

## MEMORIA JUSTIFICATIVA SOBRE LA NECESIDAD E IDONEIDAD DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL CP 22 47 “PLAN DE TRANSFORMACIÓN” DE LA OFICINA DE LA PRESIDENTA.

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 regulado en el artículo 159 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 / 17
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.01-0039/2022	Memoria justificativa	Contratación electrónica	2022/0821020	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaría 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 / 17
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.01-0039/2022	Memoria justificativa	Contratación electrónica	2022/0821020
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 47 “Plan de Transformación”, 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.

En el Plan de Publicidad Institucional 2022, como instrumento de planificación de la Publicidad del Gobierno de La Rioja y aprobado el 19 de enero de 2022, están previstas a propuesta de La Oficina de la Presidenta las campañas CP 22 44 El valle de la lengua; CP 22 45 Proyecto Ciudad del envase y el Embalaje; CP 22 46 Proyecto Enoregión; CP 22 47 Territorio Digital de Servicios, relacionadas cada una de ellas con cada uno de los cuatro proyectos estratégicos del mismo nombre incluidos en el Plan de transformación de La Rioja. El Plan de Transformación es la respuesta del Gobierno de La Rioja ante las oportunidades vinculadas al fondo Next Generation EU, articulado por la Unión Europea y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia España Puede, diseñado por el Gobierno de España como hoja de ruta para promover el desarrollo económico y social.

La planificación temporal prevista en el Plan de Publicidad para la ejecución de dichas campañas no sería la más adecuada actualmente, dado que la previsión de las fechas para la difusión de los proyectos, así como las de la disposición de los fondos no están determinadas con exactitud, siendo estas premisas determinantes para la difusión de las campañas. Por ello, teniendo en cuenta que las cuatro campañas tienen objetivos comunes y que se pretende comunicar las oportunidades de financiación vinculadas al desarrollo de los proyectos,

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 17
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.01-0039/2022	Memoria justificativa	Contratación electrónica	2022/0821020
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

dirigidas a la población riojana como público objetivo primario, se considera desde la Oficina de La Presidenta que, por motivos de eficiencia en la utilización de los recursos públicos y de viabilidad en la preparación, tramitación y ejecución del contrato de difusión de las campañas, sería más eficaz unificar las cuatro campañas en una única campaña de publicidad atendiendo a la difusión de los cuatro proyectos que se encuentran incluidos en el Plan de Transformación.

La campaña se denominará CP 22 47 “Plan de Transformación”, el importe estimado de dicha campaña será la suma de los importes de cada una de las campañas y la ejecución de la misma se llevará a cabo entre los meses de noviembre de 2022 a febrero de 2023 en olas de difusión que coincidirán con las fechas en las que se prevea la comunicación de cada proyecto en concordancia con las fechas de disposición de los fondos, por olas semanales.

Así, el contrato tiene por objeto el servicio de compra de espacios y post-evaluación de la campaña de publicidad CP 22 47 “Plan de Transformación” prevista en el Plan Anual de Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja para 2022.

Esta campaña busca los siguientes objetivos generales:

- Difundir los **objetivos** y las **actuaciones** que se están llevando a cabo en el marco del Plan de Transformación de La Rioja y los cuatro proyectos estratégicos que lo integran.
- Informar sobre las **líneas de actuación** en las que se está trabajando y los avances concretos registrados en cada una de ellas, así como sus consecuencias en el desarrollo de la región y las oportunidades que ofrecen.
- Transmitir que el Plan de Transformación es un plan con una dimensión y un impacto excepcional y que responde a una **oportunidad extraordinaria** en el marco de los fondos Next Generation EU que ciudadanía y empresas también deben aprovechar.
- Trasladar que se trata de **complejos y a largo plazo**, integrados por cientos de acciones y que requieren de un proceso de ejecución que se va a ir desarrollando en los próximos meses y años, y para el cual va a ser imprescindible la implicación de la sociedad y el tejido empresarial.
- Aclarar que son proyectos impulsados desde el Gobierno de La Rioja, pero que **implican a multitud de agentes**, nacionales y autonómicos, y que competen al conjunto de la ciudadanía y son estratégicos para La Rioja.
- Abordar las implicaciones que los proyectos tienen en ámbitos muy cercanos y esenciales para ciudadanos y empresas, como la reindustrialización y la dinamización de la **economía**, la **cohesión social y territorial**, el reto demográfico, la generación de **oportunidades** y la **sostenibilidad**, tanto medioambiental como económica.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 4 / 17
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.01-0039/2022	Memoria justificativa	Contratación electrónica	2022/0821020
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

Se incluyen a continuación objetivos específicos para cada proyecto:

- Proyecto Enorregión:
  - Comunicar la amplitud y **diversidad del sector del vino** y las posibilidades y fortalezas que tiene la industria de la región para impulsar una transformación digital y sostenible.
  - Mostrar el **liderazgo de La Rioja** en vitivinicultura a través de ejemplos innovadores en ámbitos como digitalización y sostenibilidad, con el fin de darlos a conocer a la ciudadanía y movilizar a las empresas para que impulsen procesos transformadores en estas dimensiones.
  - Incidir en las posibilidades que ofrece el **turismo sostenible y digitalizado** a través de ejemplos y experiencias innovadoras.
  - Promover la **implicación** de los agentes del sector del vino y su cadena de valor, los municipios y la población en general para que contribuyan al despliegue del proyecto.
  - Divulgar las actuaciones desarrolladas dentro de las distintas líneas de actuación del proyecto (industria, turismo, conocimiento e investigación), con el fin de **extender la transformación** a otros ámbitos y áreas de la región y estimular la iniciativa privada.
  - Difundir las **oportunidades de financiación o generación de negocio** que surjan en el marco del proyecto.
  
- Proyecto Valle de la Lengua:
  - Difundir el potencial del español como **motor de desarrollo territorial** en áreas como aprendizaje, turismo, cultura y oportunidades de negocio, con especial incidencia en la inteligencia artificial.
  - Explicar la **importancia de los monasterios** de San Millán de la Cogolla en la historia del español y cómo se convierte ahora, mil años después, en el fundamento de un proyecto de futuro.
  - Explicar el **impacto del proyecto** en términos de reto demográfico, sostenibilidad y oportunidades de negocio en todo el Valle de la Lengua, desde San Millán hasta Nájera.
  - Abordar la **vocación nacional y global** del proyecto y, en este marco, la trascendencia del PERTE Nueva Economía de la Lengua en el despliegue del Valle de la Lengua.
  - Dar a conocer las **líneas de actuación en marcha y las previstas** con el fin de movilizar e implicar a los agentes de interés en todos los ámbitos de actuación del proyecto: aprendizaje, cultura, ciencia, turismo, inteligencia artificial...
  - Difundir las **oportunidades de financiación o generación de negocio** que surjan en el marco del proyecto.
  
- Ciudad del Envase y el Embalaje:
  - Transmitir a la ciudadanía las características, la relevancia y la madurez del **sector del envase riojano**.
  - Mostrar la **diversidad** de subsectores que incluye: madera y corcho, metal, cartón y papel, plásticos, fabricación de etiquetas...
  - Dar cuenta de la **dimensión** del sector del envase y el embalaje, cuya **cadena de valor** incluye clientes de sectores estratégicos de La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 17
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.01-0039/2022	Memoria justificativa	Contratación electrónica	2022/0821020	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				

- Profundizar en los **retos** que afronta el sector, en ámbitos como packaging conectado, economía circular y reciclabilidad, nuevos diseños con nuevas funciones (como envases comestibles o multisensoriales), materiales alternativos y plásticos sostenibles, industria 4.0 (robótica, inteligencia artificial, big data) y packaging innovador y envases personalizados...
  - Dar a conocer las **actuaciones** que se realicen, especialmente en el proceso de puesta en marcha del **Centro Nacional de Tecnologías del Envase**, para movilizar a empresas, entidades de interés, administraciones u otros agentes que puedan aportar el desarrollo del proyecto.
  - Difundir las **oportunidades de financiación o generación de negocio** que surjan en el marco del proyecto.
- Territorio Digital de Servicios:
    - Difundir el **despliegue de conectividad** a internet de alta velocidad que se está llevando a cabo en La Rioja y las posibilidades que ofrece para proporcionar los mejores servicios al ciudadano y para garantizar la igualdad de oportunidades en el ámbito rural y urbano.
    - Detallar las ventajas y las actuaciones que se están desarrollando para implementar en La Rioja un **sistema de movilidad regional inteligente y sostenible**.
    - Ejemplificar y dar a conocer los servicios que se pueden prestar a la ciudadanía gracias a la digitalización y las nuevas tecnologías en todos los ámbitos: administración pública, salud, educación, servicios sociales...
    - Incidir en la dimensión de **lucha contra la despoblación y reto demográfico** del proyecto Territorio Digital de Servicios.
    - Comunicar las **oportunidades de financiación o generación de negocio** que surjan en el marco del proyecto.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 6 / 17
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.01-0039/2022	Memoria justificativa	Contratación electrónica	2022/0821020
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

- 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 realizasen de forma independiente las diversas prestaciones comprendidas en el objeto del contrato.

## 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 7 / 17
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.01-0039/2022	Memoria justificativa	Contratación electrónica	2022/0821020
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretaria General Técnica			
2			

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.

A tal efecto, el presupuesto base de licitación para la campaña CP 22 47 “Plan de Transformación”, 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 60.105,18€ teniendo en consideración las tarifas oficiales de cada sector, distribuido de la siguiente forma:

44%	prensa escrita regional	26.446,28€
32%	medios radiofónicos generalistas y temático de alcance autonómico	19.233,66€
24%	medios digitales regionales de información general y temáticos	14.425,24€

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 8 / 17
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.01-0039/2022	Memoria justificativa	Contratación electrónica	2022/0821020
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



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 **6.010,52€**.

<b>PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN</b>		
Costes directos (Compra de espacios publicitarios)	90,91%	<b>60.105,18€</b>
Costes indirectos ( gastos generales de estructura y beneficio industrial)	10% de costes directos	<b>6.010,52€</b>
IVA	21%	<b>13.884,30€</b>
<b>TOTAL</b>		<b>80.000€</b>

### 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 **66.115,70** 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.

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 9 / 17</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.01-0039/2022	Memoria justificativa	Contratación electrónica	2022/0821020
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretaria General Técnica			
2			

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 80.000,00 euros a la aplicación presupuestaria 1212.1812.22610 - Plan de medios, distribuido en las anualidades 2022 y 2023 de la siguiente forma:

Ejercicio 2022 ..... 40.000€  
Ejercicio 2023 ..... 40.000€

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

La campaña se enmarcará entre los meses de **noviembre de 2022 a febrero de 2023**, llevándose a cabo por olas de difusión que se planificarán desde el Gobierno de La Rioja de acuerdo a las necesidades de comunicación de cada proyecto con una duración semanal por cada ola. La empresa presentará, en **el plazo de 15 días naturales** desde el término de cada ola publicitaria, un informe de post-evaluación de la actividad publicitaria.

El presente contrato tiene una duración que comprende desde la fecha de formalización hasta 15 días naturales después de la difusión de la última ola.

### 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 de la LCSP, se propone realizar la contratación del servicio mediante el procedimiento abierto simplificado.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 10 / 17
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.01-0039/2022	Memoria justificativa	Contratación electrónica	2022/0821020
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretaria General Técnica			
2			

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 **66.115,70** euros (IVA excluido).

- **Documentación necesaria para la acreditación de la solvencia económica y financiera.**

El volumen anual de negocios del licitador se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil, si el empresario estuviera inscrito en dicho registro y, en caso contrario, por las depositadas en el registro oficial en que deba estar inscrito.

El depósito en el Registro Mercantil se acreditará mediante certificación, nota simple o información análoga expedida por el Registro y que contenga las cuentas anuales. Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil.

En todo caso, la inscripción en el Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas del Sector Público acreditará frente al órgano de contratación, a tenor de lo en él reflejado y salvo prueba en contrario, las condiciones de solvencia económica y financiera del empresario.

### 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 46.280,99 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.

Asimismo, el licitador deberá comprometerse a dedicar o adscribir a la ejecución del contrato los medios personales o materiales suficientes para ello, teniendo este compromiso carácter de obligación esencial, de forma que su incumplimiento constituirá causa de aplicación de penalidades.

- **Documentación necesaria para la acreditación de la solvencia técnica.**

Relación de los principales servicios o trabajos realizados de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato en el curso de, como máximo los tres últimos años, en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos.

Los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 11 / 17
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.01-0039/2022	Memoria justificativa	Contratación electrónica	2022/0821020	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				

empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación; en su caso, estos certificados serán comunicados directamente al órgano de contratación por la autoridad competente.

En el supuesto de que se trate de empresas de nueva creación (**con antigüedad inferior a 5 años**), los licitadores deberán acreditar una plantilla mínima de 2 personas a fecha de apertura del plazo para presentación de ofertas.

### 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.

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 **60.105,18 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 12 / 17
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.01-0039/2022	Memoria justificativa	Contratación electrónica	2022/0821020
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretaria General Técnica			
2			

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, 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.**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 13 / 17
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.01-0039/2022	Memoria justificativa	Contratación electrónica	2022/0821020	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1	Secretaria General Técnica			
2				

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.
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 quince días, 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>.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 14 / 17
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.01-0039/2022	Memoria justificativa	Contratación electrónica	2022/0821020
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretaria General Técnica			
2			

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 3), o de una Unión Temporal de Empresas (Anexo 4).

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.
- 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

Una vez adjudicado en contrato de procederá a su formalización en documento administrativo de conformidad con el art. 153 de la LCSP.

### 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 15 / 17
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.01-0039/2022	Memoria justificativa	Contratación electrónica	2022/0821020
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

## 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 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 pagos parciales al finalizar cada una de las olas de difusión semanales, una vez la empresa adjudicataria haya presentado el informe post- evaluación de la ola correspondiente y acreditando ante la unidad encargada del seguimiento y ejecución ordinaria del contrato la ejecución de la táctica correspondiente de cada ola, 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 16 / 17
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.01-0039/2022	Memoria justificativa	Contratación electrónica	2022/0821020
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



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. 17 / 17
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.01-0039/2022	Memoria justificativa	Contratación electrónica	2022/0821020	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				