

III.Otras disposiciones y actos

CONSEJERIA DE HACIENDA

Resolución 219/2020, de 13 de agosto, de la Consejería de Hacienda, por la que se establecen los criterios para la celebración de patrocinios institucionales del Gobierno de La Rioja para el año 2020

202008200078774

III.2495

La Consejería de Hacienda, con el impulso de la Dirección de Comunicación Ciudadana y Portavocía del Gobierno de la Oficina de la Presidenta, es el órgano encargado de la tramitación de los asuntos referidos a la política informativa, comunicación y publicidad institucional, de conformidad con lo regulado en el Decreto 37/2019, de 10 de septiembre, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Hacienda 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, modificado por Decreto 128/2019, de 26 de noviembre.

La publicidad institucional conforma uno de los ejes de la política de comunicación del Gobierno de La Rioja y se circunscribe a la dimensión de la comunicación externa. A través de ella también se protege el derecho a la información que asiste a todos los riojanos.

La Administración regional y los entes públicos, en colaboración con los sistemas mediáticos, creativos y gráficos, establecen mensajes de carácter publicitario con los que ofrecer información corporativa y de servicios públicos. Además, se difunde la oferta cultural y se trabaja en la concienciación ciudadana.

La Ley 7/2017, de 22 de mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional, establece dos fórmulas publicitarias: las campañas de publicidad institucional y los patrocinios institucionales. Ambas expresiones tienen una naturaleza y una finalidad diferentes. Mientras que las campañas publicitarias conectan de forma directa con las necesidades de comunicación externa de la organización, el patrocinio institucional es una fórmula estrechamente vinculada con la imagen corporativa.

En las campañas institucionales es el Gobierno de La Rioja quien inicia el proceso de comunicación y se dirige a la ciudadanía, a través de los formatos y soportes publicitarios. En el supuesto del patrocinio institucional, el Gobierno de La Rioja se vincula a una iniciativa organizada por terceros, de la que espera obtener un retorno de inversión en términos de imagen.

Con los patrocinios que respalda la Administración regional se pretende fortalecer y reforzar la imagen del Gobierno a través de la adhesión a iniciativas de terceros que conectan con la carta de identidad del Gobierno y proyectan sus principios y valores.

Para avanzar en la objetivación y la transparencia del Programa de patrocinios institucionales, el Gobierno de La Rioja determina en su Plan Anual de Publicidad Institucional de 2020 los cinco principios básicos sobre los que se articula la toma de decisiones:

- La afinidad de la iniciativa con los principios y restricciones de la Ley de Comunicación y de Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja.
- La visibilidad de la marca del Gobierno de La Rioja, a través de la actividad comunicativa y publicitaria que prevea desarrollarse
- El alcance y los públicos objetivos incluidos en la iniciativa.
- La duración de la iniciativa.
- El retorno de la inversión, en términos económicos, que pueda cuantificarse del patrocinio institucional.

Corresponde ahora, a través de esta resolución, fijar los criterios objetivos para la admisión y baremación de los patrocinios institucionales que propongan terceros a la Administración regional.

Por todo lo anterior, este Consejero en uso de facultades conferidas por el Decreto de la Presidenta 8/2019, de 29 de agosto y el Decreto 37/2019, de 10 de septiembre, dicta la siguiente,

RESOLUCIÓN

Primero.- Presentación de propuestas.

Los terceros interesados en obtener un patrocinio institucional del Gobierno de La Rioja deberán presentar sus propuestas a la Consejería de Hacienda, a través de la Dirección de Comunicación Ciudadana y Portavocía del Gobierno de la Oficina de la Presidenta.

La propuesta deberá contemplar un informe en el que, al menos, queden reflejados los siguientes contenidos:

- La persona física o jurídica responsable de la solicitud, así como sus datos de contacto y una descripción de sus objetivos y fines corporativos.
- El objeto y una breve presentación de la actividad.
- El contenido de la actividad o iniciativa a patrocinar.
- El espacio temporal de la actividad a patrocinar.
- El alcance del plan de comunicación de la actividad a patrocinar.
- El plan de comunicación de la actividad, donde se incluya las diferentes acciones de comunicación y/o publicitarias previstas (on y off line).
- Una valoración de las contraprestaciones que obtendrá el Gobierno de La Rioja como patrocinador de la actividad.

Segundo.- Criterios de admisión de propuestas e iniciativas de terceros para la formalización de un patrocinio institucional.

Serán objeto de baremación aquellos patrocinios institucionales que guarden afinidad con la imagen corporativa del Gobierno de La Rioja. Por afinidad se entiende que:

- a) La propuesta respeta los principios y las restricciones recogidas en la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja.
- b) El objeto del contrato de patrocinio debe tener una relación directa con alguno de los objetivos del Gobierno de La Rioja.
 - a. Acción política del Gobierno de La Rioja

La agenda política del Gobierno de La Rioja está conformada por un conjunto de ejes estratégicos a los que denominamos Retos de Comunidad y Ejes Transversales:

Retos de Comunidad

- I. Enorregión: Situar La Rioja como una enorregión referente a nivel mundial.
- II. Lengua Española: Posicionar a La Rioja como el centro de referencia mundial de todo lo relacionado con la lengua española: su estudio, divulgación, acontecimientos?
- III. Reto demográfico
- IV. Innovación, no solo tecnológica, como motor de cambio. El conocimiento genera valor económico, social y político.
- V. Internacionalización
- VI. Reindustrialización
- VII. Sostenibilidad: posicionar a La Rioja como referente en la transición energética y en la producción de energías renovables

Ejes transversales

- I. Crecimiento económico
- II. Justicia Social
- III. Igualdad

b. Desarrollar acciones que promuevan la comunicación como elemento clave del desarrollo humano y territorial de La Rioja; con el derecho a la información de las personas; y aquellas que hagan efectivos los principios recogidos en la Ley 7/2017, de 22 de mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional.

c. Desarrollar acciones relacionadas con la promoción de la concienciación y la sensibilización ciudadanas ante la pandemia de COVID-19.

d. La iniciativa propuesta guarda un objeto diferente a los procesos de concurrencia competitiva abiertos por la Administración regional para el fomento y el desarrollo de actividades a través de las diferentes convocatorias de ayudas y subvenciones.

Tercero.- Criterios de baremación de propuestas e iniciativas de terceros para la formalización de un patrocinio institucional

a) Estudiado el patrocinio, se informará al solicitante de la afinidad o no de la propuesta y, en el caso afirmativo, se procederá a la baremación objetiva de la propuesta para determinar la cuantía económica del patrocinio del Gobierno de La Rioja.

b) Con carácter previo a la celebración del patrocinio, se indicará al proponente, desde la Dirección de Comunicación Ciudadana y Portavocía del Gobierno de la Oficina de la Presidenta, a través de la Consejería de Hacienda, una estimación de la cuantía económica del patrocinio del Gobierno de La Rioja.

Esta baremación se calculará de acuerdo a la siguiente tabla de criterios y puntuaciones; si bien la puntuación nunca podrá superar los 15 puntos, sin perjuicio de que la propuesta presentada contenga criterios cuya valoración pudieran superar esa puntuación, los cuales no podrán ser objeto de valoración a efectos económicos.

Criterio de visibilidad en medios de comunicación, a calcular sobre el plan de comunicación de la iniciativa.

Será necesario que el plan de comunicación incluya al menos uno de los medios aquí indicados.

Visibilidad en medios de comunicación radiofónicos

(emisoras con al menos, 10.000 oyentes en el EGM)

1 punto

Visibilidad en medios de comunicación televisivos

(cadenas regionales

con licencia autonómica o cadenas nacionales)

1 punto

Visibilidad en medios de comunicación impresos

(periódicos o revistas con al menos,

5.000 ejemplares OJD / PGD)

1 punto

Visibilidad en medios de comunicación digitales (medios

con, al menos, 200.000 UU

1 punto

mensuales o 20.000 diarios OJD / Comscore)

Otros Criterios de visibilidad EN MEDIOS,

a calcular sobre el plan de comunicación de la iniciativa:

Visibilidad en soportes de publicidad exterior (campañas

de, al menos, una catorcena)

1 punto

Visibilidad en redes sociales (alcance mínimo previsto de

20.000 personas)

1 punto

Visibilidad en otros medios no convencionales

0,5 puntos

Visibilidad en publicaciones propias y herramientas de

difusión

0,5 puntos

Criterio de alcance, a elegir entre los siguientes:

Alcance local y comarcal

2 puntos

Alcance regional

5 puntos

Alcance nacional o internacional

11 puntos

Criterio de duración, a elegir entre los siguientes:

(La duración de un patrocinio comprenderá desde

el inicio hasta el final de las acciones comunicativas y de difusión de la iniciativa)

Menos de tres meses de duración

1 punto

Tres meses

2 puntos

Más de tres meses de duración

4 puntos

c) Finalizada la relación de patrocinio con el Gobierno de La Rioja, el tercero deberá presentar una memoria justificativa del resultado de la actividad. Esta memoria será requisito indispensable para el abono de la cuantía del patrocinio.

d) La memoria deberá incorporar una valoración económica del retorno obtenido por el Gobierno de La Rioja en la celebración del patrocinio. Para calcular dicho retorno se establecen los siguientes criterios:

-Los espacios valorados deben tener presencia de la imagen de marca del Gobierno de La Rioja.

-La valoración de dichos espacios se realizará según tarifa publicitaria del soporte.

-La valoración de espacios en redes sociales se realizará, a precio de mercado, a partir del alcance de aquellas publicaciones en las que estén mencionadas las cuentas oficiales del Gobierno de La Rioja.

e) El importe final del patrocinio institucional se completará con el criterio de retorno de inversión, de acuerdo a la siguiente tabla de puntuaciones:

Criterio de retorno de inversión, a elegir entre los siguientes:

Inferior o igual al importe del patrocinio	0 puntos
Hasta un 10% superior al importe del patrocinio	2 puntos
Desde un 11% y hasta un 30% superior al importe del patrocinio	3 puntos
Desde un 30% y hasta un 50% superior al importe del patrocinio	4 puntos
Más de un 50% superior al importe del patrocinio	5 puntos

Una vez aplicados todos los criterios, la puntuación máxima en la baremación de las propuestas será como máximo de 20 puntos, según criterios arriba establecidos (hasta quince puntos por Criterios de Visibilidad en Medios de Comunicación, Medios, Alcance y Duración y hasta cinco puntos por el Criterio de Retorno de inversión), no pudiendo superarse dicha puntuación en ninguno de los casos a efectos de su valor económico, y cada punto tendrá un valor unitario de 749 euros sin incluir el IVA correspondiente (21%).

Cuarto.- Transparencia en los patrocinios institucionales.

De acuerdo con el contenido del plan anual de Publicidad Institucional, se adoptarán las siguientes medidas orientadas a la transparencia del programa de patrocinios institucionales del Gobierno de La Rioja:

a) La remisión trimestral al Parlamento de La Rioja de los patrocinios institucionales celebrados entre el Gobierno de La Rioja y los terceros.

b) La publicación de los patrocinios celebrados en el portal de la Transparencia y en el portal web de Publicidad Institucional.

Para garantizar la correcta trazabilidad del procedimiento administrativo, el servicio de Coordinación codificará cada patrocinio institucional de acuerdo a la estructura PI/20/0XX.

Quinto.- Evaluación final de los patrocinios institucionales.

De conformidad a lo dispuesto en la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional, el Gobierno de La Rioja realizará una evaluación posterior de los patrocinios institucionales celebrados por la Administración regional y los terceros en el informe anual de Publicidad Institucional.

Sexto.- Uso de las marcas del Gobierno de La Rioja.

Los patrocinios institucionales del Gobierno de La Rioja se registrarán, al igual que en el resto de actividades publicitarias, bajo el principio de marca única.

El logotipo del Gobierno de La Rioja deberá aparecer en todas las actividades comunicativas y publicitarias articuladas en el patrocinio institucional. No serán objeto de baremación aquellas que, aun siendo parte de la iniciativa patrocinada, no incluyan la marca del Gobierno de La Rioja o incluyan variantes y versiones diferentes de la identidad.

a) En formatos impresos, gráficos y audiovisuales, deberá aparecer la marca central del Gobierno de La Rioja bajo la expresión 'Con el patrocinio de' o aquella marca o logo que la Administración determine que es la más adecuada para el objeto del patrocinio.

b) En formatos radiofónicos, deberá aparecer la voz corporativa del Gobierno de La Rioja, que estará descargable en la web de publicidad institucional dentro de www.larioja.org o aquella que la Administración determine que es la más adecuada para el objeto del patrocinio.

En cualquier caso, el Director de Imagen y Diseño del Gobierno de La Rioja deberá aprobar previamente a su publicación la presencia de marca en los diferentes soportes.

Séptimo.- *Exclusión de los patrocinios de carácter deportivo.*

De la presente resolución quedan excluidos los patrocinios de carácter deportivo que, en el uso de sus competencias, pudiera establecer la dirección general con competencias en deporte. En cualquier caso, y en base a la competencia de esta consejería, en materia de identidad e imagen institucional, los patrocinios deportivos deberán respetar las normas gráficas fijadas en el apartado sexto de esta resolución.

Logroño a 13 de agosto de 2020.- El Consejero de Hacienda, Celso González González.