



INFORME DE NECESIDAD DE LA TRAMITACIÓN DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 23 18 TRANSPORTE PÚBLICO», DE LA CONSEJERÍA DE POLÍTICA LOCAL, INFRAESTRUCTURAS Y LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN

El presente informe se emite en cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 28 y 118.2 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, 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; en adelante, LCSP.

1. Necesidades a satisfacer

Con fin de poder desarrollar la difusión de la campaña publicitaria “CP 23 18 Transporte público”, mediante el presente informe se inicia el procedimiento administrativo correspondiente a la contratación de servicios de compra de espacios en diferentes soportes publicitarios del sector de medios radiofónicos y publicidad exterior de acuerdo a la planificación establecida y a la contratación efectuada a través de las correspondientes órdenes de compra solicitadas a los proveedores.

Para la tramitación de la misma se seguirá el cauce establecido para el contrato menor según regulación y requisitos contenidos en el artículo 118 de la LSCP.

A tales efectos, en aplicación del mandato regulado en el art. 118.2 de la LCSP, sirva el presente informe para poner de manifiesto tanto la necesidad de contratación como que no se está alterando el objeto del contrato con el fin de evitar la aplicación de los umbrales, descritos en el apartado primero del citado artículo 118, referidos a los contratos menores.

Todo ello con el fin de poder materializar las campañas publicitarias recogidas en el Plan Anual de Publicidad Institucional 2023, aprobado por el Consejo de Gobierno en su sesión celebrada el 21 de diciembre de 2022.

2. Fundamentación jurídica y órgano competente

2.1. Fundamentación jurídica

La Ley 7/2017, de 22 mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional establece en su artículo 5.1 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”. De igual manera, el artículo 5.4 de esta norma autonómica establece que “los contratos vinculados a las campañas reguladas por esta ley se tramitarán con sometimiento a lo previsto en la normativa vigente en materia de contratos del sector público”.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional	2023/0819560
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero			
2			

Por este motivo, este contrato tiene su fundamento normativo en lo dispuesto en los artículos 17 de la ley 34/1988, de 11 noviembre, General de Publicidad, así como en el artículo 5 de la Ley 7/2017, de 22 de mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional.

El artículo 17 de la ley 34/1988, de 11 de noviembre, define el contrato de difusión publicitaria es aquél por el que, a cambio de una contraprestación fijada en tarifas preestablecidas, un medio se obliga en favor de un anunciante o agencia a permitir la utilización publicitaria de unidades de espacio o de tiempo disponibles y a desarrollar la actividad técnica necesaria para lograr el resultado publicitario.

El artículo 9.1 de la Ley 7/2017, de 22 de mayo, establece 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 así, el plan anual de publicidad institucional será aprobado por el Consejo de Gobierno, a propuesta de la consejería con competencias en política informativa según lo previsto en el artículo 9.3 de la ley 7/2017, de 22 de mayo.

En ejecución de dicho mandato normativo mediante Acuerdo del Consejo de Gobierno se aprueba el nuevo Plan General de Publicidad Institucional para el año 2023, en su sesión celebrada el día 21 de diciembre de 2022.

2.2. Órgano competente

De conformidad con lo regulado en el Decreto 51/2023, de 22 de mayo, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno 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, la citada Consejería es el órgano de la Administración de la Comunidad Autónoma de La Rioja al que corresponden, entre otras, 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.

3. Objeto del contrato de difusión publicitaria

El presente informe de prescripciones técnicas tiene por objeto establecer y fijar las condiciones técnicas que regirán la contratación de un servicio de planificación, compra de espacios y postevaluación de la campaña de publicidad institucional “CP 23 18 Transporte público”, de la Consejería de Política Local, Infraestructuras y Lucha contra la Despoblación.

En concreto, y de conformidad con lo indicado en el informe de la Directora de Publicidad Institucional, de fecha 2 de octubre de 2023 (IPT), el objeto del contrato de difusión comporta los siguientes aspectos:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional	2023/0819560
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero			
2			

- La elaboración de una táctica de medios para la campaña de publicidad institucional, de conformidad con los criterios técnicos incluidos en las presentes prescripciones técnicas.
- La contratación de los espacios publicitarios propuestos por el Gobierno de La Rioja según los porcentajes de audiencias y atendiendo a los públicos objetivos a los que se pretende llegar con la presente campaña de publicidad. Esta contratación comprende 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.
- La postevaluación del plan de medios propuesto en el presente informe de prescripciones técnicas.

4. Público objetivo de la campaña

Se establece como público objetivo de esta campaña institucional, la población riojana en general, ya que se trata de un servicio útil para todas las franjas de edades. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público en 316.806 personas, de las que 155.883 son hombres y 160.924 son mujeres.

* Datos del Instituto de Estadística de La Rioja a 1 julio de 2022

Como público secundario se establece los usuarios del servicio (estudiantes, mayores de 65 años, trabajadores...), ya que se busca su fidelización.

5. Duración de la campaña

La campaña tendrá una duración de 10 días, del 19 al 29 octubre de 2023.

6. Contenido de las prestaciones

De conformidad con el apartado 3, en el que se detalla la descripción de los servicios previstos en el contrato de difusión publicitaria, las prestaciones que comprende el contrato serán las siguientes:

6.1. La elaboración de una táctica de medios

Supone la determinación de los tipos de formatos o espacios publicitarios y número de ellos para la campaña de publicidad institucional.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional	2023/0819560	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Consejero				
2				

La táctica de medios incluirá los sectores y soportes en los que se realizará la inversión publicitaria y el porcentaje de la misma para la totalidad de la campaña. Para la elaboración de la táctica de medios, la empresa deberá cumplir los criterios técnicos detallados en la tabla de soportes, formatos e inversión que incluye el presente informe. Estos criterios han sido elaborados según la estrategia publicitaria del Gobierno de La Rioja, atendiendo a los públicos objetivos a los que se pretende llegar con la presente campaña.

TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN

a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022	Especificaciones sobre formato	31% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Siempre en las páginas dedicadas a información regional y local	69-72% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Siempre en las páginas dedicadas a información regional y local	25-28% del porcentaje del sector.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 4 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Consejero				
2					

b) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022		22% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	41-44% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	34-37% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	16-19% del porcentaje del sector.
Radio temática de alcance autonómico		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022		10% de inversión publicitaria prevista
	Radio temática de alcance autonómico con mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	21-24% del porcentaje del sector.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 5 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional	2023/0819560
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero			
2			

	Radio temática de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	20-23% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	13-16% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	10-13% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	9-12% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con sexta mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	9-12% del porcentaje del sector.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 6 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional	2023/0819560
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero			
2			

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022 y OJD Interactiva*		30% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	45-48% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	32% - 35% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	8% - 11% del porcentaje del sector.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAeS. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 7 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional	2023/0819560		
1 Consejero					
2					

	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	3% -6% del porcentaje del sector.
--	--	------------------------------	--	-----------------------------------

*Media entre la audiencia media acumulada en OJD interactiva en los últimos seis meses hasta agosto 2023 y los datos de audiencias frecuentes del Estudio de Audiencias de Medios de Comunicación de La Rioja 2022.

Diarios digitales locales de información general		OJD Interactiva*		1% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital local de información general con mayor número de usuarios únicos de La Rioja	OJD Interactiva	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	54-57% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con segundo número de usuarios únicos de La Rioja	OJD Interactiva	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	39-43% del porcentaje del sector

*Media entre la audiencia media acumulada en OJD interactiva en los últimos seis meses hasta agosto 2023

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 8 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional	2023/0819560
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero			
2			

d) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			6% sobre la inversión publicitaria prevista
	Autobús metropolitano: <ul style="list-style-type: none"> Impresión de vinilos para laterales de 3 autobús Colocación y retirada de vinilos 	Unidades	100% sobre el porcentaje del sector

6.2. Intermediación y compra de formatos o espacios publicitarios

La ejecución de la táctica prevista por la empresa comprende 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 formatos o espacios publicitarios contratados.

Al término de la prestación del servicio, la empresa deberá aportar los justificantes de la actividad publicitaria y órdenes que le han sido emitidas por la compra de espacios en soportes publicitarios.

El Gobierno de La Rioja y la empresa coordinarán la ejecución y el desarrollo de la táctica publicitaria y posibles cambios. El primero entregará a la segunda el conjunto de creatividades gráficas y sonoras para la correcta ejecución y desarrollo de la actividad publicitaria.

La empresa asumirá los costes de las anomalías, defectos o errores, si fueran propios, de las inserciones publicitarias sin que ello supusiera un coste adicional para el Gobierno de La Rioja.

6.3. Postevaluación de la táctica publicitaria

La empresa presentará, en el plazo de **15 días naturales** desde el término de cada ola, un informe de post-evaluación de la actividad publicitaria.

Este informe contendrá:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 9 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional	2023/0819560
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero			
2			

- Las variables relativas al análisis de los resultados del plan de medios: impactos, cobertura, frecuencia, siempre que sea posible determinarse con las fuentes de medición existentes para los soportes publicitarios seleccionados.
- Las variables relativas a los análisis de rentabilidad: coste por mil y el coste por rating point. Este último, en el caso de poder determinarse con las fuentes de medición existentes para los soportes publicitarios seleccionados.

7. Criterios de valoración

- a) Diferencia del importe total de la inversión publicitaria prevista en el contrato y el coste total de la táctica propuesta por la empresa. **Hasta 60 puntos.**

Y se aplicará la siguiente fórmula:

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

Se excluirán las propuestas cuyo coste de la táctica publicitaria sea superior al establecido en el apartado 5. Propuesta económica, de este informe.

- b) Un porcentaje por los servicios que prestará la empresa. Esta cuantía económica no podrá ser superior al 10% del importe económico de la táctica presentada por la empresa. **Hasta 40 puntos.**

Y se aplicará la siguiente fórmula:

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

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

En caso de **empate**, resultará seleccionada la empresa que acredite mayor porcentaje de trabajadores con discapacidad en la plantilla de la empresa, superior al que les imponga la normativa. Si continuara persistiendo el empate, se aplicarán los criterios establecidos en el artículo 147.2 de la Ley 9/2017 de 8 de noviembre, de contratos del sector público 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 10 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional		2023/0819560
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Consejero				
2				

8. Financiación

El importe total máximo de la propuesta económica no deberá superar los **14.950,00 € (IVA no incluido)**, que se imputarán a la partida presupuestaria **12.12.1812.226.10** - Plan de Medios del presupuesto del año 2023.

9. Obligaciones de la empresa

Se consideran obligación de la empresa que tiene la consideración de condición especial de ejecución las siguientes:

1. La empresa asumirá todas las operaciones comerciales, administrativas y mercantiles relacionadas con la contratación de espacios publicitarios, de acuerdo a la táctica publicitaria propuesta.
2. La empresa cumplirá con el plan de medios especificado. En caso que hubiera algún contratiempo, la empresa lo consultará previamente con esta oficina.
3. El Gobierno de La Rioja se reserva el derecho a modificar la programación y duración de la táctica publicitaria, siempre que las modificaciones no incurran en un incremento del coste para la empresa.
4. La empresa deberá abonar el importe debido a los medios de comunicación contratados, en un plazo máximo de 5 días hábiles, a partir del día de pago de la correspondiente factura por parte de la Administración; pudiéndose requerir por aquélla, justificante del pago realizado en cualquier momento tras la finalización del plazo indicado.
5. La empresa presentará, en el plazo máximo de 24 horas desde la formalización del contrato, la “Táctica de medios” en la que se señalen:
 - a) Los sectores y soportes publicitarios incluidos.
 - b) Los formatos publicitarios, las cantidades y el coste unitario por formato incluidos en la táctica propuesta. En el caso de que las negociaciones con los soportes condujeran a la obtención de algún descuento sobre tarifa, deberá especificarse el porcentaje de descuento obtenido y el coste unitario final, una vez aplicado citado descuento.
 - c) El coste total de la propuesta de táctica de medios (expresada sin IVA).
 - d) La programación y la duración de la táctica publicitaria en cada uno de los sectores y soportes publicitarios propuestos. Esta información deberá acompañarse de un calendario diario que recoja la actividad publicitaria: tipo de inserción, soporte y sector publicitario.
6. La campaña tendrá una **duración de 10 días, del 19 al 29 octubre.**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 11 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional		2023/0819560
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Consejero				
2				