalorizan el actual concepto de televisión a la carta.

Nuevo naming: **ETB play** nace para sustituir, **renovar y mejorar** el actual ETB nahieran y conseguir los siguientes **objetivos tácticos**:

- Asegurar el **crecimiento de nuestra audiencia** a futuro.
- Atraer **nuevas audiencias** y aumentar el consumo de nuestros contenidos en todos los targets.
- Maximizar la **eficiencia** de cada canal.
- **Optimizar los recursos** de ETB para aportar valor en el landscape digital.

¿QUÉ ES ETB Play?

- ETB Play es el **nuevo concepto** de Nahieran, el **reflejo de ETB en una plataforma digital**.
- Es la sección de **catchup de contenido** de la televisión líneal.
- El **catchup** puede ser de 7d, 15d, 21d ... o lo **establecido por la licencia** negociada para cada **contenido que no sea propio**.
- Los contenidos propios no tendrán catchup.
- Estará alojada en la sección de televisión de eitb.eus
- Tendrá app propia compatible con todas las plataformas y servidores.

¿QUE CONTENIDO HABRÁ EN ETB Play?



- **Contenido de entretenimiento y programas** de la televisión lineal, lo que se emite en ETB se puede ver en ETB play en el momento y lugar que tu decidas.
- **Contendrá series/documentales/películas de producción propia sin catchup o participadas con catchup de larga duración.**
- **No contendrá formatos de noticias** (eliminamos el clipping y formato editorial de news)
- Podrán emitir **contenidos en streaming, tanto de ETB como propios**
- Todos los contenidos tendrán información de valor asociada a través de una ficha promocional.

¿CÓMO SE ESTRUCTURA EL CONTENIDO?

HOME: Contenido curado destacado de TV.

- **Guía completa de programación** para poder ver lo que ya se ha emitido
- **Zuzenean:** Canales de ETB en directo o propuestas de streaming propias (centradas mayoritariamente en el deporte)
- **Colección:** Programas, series, películas, documentales de producción propia + los comprados con su catchup.



3.2 Características de la primera de las campañas

La propuesta a valorar comprenderá la realización de, al menos, los siguientes conceptos:

- **Concepto de campaña** (enfoque, estrategia y posicionamiento):

A tal efecto, las candidatas deberán:

- ✓ Proponer el enfoque y estrategia comunicativa de la campaña diseñada, las líneas generales del plan de comunicación.
- ✓ El eslogan de campaña
- ✓ En coherencia con el enfoque, la estrategia de medios óptima, haciendo hincapié en el plan digital.

- **Diseño creativo de la campaña:**

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



- ✓ **key visual** : Representación gráfica principal de la campaña
- ✓ **Spot**: Propuesta de spot principal de campaña
- ✓ **Propuesta y número de piezas para soportes concretos considerados clave para el éxito de la campaña.**
- ✓ Propuesta de **evento complementario** a la campaña, con presupuesto detallado, que la adjudicataria deberá llevar a cabo, si así lo decide la EC. (PRESUPUESTO MÁXIMO 50.000)
- ✓ Propuesta de acción especial (OOH o DOOH) (opcional)

En caso de resultar Adjudicataria todos los trabajos descritos deberán ser realizados y ejecutados en euskera y castellano en caso de que la EC así lo solicite. Especial atención a que los eslóganes o posibles juegos de palabras funcionen en ambos idiomas.

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 SEIS (6) 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 basados serán los trabajos a realizar al amparo del presente acuerdo marco, adjudicándose por la EC de acuerdo con el procedimiento descrito a continuación:

1ª Solicitud de servicio por la EC.

El proceso arrancará por parte de la EC 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 de EITB 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 **DOS (2) veces al año**.

El no cumplimiento de ello podrá dar lugar a penalizaciones de conformidad con la cláusula "13.1.- PENALIDADES POR INCUMPLIMIENTO DEL ACUERDO MARCO" del PCAP.

Sobre las directrices señaladas por la EC, las entidades seleccionadas deberán desarrollar en un plazo máximo de quince (15) días laborales UNA propuesta en euskera



y/o castellano de la campaña, a contar en ambos casos desde la remisión de solicitud de servicio/campaña.

2ª Adjudicación y formalización por parte de la EC

La EC, de acuerdo con los criterios de valoración definidos en el apartado 22 de Cláusulas Específicas del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, 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.

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 la EC en la solicitud de servicio/campaña.

3.5 Dotación económica para el Acuerdo Marco

El valor estimado del contrato es de 2.400.000,00 euros.

El valor estimado del acuerdo marco (importe total, teniendo en cuenta la duración inicial y las posibles prórrogas, sin incluir el Impuesto sobre el Valor Añadido) que, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 101, apartados 10 y 13, de la Ley 9/2017, de contratos del sector público, se ha calculado teniendo en cuenta el conjunto de contratos basados previstos durante su duración total. El valor estimado tiene un carácter meramente orientativo y no vinculante, ya que el volumen total de gasto vendrá determinado por las necesidades concretas de EITB durante la vigencia del acuerdo marco, actuando el valor estimado, en todo caso, como un máximo de gasto vinculado al acuerdo marco.

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 la EC y para posibilitar una conformidad óptima.

5. SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LOS TRABAJOS

A fin de coordinar los trabajos propios del servicio, la EC se reserva 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 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.

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 la EC.

La persona responsable del servicio deberá tener la autonomía y capacidad de gestión y decisión suficiente para garantizar una rápida respuesta ante cualquier incidencia, consulta o necesidad de la EC 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

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