

## MEMORIA JUSTIFICATIVA SOBRE LA NECESIDAD E IDONEIDAD DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 22 29 UN SECTOR AGRARIO DEL SIGLO XXI» DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, MUNDO RURAL, TERRITORIO Y POBLACIÓN.

Según lo establecido en los artículos 28 y 116 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (en adelante, LCSP), por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, se propone al órgano de contratación la realización del presente contrato mediante procedimiento abierto simplificado abreviado regulado en el artículo 159.6 de la LCSP, emitiendo, de forma previa a su inicio, la presente memoria justificativa.

La presente memoria estructura su contenido de acuerdo con los siguientes apartados:

1. Justificación de la necesidad y la idoneidad del contrato.
2. Objeto y naturaleza del contrato.
3. Aspectos económicos del contrato.
4. Duración del contrato y plazo de ejecución.
5. Licitación y adjudicación del contrato.
6. Formalización del contrato.
7. Condiciones especiales de ejecución
8. Penalidades
9. Subcontratación
10. Cesión del contrato
11. Derechos y obligaciones de las partes. Responsable del contrato.
12. Abono del precio del contrato.

### 1. Justificación de la necesidad y la idoneidad del contrato.

#### 1.1. Marco normativo.

Este contrato de difusión publicitaria encuentra su fundamento normativo en el artículo 5 de la Ley 7/2017, de 22 de mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional, así como en el artículo 17 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

La citada Ley 7/2017 establece en su artículo 5 que “las campañas de publicidad institucional se articularán mediante los contratos de publicidad, de difusión publicitaria, de creación publicitaria o de patrocinio previstos en la normativa vigente reguladora de la publicidad con carácter general”, es decir, en la mencionada Ley 34/1988.

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE |                          |                          | en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja. | Pág. 1 / 13 |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--|-------------|
| Expediente                         | Tipo                     | Procedimiento            | Nº Documento   |             |
| 12-7-9.02-0027/2022                | Memoria justificativa    | Contratación electrónica | 2022/0556863   |             |
| Cargo                              | Firmante / Observaciones |                          | Fecha/hora   |             |
| 1 Secretaria General Técnica       |                          |                          |  |             |
| 2                                  |                          |                          |  |             |

La justificación de la licitación de este contrato, según lo preceptuado en el artículo 28 de la LCSP, se encuentra en la necesidad de dar cumplimiento y realización a los fines relacionados con la competencia en materia de publicidad institucional.

Según el artículo 1.2 de la precitada Ley 7/2017, se entiende por comunicación institucional “toda actividad de comunicación que sea promovida por los entes sujetos a esta ley, con el objeto de difundir un mensaje común a una pluralidad de destinatarios mediante cualquier formato, soporte o medio. Cuando esta difusión se realice mediante la utilización de formatos o soportes publicitarios contratados con terceros o cedidos por estos, la actividad de comunicación se enmarca dentro de la publicidad institucional”.

También dicha Ley 7/2017 establece en su artículo 9 que “anualmente se elaborará un plan de publicidad institucional en el que se incluirán todas las campañas de publicidad institucional que se prevea desarrollar por los entes sujetos a esta norma”.

En el artículo 11 de la referida Ley 7/2017 se determina que “la dirección, planificación y coordinación de las acciones de publicidad institucional corresponderán al titular de la consejería con competencias en política informativa y de comunicación”.

El Decreto 4/2021, de 3 de febrero, sobre órganos de apoyo directo e institucional a la Presidenta, establece en su artículo 5. b) que la Dirección de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional será responsable de la correcta ejecución del Plan Anual de Comunicación y Publicidad Institucional. Asimismo, el Decreto de la Presidenta 6/2020, de 24 de agosto, por el que se modifican las competencias de las consejerías de la Administración General de la Comunidad Autónoma de La Rioja, fijadas en el decreto 6/2019 de 29 de agosto, y en el decreto 16/2019, de 7 de octubre, ambos de la Presidenta, establece en su artículo primero que a la Consejería de Hacienda y Administración Pública le corresponden las competencias en ejecución administrativa de la política informativa, de comunicación y publicidad institucional, identidad e imagen institucional y corporativa en base a las directrices y en coordinación con los órganos de apoyo de la Presidenta y gestión administrativa en asistencia a la Presidenta y sus órganos de apoyo.

Por su parte, el Decreto 43/2020, de 3 de septiembre, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Hacienda y Administración Pública y sus funciones en desarrollo de la Ley 3/2003, de 3 de marzo, de Organización del Sector Público de la Comunidad Autónoma de La Rioja, determina en su artículo 9.2.1.i) que corresponde al titular de la Consejería “la competencia para acordar contratos, convenios, aprobar bases reguladoras y concesión de subvenciones y demás funciones administrativas en asistencia a la Presidenta y a sus órganos de apoyo directo e institucional, incluyendo las derivadas de la legislación en materia de Comunicación y Publicidad Institucional, en colaboración con dichos órganos”.

El presente contrato tiene naturaleza administrativa y se rige por las normas aplicables al contrato administrativo de servicios, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 25 de la LCSP.

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small> |                          |                          | Pág. 2 / 13  |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------|
| Expediente   | Tipo                     | Procedimiento            | Nº Documento |
| 12-7-9.02-0027/2022  | Memoria justificativa    | Contratación electrónica | 2022/0556863 |
| Cargo  | Firmante / Observaciones |                          | Fecha/hora   |
| 1 Secretaria General Técnica   |                          |                          |              |
| 2  |                          |                          |              |

## 1.2. Insuficiencia de medios.

El artículo 116.4.f) de la LCSP establece que en los contratos de servicios se justificará la insuficiencia de medios.

Así, en relación con la contratación del servicio, y dando cumplimiento a lo estipulado en los artículos 30 y 116.4 de la LCSP, no se contempla en la Relación de Puestos de Trabajo actualmente vigente dotación alguna de puesto de trabajo cuyas funciones contemplen este tipo de actividades, no considerándose conveniente ampliar los medios personales con que se cuenta en la actualidad para cubrir las necesidades que se tratan de satisfacer a través del contrato de servicios objeto de este informe, por el mayor coste económico y menor eficiencia que supone la creación de puestos de trabajo para dicho fin. Asimismo, se hace constar que esta entidad no dispone tampoco de medios materiales suficientes para estos mismos fines.

Para llevar a cabo las prestaciones y exigencias necesarias para el cumplimiento de esta prestación, se hace necesario una especial cualificación y dedicación exclusiva, que sólo las empresas del sector pueden proveer de manera eficaz.

En base a ello, careciendo de efectivos necesarios para acometer la realización de las prestaciones que exigen el contrato de difusión publicitaria para la campaña de publicidad institucional “CP 22 29 Un sector agrario del siglo XXI”, se requiere de un proceso de colaboración con empresas del sector para la gestión eficaz del servicio.

## 2. Objeto y naturaleza del contrato.

### 2.1. Objeto del contrato.

El contrato tiene por objeto el servicio de compra de espacios y post-evaluación de la campaña de publicidad CP 22 29 “Un sector agrario del siglo XXI” prevista en el Plan Anual de Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja para 2022.

La campaña de publicidad cuenta con el principal objetivo de:

- **Difundir y concienciar** que la **agricultura de precisión** es ya el **presente y una oportunidad** para desarrollar **una actividad agrícola más sostenible y competitiva.**

Otros objetivos que se quieren conseguir son:

- **Impulsar** la imagen de **un sector agrario riojano sostenible y digital en el que la agricultura de precisión está al alcance del agricultor y agricultora de cualquier edad**, sin obviar la capacidad de liderar la innovación tecnológica de las **personas jóvenes**, los futuros agrotecnólogos.

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE |                          |                          | en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja. | Pág. 3 / 13 |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--|-------------|
| Expediente                         | Tipo                     | Procedimiento            | Nº Documento   |             |
| 12-7-9.02-0027/2022                | Memoria justificativa    | Contratación electrónica | 2022/0556863   |             |
| Cargo                              | Firmante / Observaciones |                          | Fecha/hora   |             |
| 1 Secretaria General Técnica       |                          |                          |  |             |
| 2                                  |                          |                          |  |             |

- **Visibilizar la agricultura de precisión en un cultivo referente en La Rioja, como es el viñedo, y en el que ya hay casos de éxito de su implantación.**

Los diferentes elementos de la estrategia publicitaria –como los objetivos, los públicos y los sectores publicitarios– y otros de carácter técnico han sido descritos en el correspondiente Pliego de Prescripciones Técnicas.

Para poder llevar a cabo el objeto del contrato de difusión publicitaria, hay que realizar las siguientes prestaciones:

- a) La elaboración de una táctica de medios para la campaña de publicidad institucional, de conformidad con los criterios técnicos incluidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas.
- b) La contratación de los espacios publicitarios propuestos por la empresa en la oferta técnica presentada a la licitación. Esta contratación comprende también la función de intermediación entre el Gobierno de La Rioja y los soportes contratados en lo referente a la distribución y entrega de las creatividades y artes finales; así como la correspondiente obligación de velar por la correcta inserción en los soportes propuestos.
- c) La post-evaluación de la táctica publicitaria propuesta en la oferta presentada a la licitación.

## 2.2. Naturaleza del contrato.

De acuerdo con lo dispuesto en los artículos 17 y 25 de la LCSP, este contrato tiene carácter administrativo y la calificación de servicios, código CPV: 79341000-6 Servicios de publicidad; Grupo T, Subgrupo T-1, del Anexo II del Reglamento general de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, aprobado mediante Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre.

## 2.3. Justificación de la no división en lotes del contrato.

No procede la división del contrato en lotes, dado que se trata de un servicio completo a realizar en un pequeño espacio y corto período de tiempo, lo que hace inviable desde el punto de vista técnico y operativo la participación de una pluralidad de contratistas diferentes que realicen de forma independiente las diversas prestaciones comprendidas en el objeto del contrato.

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE |                            |                          | en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja. | Pág. 4 / 13 |
|------------------------------------|----------------------------|--------------------------|--|-------------|
| Expediente                         | Tipo                       | Procedimiento            | Nº Documento   |             |
| 12-7-9.02-0027/2022                | Memoria justificativa      | Contratación electrónica | 2022/0556863   |             |
| Cargo                              | Firmante /Observaciones    |                          | Fecha/hora   |             |
| 1                                  | Secretaria General Técnica |                          |  |             |
| 2                                  |                            |                          |  |             |

### 3. Aspectos económicos del contrato.

#### 3.1. Presupuesto base de licitación del contrato.

El art. 100.2 de la LCSP establece que los órganos de contratación cuidarán de que el presupuesto base de licitación sea adecuado a los precios del mercado. A tal efecto, el PBL se desglosará indicando en el pliego de cláusulas administrativas particulares los costes directos, costes indirectos y otros eventuales gastos calculados para su determinación. En los contratos en que los costes de los salarios de las personas empleadas para su ejecución formen parte del precio total de contrato, el presupuesto base de licitación indicará de forma desglosada y con desagregación de género y categoría profesional los costes salariales estimados a partir del convenio laboral de referencia.

El Plan Anual de Publicidad Institucional es el instrumento de planificación de la política pública de publicidad del Gobierno de La Rioja. En este documento se recogen las campañas ordinarias, y extraordinarias mediante un procedimiento previsto, que se desarrollarán en la Administración autonómica y los entes del sector público. Una de las informaciones referidas a cada una de ellas es la estimación previa de la inversión publicitaria, un valor que recoge la previsión de gasto que se piensa destinar para el desarrollo de las acciones publicitarias.

Esta cuantía económica se determina a través de una simulación –mediante un software propio de planificación publicitaria– de la actividad que está prevista realizar en cada soporte publicitario, tomando como referencia los precios de mercado en cada uno de los sectores.

Para la determinación del presupuesto base de licitación, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 100.2 de la LCSP se han considerado los precios del mercado. Por ello, para la determinación del presupuesto en el momento de la licitación se atiende a los porcentajes destinados a cada sector detallado en la tabla de soportes, formatos e inversión, (apartado 4.1 del IPT), a los porcentajes destinados a cada soporte según su cuota de audiencia en el periodo que se especifica en el pliego, a los precios de las tarifas oficiales vigentes y que cada medio hace llegar firmados a la Dirección de Publicidad Institucional en el primer mes del año en curso y finalmente a la duración de la campaña publicitaria.

En cuanto a la determinación de los costes laborales teniendo en cuenta que en este contrato de servicios el coste principal del precio lo constituye la compra de espacios publicitarios, y atendiendo a las conclusiones establecidas por la Junta Consultiva de Contratación Pública del Estado en su informe 42/18 en el cual establece que, “La exigencia de indicación en el presupuesto del contrato, de forma desglosada y con desagregación por género y categoría, de los costes salariales estimados a partir del convenio laboral de referencia solo es exigible en los contratos de servicios y suministros en los que el coste de los salarios de las personas empleadas para su ejecución, constituya el coste principal del precio total del contrato”, no se considera necesario su desglose en el presupuesto de contrato.

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small> |                                |                          | Pág. 5 / 13         |
|--|--------------------------------|--------------------------|---------------------|
| <b>Expediente</b>  | <b>Tipo</b>                    | <b>Procedimiento</b>     | <b>Nº Documento</b> |
| 12-7-9.02-0027/2022  | Memoria justificativa          | Contratación electrónica | 2022/0556863        |
| <b>Cargo</b>   | <b>Firmante /Observaciones</b> |                          | <b>Fecha/hora</b>   |
| 1 Secretaria General Técnica   |                                |                          |                     |
| 2  |                                |                          |                     |

A tal efecto, el presupuesto base de licitación para la campaña CP 22 29 “Un sector agrario del siglo XXI”, se desglosa en costes directos e indirectos y otros eventuales:

**a) Costes directos:**

El 90,91% del PBL excluido el IVA, se destina al plan de medios (compra de espacios publicitarios) por importe de 22.539,44 € teniendo en consideración las tarifas oficiales de cada sector, distribuido de la siguiente forma:

|     |   |           |
|-----|---|-----------|
| 33% | prensa escrita regional   | 7.438,02€ |
| 30% | medios radiofónicos generalistas y temático de alcance autonómico y local | 6.761,83€ |
| 21% | medios digitales regionales y locales de información general              | 4.733,28€ |
| 16% | Publicidad exterior y medios no convencionales                            | 3.606,31€ |

**b) Costes indirectos, otros eventuales gastos, gastos generales de estructura, beneficio industrial:**

Como costes indirectos, que consideramos junto con los gastos generales de estructura y el beneficio industrial, se hace una estimación del 10% de los costes directos, destinando un importe de **2.253,95€**.

| <b>PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN</b>                                      |                        |                   |
|--|------------------------|-------------------|
| Costes directos (Compra de espacios publicitarios)                         | 90,91%                 | <b>22.539,44€</b> |
| Costes indirectos ( gastos generales de estructura y beneficio industrial) | 10% de costes directos | <b>2.253,95€</b>  |
| IVA  | 21%                    | <b>5.206,61€</b>  |
| <b>TOTAL</b>   |                        | <b>30.000,00€</b> |

|  |                                |                          |                     |
|--|--------------------------------|--------------------------|---------------------|
| <b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja. |                                |                          | <b>Pág. 6 / 13</b>  |
| <b>Expediente</b>  | <b>Tipo</b>                    | <b>Procedimiento</b>     | <b>Nº Documento</b> |
| 12-7-9.02-0027/2022  | Memoria justificativa          | Contratación electrónica | 2022/0556863        |
| <b>Cargo</b>   | <b>Firmante /Observaciones</b> |                          | <b>Fecha/hora</b>   |
| 1 Secretaria General Técnica   |                                |                          |                     |
| 2  |                                |                          |                     |

### 3.2. Valor estimado del contrato y determinación del precio

#### • Valor estimado

De acuerdo con el artículo 101 de la LCSP, el valor estimado del contrato se ha calculado a través del importe total del mismo, sin incluir el IVA correspondiente, de acuerdo al precio habitual de mercado, teniéndose en cuenta los costes generales de estructura y beneficio industrial que se han indicado anteriormente. Dada la naturaleza del contrato, no existe la posibilidad de modificar el mismo, ni se han establecido prórrogas ni primas.

El valor estimado del contrato asciende a **24.793,39** euros.

#### • Sistema de determinación del precio

El precio se determina a tanto alzado a la totalidad de las prestaciones del contrato, según lo establecido en el artículo 102.4 de la LCSP, si bien se han tenido en cuenta los precios similares analizados en el mercado para la prestación de los servicios establecidos en el informe de prescripciones técnicas.

### 3.3. Revisión de precios.

Por la tipología de los trabajos a realizar y su duración temporal, no resulta procedente una revisión de precios, por lo que se propone la no inclusión de una fórmula de revisión de precios de acuerdo con el artículo 103 de la mencionada LCSP.

### 3.4. Imputación presupuestaria del gasto.

Se propone imputar el gasto total de 30.000,00 euros a la aplicación presupuestaria 1212.1812.22610 - Plan de medios.

### 4. Duración del contrato y plazo de ejecución.

El presente contrato tiene una duración que comprende desde la fecha de su formalización hasta 15 días naturales después de la campaña, plazo en el cual deberá realizarse la post-evaluación de la campaña de publicidad.

La campaña debe enmarcarse preferentemente del **26 de julio al 8 de agosto de 2022** (ambos inclusive).

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small> |                                |                          | Pág. 7 / 13         |
|--|--------------------------------|--------------------------|---------------------|
| <b>Expediente</b>  | <b>Tipo</b>                    | <b>Procedimiento</b>     | <b>Nº Documento</b> |
| 12-7-9.02-0027/2022  | Memoria justificativa          | Contratación electrónica | 2022/0556863        |
| <b>Cargo</b>   | <b>Firmante /Observaciones</b> |                          | <b>Fecha/hora</b>   |
| 1 Secretaria General Técnica   |                                |                          |                     |
| 2  |                                |                          |                     |

## 5. Licitación y adjudicación del contrato.

### 5.1. Tipo de tramitación y de procedimiento.

El presente contrato se tramitará de forma ordinaria, y, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 159.6 de la LCSP, se propone realizar la contratación del servicio mediante el procedimiento abierto simplificado abreviado, sin constitución de mesa de contratación.

La tramitación del procedimiento se realizará íntegramente de forma electrónica. Los interesados tendrán acceso a los pliegos y demás documentación complementaria por medios electrónicos a través del perfil de contratante [http://www.larioja.org/contratacion-publica/es?locale=es\\_ES](http://www.larioja.org/contratacion-publica/es?locale=es_ES).

La presentación de ofertas se llevará a cabo utilizando medios electrónicos.

### 5.2. Requisitos mínimos de solvencia económica y financiera, y de solvencia técnica.

#### 5.2.1. Solvencia económica y financiera.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 87 de la LCSP, se requerirá un volumen anual de negocios del licitador que, referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos concluidos, deberá ser al menos de 24.793,39 euros (IVA excluido).

#### 5.2.2. Solvencia técnica.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 90 de la LCSP, se requerirá que el licitador haya realizado servicios de igual o similar naturaleza a los que constituyen el objeto del contrato por un importe anual ejecutado, en el año de mayor ejecución en el curso de los últimos tres años, igual o superior 17.355,37 euros (IVA excluido).

A efectos de determinar la correspondencia entre los servicios realizados y los que constituyen el objeto del contrato, se atenderá a la pertenencia de los realizados al grupo y subgrupo de clasificación T-1, según lo indicado en el apartado 2.2 de esta Memoria.

#### 5.2.3. Acreditación de la solvencia.

Los licitadores estarán exentos de los requisitos de acreditación de la solvencia económica y financiera y técnica, de acuerdo con lo previsto en el artículo 159.6 b) de la LCSP.

## 5.3. Criterios de adjudicación y valoración de las ofertas. Mejor coste-eficacia.

### 5.3.1. Criterios de adjudicación.

Las ofertas serán evaluadas con arreglo a criterios de adjudicación cuantificables mediante la mera aplicación de fórmulas.

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small> |                                 |                          | Pág. 8 / 13         |
|--|---------------------------------|--------------------------|---------------------|
| <b>Expediente</b>  | <b>Tipo</b>                     | <b>Procedimiento</b>     | <b>Nº Documento</b> |
| 12-7-9.02-0027/2022  | Memoria justificativa           | Contratación electrónica | 2022/0556863        |
| <b>Cargo</b>   | <b>Firmante / Observaciones</b> |                          | <b>Fecha/hora</b>   |
| 1 Secretaria General Técnica   |                                 |                          |                     |
| 2  |                                 |                          |                     |

Con el objetivo de identificar la oferta que presenta mejor relación coste-eficacia, y de conformidad con lo dispuesto en los artículos 145 y 146 de la LCSP, el contrato se adjudicará con arreglo a los siguientes criterios de adjudicación:

- a) Diferencia entre el importe de la inversión publicitaria total prevista en el presupuesto y el coste de la táctica publicitaria propuesta por el licitador. **Hasta 60 puntos.**

Serán excluidas las proposiciones cuyo importe de la táctica publicitaria sea superior al máximo de **22.539,44 euros (IVA excluido)** establecido en el apartado 3.1 a) de esta memoria justificativa.

En la valoración de las ofertas se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Puntuación} = 60 \times \left[ 1 - \frac{\text{Inversión Publicitaria Total} - \text{Coste de Táctica propuesta a valorar}}{\text{Inversión publicitaria total}} \right]$$

Una menor diferencia implicará un mayor acercamiento entre el coste económico de la táctica publicitaria propuesta y la inversión publicitaria prevista en el presupuesto. Así, mediante este criterio, se pretende asegurar que el coste total de la táctica propuesta se aproxima a la inversión publicitaria definida en el Pliego de Prescripciones Técnicas y, por lo tanto, optar a la máxima eficacia de la campaña de publicidad institucional, entendiéndose como tal la cobertura, la frecuencia y el impacto social de la misma.

Con la utilización de este criterio de adjudicación se trata de comprobar la aproximación de la táctica propuesta a la inversión prevista en el contrato. Así, la estrategia de medios, definida por el Gobierno de La Rioja, y expuesta en el Pliego de Prescripciones Técnicas para obtener las tácticas de medios de los licitadores, surge de un estudio técnico publicitario en el que se definen los grupos primarios y secundarios de las campañas de publicidad institucional.

En base a estos grupos, en el marco de la estrategia de medios, se definen los porcentajes de inversión en el sector para obtener una previsión optimizada de OTS, una variable técnica publicitaria que corresponde a las siglas del inglés "Opportunity to see". El OTS mide las oportunidades que ha tenido un individuo del grupo objetivo de ver el anuncio, es decir, de ser impactado por la publicidad del Gobierno de La Rioja. Cuantos más OTS se obtengan, se entiende que más veces impacta una acción publicitaria sobre el grupo objetivo definido en la estrategia, y, por lo tanto, más eficaz será una campaña de publicidad institucional.

Si la inversión prevista en la táctica de medios se acerca más a la inversión definida en la estrategia, se acreditará una mayor relación de coste-eficacia, en la medida que la propuesta logrará más OTS y,

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small> |                          |                          | Pág. 9 / 13  |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------|
| Expediente   | Tipo                     | Procedimiento            | Nº Documento |
| 12-7-9.02-0027/2022  | Memoria justificativa    | Contratación electrónica | 2022/0556863 |
| Cargo  | Firmante / Observaciones |                          | Fecha/hora   |
| 1 Secretaria General Técnica   |                          |                          |              |
| 2  |                          |                          |              |

por lo tanto, obtendrá más exposición en los destinatarios de la campaña y, con ello, más impacto en la sociedad.

En conclusión, a la hora de diseñar una campaña publicitaria, se estima la inversión necesaria para que la difusión de la misma sea adecuada a la consecución del objetivo previsto: que tenga el alcance y los destinatarios necesarios. En la medida en que la táctica propuesta se aproxime a la previsión de necesidades a satisfacer, se estará acercando más a los objetivos de emisión, difusión y alcance previstos en los pliegos.

**b) El porcentaje por los servicios que prestará la empresa. Hasta 40 puntos.**

Serán excluidas las proposiciones que oferten un porcentaje superior al 10% del importe económico de la táctica publicitaria presentada por la empresa.

En la valoración de las ofertas se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Puntuación} = 40 \times \frac{\text{Porcentaje más bajo de las propuestas presentadas}}{\text{Porcentaje propuesto por el licitador a valorar}}$$

### 5.3.2. Variantes y mejoras.

No se admite la presentación de variantes y/o mejoras en el presente contrato.

### 5.3.3. Ofertas anormalmente bajas.

Teniendo en cuenta que los dos criterios de adjudicación determinan la composición del precio del contrato, se aplicará lo establecido en el artículo 85 del Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas aprobado por Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre:

1. Cuando, concurriendo un solo licitador, sea inferior al presupuesto base de licitación en más de 25 unidades porcentuales.
2. Cuando concurren dos licitadores, la que sea inferior en más de 20 unidades porcentuales a la otra oferta.
3. Cuando concurren tres licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, se excluirá para el cómputo de dicha media la oferta de cuantía más elevada cuando sea superior en más de 10 unidades porcentuales a dicha media. En cualquier caso, se considerará desproporcionada la baja superior a 25 unidades porcentuales.

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small> |                                 |                          | Pág. 10 / 13        |
|--|---------------------------------|--------------------------|---------------------|
| <b>Expediente</b>  | <b>Tipo</b>                     | <b>Procedimiento</b>     | <b>Nº Documento</b> |
| 12-7-9.02-0027/2022  | Memoria justificativa           | Contratación electrónica | 2022/0556863        |
| <b>Cargo</b>   | <b>Firmante / Observaciones</b> |                          | <b>Fecha/hora</b>   |
| 1 Secretaria General Técnica   |                                 |                          |                     |
| 2  |                                 |                          |                     |

4. Cuando concurren cuatro o más licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, si entre ellas existen ofertas que sean superiores a dicha media en más de 10 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas es inferior a tres, la nueva media se calculará sobre las tres ofertas de menor cuantía.

#### 5.3.4. Criterios de desempate.

En caso de empate, se adjudicará el contrato al licitador que acredite mayor porcentaje de trabajadores con discapacidad en la plantilla de la empresa licitadora, superior al que les imponga la normativa, en el momento de presentación de su oferta.

De persistir el empate, se continuará aplicando sucesivamente y en este mismo orden lo previsto en los apartados b), c) y d) del artículo 147.2 de la LCSP.

#### 5.4. Presentación de las proposiciones.

##### 5.4.1. Plazo y forma de presentación de las proposiciones.

El plazo para la presentación de proposiciones será de diez días hábiles, a contar desde el siguiente a la publicación del anuncio de licitación en el perfil de contratante.

Las proposiciones deberán presentarse de forma electrónica a través de la Plataforma de contratación de la Comunidad Autónoma de La Rioja <https://www.larioja.org/contratacion-publica/es>.

El licitador deberá presentar un único sobre "B".

##### 5.4.2. Contenido del sobre "B".

El sobre "B" contendrá la proposición económica, que habrá de ajustarse al modelo anexo que corresponda, según se trate de una sola empresa (Anexo 4), o de una Unión Temporal de Empresas (Anexo 5).

En la proposición económica deberán indicarse de manera clara e independiente:

- a) El importe de la táctica publicitaria propuesta por el licitador expresada en euros.
- b) El porcentaje (hasta un 10,00%, expresado con dos decimales) sobre el coste de la táctica publicitaria propuesta por el licitador, y el importe resultante al aplicar el porcentaje propuesto por el licitador, expresado en euros.
- c) La suma de los importes de los dos conceptos anteriores.

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small> |                                 |                          | Pág. 11 / 13        |
|--|---------------------------------|--------------------------|---------------------|
| <b>Expediente</b>  | <b>Tipo</b>                     | <b>Procedimiento</b>     | <b>Nº Documento</b> |
| 12-7-9.02-0027/2022  | Memoria justificativa           | Contratación electrónica | 2022/0556863        |
| <b>Cargo</b>   | <b>Firmante / Observaciones</b> |                          | <b>Fecha/hora</b>   |
| 1 Secretaria General Técnica   |                                 |                          |                     |
| 2  |                                 |                          |                     |

- d) El importe del Impuesto sobre el Valor Añadido que deba ser repercutido.

En el supuesto de que la oferta se presentara por una unión temporal de empresarios, deberá incluirse en el sobre “B” el compromiso de constitución de la unión, conforme al modelo anexo correspondiente. En este compromiso, la UTE designará un representante a quien se dirigirán las notificaciones y comunicaciones que deban remitirse a la UTE en el curso del procedimiento, por lo que, a tal fin, en el mismo documento, se indicará la dirección electrónica a la que dirigir las comunicaciones y notificaciones.

## 6. Formalización del contrato

La formalización del contrato se efectuará mediante la firma de aceptación por el contratista de la resolución de adjudicación.

## 7. Condiciones especiales de ejecución

En cumplimiento de lo establecido en el artículo 202 de la LCSP, según el cual, en todo caso, será obligatorio el establecimiento en el pliego de cláusulas particulares de al menos una de las condiciones especiales de ejecución de entre las que se enumeran en su apartado segundo, se dispone la siguiente:

El contratista habrá de garantizar la seguridad y la protección de la salud en el lugar de trabajo y el cumplimiento de los convenios colectivos sectoriales y territoriales aplicables.

El incumplimiento de esta condición especial de ejecución del contrato dará lugar a una penalidad del 5% del precio del contrato, IVA excluido, con las limitaciones previstas en el artículo 192.1 de la LCSP.

## 8. Penalidades

Asimismo, el incumplimiento del plazo de ejecución del contrato por causas imputables al contratista, dará lugar a la imposición de penalidades diarias en la proporción establecida en el artículo 193.3 de la LCSP.

## 9. Subcontratación

El licitador podrá concertar con terceros la realización de la prestación.

## 10. Cesión del contrato

Los derechos y obligaciones dimanantes del contrato podrán ser cedidos por el contratista a un tercero siempre que las cualidades técnicas o personales del cedente no hayan sido la razón determinante de la adjudicación del contrato, y que de la cesión no resulte una restricción efectiva de la competencia en el

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small> |                                |                          | Pág. 12 / 13        |
|--|--------------------------------|--------------------------|---------------------|
| <b>Expediente</b>  | <b>Tipo</b>                    | <b>Procedimiento</b>     | <b>Nº Documento</b> |
| 12-7-9.02-0027/2022  | Memoria justificativa          | Contratación electrónica | 2022/0556863        |
| <b>Cargo</b>   | <b>Firmante /Observaciones</b> |                          | <b>Fecha/hora</b>   |
| 1 Secretaria General Técnica   |                                |                          |                     |
| 2  |                                |                          |                     |

mercado. Para que los contratistas puedan ceder sus derechos y obligaciones a terceros, habrán de cumplir los requisitos mínimos previstos en el artículo 214.2 de la LCSP.

La cesión del contrato supondrá que el cesionario quedará subrogado en todos los derechos y obligaciones que corresponderían al cedente.

### 11. Derechos y obligaciones de las partes. Responsable del contrato.

De conformidad con el artículo 62 de la LCSP, el órgano de contratación, antes de la ejecución del contrato, nombrará un responsable del contrato al que le corresponderán las funciones inherentes a la supervisión, dirección y coordinación de los trabajos.

### 12. Abono del precio del contrato.

El precio del contrato se abonará en un pago único, una vez la empresa adjudicataria haya presentado el informe de post-evaluación de la campaña publicitaria y acreditado ante la Unidad encargada del seguimiento y ejecución ordinaria del contrato la ejecución de la táctica publicitaria poniendo a su disposición las órdenes de compra, así como las facturas emitidas.

Sólo se abonará el importe correspondiente a aquellas prestaciones de las que se acredite su efectiva realización.

El abono requerirá el informe previo del responsable de la ejecución del contrato sobre las prestaciones realizadas y el de conformidad de la Secretaría General Técnica de la Consejería de Hacienda y Administración Pública sobre el cumplimiento satisfactorio del servicio y con el abono de la factura correspondiente.

La empresa contratista presentará la factura de manera electrónica a través del Portal de facturación electrónica del Gobierno de La Rioja, indicando el Código de facturación electrónica 2, el Órgano Gestor: A17032516, la Unidad Tramitadora: A17014572 y la Oficina Contable: A17014594; si éstos fueran modificados, se dará cuenta de ello a la empresa con la suficiente antelación, pudiendo en cualquier caso los mismos ser consultados a través de la página web del Gobierno de La Rioja.

Por todo lo anterior, se propone la iniciación del expediente de contratación.

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE |                            |                          | en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja. | Pág. 13 / 13 |
|------------------------------------|----------------------------|--------------------------|--|--------------|
| Expediente                         | Tipo                       | Procedimiento            | Nº Documento   |              |
| 12-7-9.02-0027/2022                | Memoria justificativa      | Contratación electrónica | 2022/0556863   |              |
| Cargo                              | Firmante /Observaciones    |                          | Fecha/hora   |              |
| 1                                  | Secretaria General Técnica |                          |  |              |
| 2                                  |                            |                          |  |              |