



INFORME PROPUESTA PARA LA CONTRATACIÓN DE LA CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 24 25 FOMENTO DE LA ACTIVIDAD ARTESANA», DE LA CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, EMPRESA Y TRABAJO AUTÓNOMO.

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.

Asimismo, a efectos del art. 80 de la Orden APH/2/2019, de 4 de febrero, de la Consejería de Administración Pública y Hacienda, por la que se regulan los extremos a comprobar en la fiscalización e intervención previa de requisitos básicos, sirva el presente informe para justificar que con este contrato no se está alterando el objeto del contrato para evitar la aplicación de las reglas generales de contratación, de acuerdo a lo establecido en el apartado segundo del citado artículo 118 de la LCSP.

1. NECESIDADES A SATISFACER Y OBJETO DEL CONTRATO.

El informe emitido por la Oficina del Presidente de 1 de julio de 2024 considera la necesidad de tramitar el contrato menor de creación de la campaña de publicidad institucional “CP 24 25 Fomento de la actividad artesana”, de la Consejería de Economía, Innovación, Empresa y Trabajo Autónomo. Dicha campaña se encuentra incluida en el Plan de Publicidad Institucional 2024 aprobado mediante Acuerdo de Consejo de Gobierno de fecha 16 de enero de 2024.

1.1 Objetivo de la campaña de publicidad.

El objetivo de esta campaña es impulsar la actividad artesanal que se desarrolla en La Rioja, esa labor que realiza de forma manual una persona, sin ayuda de una máquina y donde cada pieza o producto es distinta a las demás. De hecho, el sector artesano desarrolla una actividad económica que incorpora valores como la tradición, el saber hacer, la cultura y, además, supone una fuente generadora de empleo y un medio de cohesión social, esencialmente en el mundo rural, constituyendo un recurso turístico y cultural con un gran potencial.

En este sentido, desde el Gobierno de La Rioja se considera necesario adoptar medidas de apoyo a la artesanía para estimular la competitividad de las empresas existentes, así como fomentar la apertura de nuevos talleres. Si queremos consolidar el sector como actividad económica, producto cultural y recurso turístico de La Rioja, resulta imprescindible apoyar al sector y lograr un mayor grado de corresponsabilidad con artesanos y sus asociaciones profesionales.

La Rioja cuenta actualmente con un total de 287 carnets de artesanos, de los cuales, 156 son empresas artesanas ytemporal o permanentemente de sus familias biológicas, ofreciéndoles la posibilidad de desarrollarse en un entorno familiar para crecer y mantener la vinculación con sus padres y hermanos/as.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2024/000069	Informe	Publicidad institucional	2024/0637490
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero			
2			

El objetivo de comunicación de esta campaña es visibilizar el sector artesano riojano, contribuyendo así a su promoción, consolidación y potenciación, tanto como elemento distintivo de nuestra región, que aporta valor a la marca Rioja, como sector de desarrollo económico y de fijación de población en zonas rurales.

Asimismo, se busca informar a la sociedad de la existencia de un nutrido número de artesanos en La Rioja y de los productos que elaboran. Actualmente, la artesanía de La Rioja está formada por 59 oficios diferentes englobados en dos grupos: artesanía artística y artesanía agroalimentaria, que se ubican por 51 municipios por toda la región.

1.2 Públicos Objetivos

Se establecen los siguientes públicos objetivos para la presente campaña de publicidad:

Se establece como público objetivo primario la sociedad riojana en general, formada por 324.319 personas, de las que 160.122 son hombres y 164.197 mujeres (Datos provisionales a 1 de abril de 2024 de la Encuesta continua de población del Instituto de Estadística de La Rioja).

1.3 Enfoque de comunicación.

Esta campaña tiene un enfoque informativo. Se busca promocionar los productos artesanos de La Rioja. Mostrar que la artesanía es un elemento importante en la actividad de la región, que genera productos únicos, que aportan singularidad y valores diferenciales y que generan empleo y riqueza en los municipios y ciudades de La Rioja. Del mismo modo, se busca la implicación de la sociedad en la campaña, hacerle participe de alguna manera de la importancia que tiene apoyar a este sector porque comprando productos artesanos, contribuimos entre todos a favorecer el crecimiento, el mantenimiento del empleo en nuestros municipios, y a reconocer el valor de los elaboradores y productores de La Rioja

1.4 Marco Normativo.

Este contrato tiene su fundamento normativo en lo dispuesto en los artículos 20 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.

Así, el artículo 20 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, define el contrato de creación publicitaria como aquel por el que, a cambio de una contraprestación, una persona física o jurídica se obliga en favor del anunciante o agencia a idear y elaborar un proyecto de campaña publicitaria, una parte de la misma o cualquier otro elemento publicitario.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2024/000069	Informe	Publicidad institucional	2024/0637490
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero			
2			

Por su parte la Ley 7/2017, de 22 de mayo, establece en el 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.

1.5 Objeto del contrato.

El objeto de contrato previsto es la conceptualización y el desarrollo de la creatividad publicitaria, así como el diseño de los diferentes elementos gráficos y audiovisuales que compondrán la campaña de publicidad “CP 24 25 Fomento de la actividad artesana”, de la Consejería de Economía, Innovación, Empresas y Trabajo autónomo.

Dicho contrato comporta los siguientes servicios y actividades profesionales:

- a) El **copy y la creatividad principal** para la campaña de publicidad institucional, que se presentarán en un informe que incluirá brevemente la conceptualización, la idea clave, los mensajes fuerza y la justificación técnica de los elementos gráficos de la propuesta creativa.
- b) El **diseño y la producción** de los contenidos gráficos y audiovisuales; la redacción de los contenidos editoriales; y/o la compra, impresión y colocación de materiales, en su caso, de acuerdo a la orden de trabajo correspondiente que proporcionará el Gobierno de La Rioja.
- c) La **entrega de los artes finales** al Gobierno de La Rioja para su distribución a los soportes publicitarios elegidos para el desarrollo de la táctica publicitaria.

1.6 Cesión de materiales

Al entregar el servicio de creatividad y diseño solicitado, la empresa seleccionada da consentimiento a la siguiente solicitud:

Entrega y cesión de materiales técnicos. Los materiales se entregarán debidamente adaptados para cada uno de los soportes y formatos solicitados. Se entregará el material gráfico en formato PDF y en archivos compatibles con programas de diseño, como Adobe In Design o Adobe Illustrator; así como el material fotográfico empleado para la campaña. También se cederán los diferentes archivos generados para la pieza audiovisual.

Todos los materiales entregados pasarán a ser propiedad del Gobierno de La Rioja, que podrá utilizarlos en cuantas acciones desee, sin límite de tiempo.

2. COMPETENCIA

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2024/000069	Informe	Publicidad institucional	2024/0637490
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero			
2			

Autónoma de La Rioja, la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno 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 del Presidente y gestión administrativa en asistencia al Presidente y sus órganos de apoyo. Esta competencia no está delegada conforme a la Resolución 239/2023, de 28 de julio, de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno, de delegación de competencias en los órganos de la Consejería y asignación de funciones a las unidades.

3. TRAMITACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA OFERTA ADJUDICADA

Dada la necesidad anterior, cuya propuesta económica, de conformidad con el informe de la Oficina del Presidente, no deberá superar los 5.000,00 € (IVA incluido), cuantía inferior al umbral marcado por el art. 118.1 de la LCSP, regulador del expediente de contratación en contrato menor, se inicia la oportuna tramitación del expediente de contratación del servicio de creación de la campaña de publicidad “CP 24 25 Fomento de la actividad artesana”, de la Consejería de Economía, Innovación, Empresas y Trabajo autónomo.

Así, al objeto de seleccionar la propuesta más adecuada conforme a los criterios de valoración establecidos en el informe emitido por la Oficina del Presidente anteriormente mencionado, se solicitan propuestas a las empresas de diseño de La Rioja incluidas en la base de datos disponible en la Dirección de Publicidad Institucional conformada por unas 90 empresas. Transcurrido el plazo de presentación de las mismas, se reciben las propuestas de las siguientes empresas:

- Javier Benayas
- CHP Comunicación
- Deca Publicidad
- Lles Comunicación
- Estudio Lima
- Código Zeta
- Sergio Studio

Las valoraciones de dichas propuestas se realizarán teniendo en cuenta los criterios de adjudicación siguientes:

1. Grado en que la propuesta alcanza en mayor medida los objetivos de comunicación, incluyendo los elementos de identidad institucional. **Hasta 30 puntos.**

Para la valoración de este criterio se ha atendido a los objetivos de comunicación detallados en el punto 3.2. del IPT y, respecto a los elementos de identidad institucional, el 4.3 del IPT.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 4 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2024/000069	Informe	Publicidad institucional	2024/0637490
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero			
2			

2. La propuesta creativa y el slogan de campaña son originales -no existe un precedente a nivel nacional en campañas similares-, promueven la animación y la interacción con el usuario, superando la información y, detallados. **Hasta 30 puntos.**

Para la valoración de este criterio se ha atendido a la originalidad, la promoción de la animación y la interacción con el usuario y el detalle.

3. Grado en que la propuesta se adapta en mayor medida al enfoque de comunicación, lenguaje propuesto y públicos objetivo. **Hasta 30 puntos.**

Para la valoración de este criterio se ha atendido a los aspectos del enfoque de comunicación detallados en el punto 3.3 y a los aspectos del lenguaje indicados en el punto 3.6 del IPT y públicos objetivo (3.4.).

4. Propuesta económica de menor valor. **Hasta 10 puntos.**

Para la valoración de este criterio, se ha utilizado la siguiente fórmula proporcional:

$$\text{Puntuación} = 10 \times \frac{\text{Importe de la menor propuesta económica sin IVA.}}{\text{Importe de la propuesta económica que se valora sin IVA.}}$$

Una vez valoradas las propuestas presentadas, se obtienen las siguientes valoraciones, tal y como se establece en el informe de la Dirección de Publicidad Institucional de la Oficina del Presidente de fecha 19 de julio de 2024:

		CHP comunicación	Deca Publicidad	Javier Benayas	Lles Comunicación	Sergio Studio	Estudio Lima	Zeta Comunicación
Objetivos	hasta 30 ptos	27	24	19	24	22	23	23
Propuesta creativa y slogan	hasta 30 ptos	23	27	22	25	24	18	25
Enfoque y lenguaje	hasta 30 ptos	25	27	20	27	21	25	26
Propuesta económica	hasta 10 ptos	8,93	10,00	9,63	8,97	8,86	9,15	8,86
Sin IVA		4.100,00 €	3.660,00 €	3.800,00 €	4.080,00	4.132,00	4.000,00 €	4.130,00 €
TOTAL PUNTOS	100	83,93	88,00	70,63	84,97	75,86	75,15	82,86

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2024/000069	Informe	Publicidad institucional		2024/0637490
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Consejero				
2				

4. ADJUDICACIÓN

A la vista de dicho informe de valoración, se propone la adjudicación del contrato menor en favor de **Deca Publicidad S.L. (B26167999)** con 88,00 puntos sobre 100, por un importe sin IVA de 3.660,00 €; importe correspondiente al 21% de IVA es 768,60€; **Importe total IVA incluido: 4.428,60€.**

En virtud de lo dispuesto en el artículo 8.e) del Decreto 9/2015 de 27 de marzo, procede la acumulación en un solo acto administrativo de las fases “A”, “D” y “O” de ejecución del presupuesto, por tratarse de un contrato menor.

5. ABONO DE LA PRESTACIÓN

El pago de la prestación se efectuará en un único pago, una vez finalizado y entregado en plazo y de conformidad los trabajos correspondientes.

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

Los abonos se llevarán a cabo previa presentación de la factura, por medios electrónicos, y de conformidad con lo establecido en el Decreto 27/2013, de 13 de septiembre, por el que se regula el Registro de facturas y el servicio de facturación electrónica del Gobierno de La Rioja, la cual debe estar conformada por el representante de la Administración, abonándose con cargo a la partida presupuestaria 12.12.1812.22733 del presupuesto de gasto para 2024.

El abono requerirá el informe previo de la Dirección de Publicidad Institucional sobre las prestaciones realizadas y el de conformidad de la Secretaría General Técnica de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2024/000069	Informe	Publicidad institucional		2024/0637490
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Consejero				
2				