PLIEGO DE CONDICIONES PARA LA CONTRATACIÓN (BASADA EN ACUERDO MARCO) DE LOS SERVICIOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA LA CREACIÓN Y PRODUCCIÓN DE LA CAMPAÑA DE EITB MARATOIA 2025



EXPEDIENTE Nº: 2022.02.CB.15

27/02/2025 (Versión 0)

A. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA

El Grupo EITB, en el ámbito de su proyecto de Responsabilidad Social Corporativa, desarrolla, a través de su sociedad gestora, EITB MEDIA S.A.U., diferentes iniciativas de acercamiento a la sociedad, como EITB MARATOIA.

Entre todas las iniciativas destaca especialmente la anteriormente señalada, conocida como EITB MARATOIA, proyecto de referencia con excelente acogida por parte de la sociedad vasca, que tiene como fin principal la recaudación de fondos para apoyar una causa solidaria, como es la investigación biomédica, en torno a determinadas enfermedades o grupo de enfermedades.

En concreto, durante el año 2025, el eje de comunicación de la edición XXVI de EITB MARATOIA será el envejecimiento saludable, y la campaña estará dedicada a concienciar y recaudar fondos para la investigación en la lucha contra las enfermedades asociadas al envejecimiento de la población.

Se adjunta a este briefing el documento "Fragilidad, Envejecimiento y Salud", del que se extraen los siguientes puntos:

- En todo el mundo, las personas viven más tiempo que antes. Hoy, la mayor parte de la población tiene una esperanza de vida igual o superior a los 60 años. Todos los países del mundo están experimentando un incremento tanto de la cantidad como de la proporción de personas mayores en la población.

- En 2030, una de cada seis personas en el mundo tendrá 60 años o más. En ese momento, el grupo de población de 60 años o más habrá subido de 1000 millones en 2020 a 1400 millones.

- En 2050, la población mundial de personas de 60 años o más se habrá duplicado (2100 millones). Se prevé que el número de personas de 80 años o más se triplique entre 2020 y 2050, hasta alcanzar los 426 millones.

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 y producción de la campaña EITB MARATOIA 2025.

Así, la empresa adjudicataria tendrá que diseñar y elaborar el plan de acción que englobará las distintas creatividades y acciones audiovisuales a ejecutar en el marco del proyecto "EITB MARATOIA 2025" para EITB.

C. CARACTERÍSTICAS DE LA CAMPAÑA

El tono de la campaña siempre ha de ser positivo, que anime a un envejecimiento saludable.

El plan integral que la empresa adjudicataria ha de proponer debe incluir la estrategia digital, las campañas en radio y televisión, así como propuestas de eventos y acciones especiales para la consecución de los objetivos de EITB MARATOIA: sensibilización sobre el envejecimiento y obtención de recursos económicos para la investigación.

Una de las señas de identidad de EITB MARATOIA en los últimos años es la utilización de una canción como eje de la campaña de comunicación y promoción, una canción que sirve para hacer partícipe a la ciudadanía y sumarse a la iniciativa de forma solidaria, además de generar contenido audiovisual para alimentar a nuestros medios, a través de vídeos, reinterpretaciones de las canciones con versiones, coreografía o cualquier otra actividad que enriquezca la campaña. Aunque la utilización de la canción se mantiene en las últimas ediciones de EITB MARATOIA, cada año se busca un elemento adicional y diferenciador que le dé personalidad propia a cada nueva edición y un punto de novedad. Aspectos que han acompañado a la canción y a la campaña con actividades tan diversas como compartir recuerdos, componer bertsos o mojarse al ritmo de la canción elegida.

Asimismo, se requiere el planteamiento de eventos o actividades que impulsen EITB MARATOIA y hagan partícipe de la iniciativa solidaria a la ciudadanía. Estos actos serán complementarios a los que organice EITB y deberán llevarse a cabo de manera coordinada.

Para la edición de 2025, aún no se ha elegido ninguna canción.

D. ALCANCE DEL CONTRATO BASADO

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

1. **Creación de un plan integral de comunicación de la campaña de EITB MARATOIA 2025** que incluya tanto medios convencionales como digitales u otro tipo de acciones de comunicación.
2. **Eslogan de la campaña** aplicable en las distintas comunicaciones en entornos digitales y lineal.
3. **Piezas comunicacionales**:
    a) Spot principal de televisión de en torno a 20 segundos y se han de realizar también píldoras de menor duración.
    b) Cuñas para la radio
    c) Gráfica de campaña
    d) Contenidos para Internet, otras plataformas y redes sociales. Se han de crear imágenes y vídeos para Internet y también para redes sociales como YouTube, Facebook, Twitter, Instagram o Tik Tok.
4. **Elementos adicionales**
    a) Un elemento, actividad o propuesta que pueda acompañar y enriquecer a la canción de la campaña, como puede ser una coreografía o cualquier otro tipo de propuesta que dote a la canción de una originalidad y diferenciación respecto a ediciones pasadas.
    b) Propuestas de posibles eventos que apoyen la iniciativa o actos de relaciones públicas. Las iniciativas han de servir para involucrar a diferentes colectivos en favor del envejecimiento saludable. Colectivos de personas mayores, pero también de estudiantes, jóvenes, entidades deportivas, instituciones…

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

E. CONSULTAS

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

F. ENTIDAD CONTRATANTE

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

G. PRESUPUESTO

El presupuesto base de licitación del contrato basado es de 36.300 euros, incluido el 21% de IVA, y se desglosa en los siguientes conceptos:

- Presupuesto de licitación de la campaña: 25.000,00 euros + 5.250,00 euros de IVA. Total: 30.250,00 euros.
- Presupuesto para las adaptaciones sobre la campaña adjudicada (según precios unitarios adjudicados en el Acuerdo Marco): 5.000,00 euros + 1.050,00 euros de IVA. Total: 6.050,00 euros

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

Presupuesto de licitación (sin IVA)	30.000,00 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	30.000,00 euros

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

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

H. GARANTÍAS

Sí, de conformidad con el Acuerdo Marco formalizado, la garantía definitiva será del 5% del precio de adjudicación de cada contrato basado, es decir, de mil quinientos euros (1.500,00 €).

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 formalización del contrato basado y la duración del contrato se extenderá hasta fin de año por si hubiera que realizar ajustes o adaptaciones, ya que previsiblemente el día grande de EITB MARATOIA será el 18 de diciembre de 2025 y las facturas han de ser siempre aprobadas por parte de la EC.

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.: **1 renuncia**
- DIMENSION EX AGENCIA DE PUBLICIDAD, S.L. **1 renuncia**
- LA INVASIÓN DE LAS IDEAS, S.L. **1 renuncia**
- 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 del plan integral de comunicación de la campaña con los objetivos de la creación y producción de la campaña EITB MARATOIA 2025.*

b) *El mejor eslogan de la campaña que recoja de forma impactante y eficaz la esencia de la propuesta.*
c) *La mayor calidad técnica y artística de las piezas de la campaña.*
d) *La originalidad de la campaña, la diversidad de las piezas y la efectividad de las mismas.*
e) *La creatividad del spot televisivo y las cuñas de radio, así como el plan digital de campaña.*
f) *El mejor elemento, actividad o propuesta que pueda acompañar y enriquecer a la canción, y las mejores propuestas de posibles eventos que apoyen la iniciativa. Estos elementos adicionales aportarán valor añadido a la acción socializadora de la canción. Se valorará la originalidad y el impacto de las acciones o eventos propuestos.*
g) *La utilización de nuevos soportes que ayuden a transmitir la idea de modernidad y el carácter innovador del servicio*

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 **31 de marzo de 2025 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 a la dirección de correo electrónico ordainketak@eitb.eus, 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 plan integral de comunicación de la campaña de EITB MARATOIA 2025, incluyendo el eslogan de la misma, así como el elemento o la actividad que lo acompañarán: 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 EITB MARATOIA 2025 y los detalles de los eventos propuestos que apoyen la iniciativa: 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 específico de personas con discapacidad.

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

Presupuesto base de licitación de la campaña (sin IVA)	Precio base ofertado	IVA (…..%)	Precio total
25.000,00 €*			

**** 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 creación de un plan integral de comunicación de la campaña de EITB MARATOIA			
A.1 ……			
A.2 ……			
A.3 ……			
A.4 ……			
B.- Coste de la producción de las diversas piezas de comunicación: spot, cuñas, gráfica, 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 de 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 personales 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 Autoridad Vasca de Protección de Datos (AVPD)* ***www.avpd.euskadi.eus***

[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 plan integral de comunicación de la campaña de EITB MARATOIA
  - El eslogan.
  - Las piezas comunicacionales (spot, cuñas, gráfica, contenidos para Internet).
  - Los elementos que la acompañen y enriquezcan, y propuestas de posibles eventos que apoyen la iniciativa.