

## INFORME PROPUESTA PARA LA CONTRATACIÓN DE LA CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 24 12 SALUD MENTAL» DE LA CONSEJERÍA DE SALUD Y POLÍTICAS SOCIALES.

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 3 de octubre de 2024 considera la necesidad de tramitar el contrato menor de creación de la campaña de publicidad institucional “CP 24 12 Salud Mental”, de la Consejería de Salud y Políticas Sociales. 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.

La Consejería de Salud y Políticas Sociales cuenta con una Estrategia de Salud Mental y Emocional que tiene ocho líneas estratégicas: promoción de la Salud Mental; prevención de la Salud Mental; asistencia a los trastornos mentales -Atención Primaria, trastorno mental grave y persistente, conducta suicida, abuso de alcohol y conductas adictivas, infanto-juvenil, salud mental geriátrica-; coordinación; actuaciones frente a la discriminación y el estigma; formación; evaluación y calidad; y nuevas tecnologías -transversal a las anteriores.-

La prioridad fundamental de esta campaña es eliminar el estigma asociado a los problemas de salud mental. Además, también se pretende llegar al público joven (niños, jóvenes y padres) para abordar las adicciones, prevenir el suicidio y favorecer la salud mental. Las adicciones y las conductas suicidas entre adolescentes y jóvenes son problemas de Salud Pública de gran relevancia. En este marco, esta campaña incluye entre sus prioridades abordar varias cuestiones relevantes: – Las adicciones a las pantallas y tecnologías, – el abuso de drogas (alcohol, tabaco, cannabis y otras drogas), – y la prevención del suicidio.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000098	Informe	Publicidad institucional	2024/0922089	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Consejero			
2				

El objetivo de comunicación prioritario de esta campaña es erradicar el estigma asociado a la Salud Mental, alentando a los jóvenes a buscar ayuda cuando la necesiten. En este sentido, se puede añadir un teléfono de contacto donde solicitar ayuda (900 714 110). Otros objetivos son: – Sensibilizar a jóvenes y adolescentes sobre los riesgos y consecuencias de las adicciones a las tecnologías y a las sustancias. – Prevenir el suicidio difundiendo las distintas herramientas de apoyo y prevención. – Animar a buscar ayudas y recurrir a Salud Mental del Gobierno de La Rioja Enlace al manual de prevención de adicciones:

Enlace al manual de prevención de adicciones:  
[https://www.riojasalud.es/files/content/ciudadanos/escuelasalud/cuida-tu-salud/adicciones/2024\\_ES\\_GUIA\\_Prevenci%C3%B3n%20adicciones\\_ex](https://www.riojasalud.es/files/content/ciudadanos/escuelasalud/cuida-tu-salud/adicciones/2024_ES_GUIA_Prevenci%C3%B3n%20adicciones_ex)

## 1.2 Públicos Objetivos

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

Se establece como **público objetivo primario** los adolescentes y jóvenes, de 12 a 25 años, quienes son los más vulnerables a las conductas adictivas y suicidas. También los padres y educadores, quienes pueden influir significativamente en la vida de los jóvenes y adolescentes.

El **público objetivo secundario** 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.

El enfoque de comunicación que se considera más adecuado es el de sensibilización. Los mensajes y los eslóganes de la campaña deben incluir una llamada a la acción en la que se invite a utilizar los recursos que ofrece el Gobierno de La Rioja en Salud Mental. Para ello, son claves la aceptación, la eliminación del estigma y la normalización de cualquier circunstancia o enfermedad vinculadas a la Salud Mental.

Se pretende enfatizar la importancia de buscar ayuda y la disponibilidad de servicios de Salud Mental en La Rioja. A su vez, se quiere romper el estigma y promover la aceptación y comprensión de los problemas de Salud Mental.

Para ello, se utilizará un enfoque empático y cercano, que refleje la realidad de las adicciones y las conductas suicidas.

Se utilizará un tono positivo y motivador, destacando siempre la posibilidad de recuperación y la importancia de buscar ayuda.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000098	Informe	Publicidad institucional	2024/0922089	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Consejero				
2				

Además, como elementos visuales se propone mostrar a jóvenes en situaciones cotidianas, que reflejen momentos de alegría y bienestar y que contrasten con momentos de vulnerabilidad y necesidad de apoyo.

La propuesta tratará los temas de adicciones y suicidio con la seriedad y respeto que se merecen, evitando cualquier tipo de sensacionalismo o explotación del sufrimiento.

Todos los mensajes deben respetar la privacidad y dignidad de los jóvenes.

#### 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.

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 12 Salud Mental” de la Consejería de Salud y Políticas Sociales.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000098	Informe	Publicidad institucional	2024/0922089	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Consejero			
2				

- 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 deseé, 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 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 6.500,00 € (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 12 Salud Mental”, de la Consejería de Salud y Políticas Sociales.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000098	Informe	Publicidad institucional	2024/0922089	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Consejero			
2				

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:

- Soniare Eventos
- Los Vecinos del Quinto
- CHP Comunicación
- Wicom Group
- Deca Publicidad
- Estudio Lima
- Sergio Studio
- Hola Jorge
- Torrents creativos
- La Mirada.

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.

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.).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000098	Informe	Publicidad institucional	2024/0922089	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Consejero				
2				

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

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

Importe de la menor propuesta económica sin IVA.

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

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 18 de octubre de 2024:

		CHP Comunicación	Estudio lima	Wicom Group	Sergio Studio	Soniare Eventos	Deca Publicidad	Hoja Jorge	Los Vecinos del 5º	La Mirada	Torrents creativos
Objetivos	hasta 30 ptos	23	21	22	27	24	21	19	23	26	20
Propuesta creativa y slogan	hasta 30 ptos	21	21	22	28	21	21	18	22	25	21
Enfoque, lenguaje y público objetivo	hasta 30 ptos	23	25	26	28	27	23	18	27	25	22
Propuesta económica	hasta 10 ptos	7,52	7,69	10,00	7,55	7,80	9,57	7,45	7,81	7,53	8,08
Sin IVA		5.320,00€	5.200,00€	4.000,00€	5.300,00€	5.125,00€	4.180,00€	5.371,90€	5.120,00€	5.315,00€	4.950,00€
<b>TOTAL PUNTOS</b>	<b>100</b>	<b>74,52</b>	<b>74,69</b>	<b>80,00</b>	<b>90,55</b>	<b>79,80</b>	<b>74,57</b>	<b>62,45</b>	<b>79,81</b>	<b>83,53</b>	<b>71,08</b>

#### 4. ADJUDICACIÓN

A la vista de dicho informe de valoración, se propone la adjudicación del contrato menor en favor de **Sergio Fernández (Sergio.Studio) con NIF 16577618T**, con 90,55 puntos sobre 100, por un importe sin IVA de 5.300 €; importe correspondiente al 21% de IVA es 1.113 €; **Importe total IVA incluido: 6.413€**.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000098	Informe	Publicidad institucional	2024/0922089	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Consejero				
2				
<div style="height: 40px;"></div>				

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. 7 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000098	Informe	Publicidad institucional	2024/0922089	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Consejero			
2				