

## INFORME PROPUESTA PARA LA CONTRATACIÓN DE LA CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 24 18 MUSEO DE LA RIOJA» DE LA CONSEJERÍA DE CULTURA, TURISMO, DEPORTE Y JUVENTUD.

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 23 de agosto de 2024 considera la necesidad de tramitar el contrato menor de creación de la campaña de publicidad institucional “CP 24 18 Museo de La Rioja”, de la Consejería de Cultura, Turismo, Deporte y Juventud. 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 Museo de La Rioja, ubicado en el Palacio de Espartero en la plaza San Agustín de Logroño, tiene su origen en el siglo XIX como consecuencia de las luces de Desamortización eclesiástica que promulgó Mendizábal a partir de 1835 y de la expulsión de las órdenes religiosas. Junto al Museo de la Romanización, en Calahorra, (gestionado por el Ayuntamiento de Calahorra); La Casa Encantada, en Briones; y el Museo del Torreón, en Haro, conforman la Red de Museos de la Rioja, mediante la cual se quiere potenciar aspectos tan relevantes como los intercambios culturales, el enriquecimiento de culturas, el avance del entendimiento mutuo, la cooperación y la paz entre pueblos. Cada uno de los museos tiene su propia identidad, con temáticas, colecciones y actividades complementarias pero diferentes.

La presente campaña busca posicionar la Red de Museos de La Rioja en el panorama cultural regional y favorecer el acceso al patrimonio incidiendo en las colecciones que contienen, las actividades culturales que desarrollan, así como los edificios y espacios que los albergan.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000083	Informe	Publicidad institucional	2024/0813130	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/Hora	
1	Consejero			
2				

Se trata de transmitir a la sociedad el valor que tienen los Museos como lugar de encuentro, centros de transmisión del conocimiento, así como su importante papel educativo.

#### 1.2 Públicos Objetivos

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).

El público objetivo secundario son los visitantes que recibe La Rioja.

#### 1.3 Enfoque de comunicación.

Esta campaña tiene un enfoque informativo sobre la Red de Museos de La Rioja: enclaves, colecciones y actividades. Se podrá dar la opción de ampliar información sobre la programación de actividades culturales mediante dirección web o enlace QR.

Por otro lado, se tratará de sensibilizar sobre el patrimonio del que disponemos en nuestra comunidad (arqueológico, etnográfico y artístico) y sobre el valor que tienen los Museos como lugar de encuentro, su importante papel educativo y como centro de transmisión del conocimiento.

#### 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000083	Informe	Publicidad institucional	2024/0813130	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Consejero				
2				

### 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 18 Museo de La Rioja” de la Consejería de Cultura, Turismo, Deporte y Juventud.

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 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000083	Informe	Publicidad institucional	2024/0813130	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Consejero			
2				

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 18 Museo de la Rioja”, de la Consejería de Cultura, Turismo, Deporte y Juventud.

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:

- CHP Comunicación.
- Estudio Lima.
- La mirada.
- Global Lles.
- Wicom Group.
- Calle Mayor.
- 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			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000083	Informe	Publicidad institucional	2024/0813130	
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:

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 13 de septiembre de 2024:

		CHP Comunicación	Calle mayor	Estudio lima	La mirada	Global Lles	Wicom Group	Sergio Studio
Objetivos	hasta 30 ptos	17	23	19	23	21	21	18
Propuesta creativa y slogan	hasta 30 ptos	18	27	21	23	25	23	21
Enfoque, lenguaje y público objetivo	hasta 30 ptos	17	28	27	23	27	22	26
Propuesta económica	hasta 10 ptos	9,65	9,54	9,75	9,58	9,56	9,75	10,00
		4.040,00	4.090,00	4.000,00	4.070,00	4.080,00	4.000,00	3.900,00
<b>TOTAL PUNTOS</b>	<b>100</b>	<b>61,65</b>	<b>87,54</b>	<b>76,75</b>	<b>78,58</b>	<b>82,56</b>	<b>75,75</b>	<b>75,00</b>

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	
00848-2024/000083	Informe	Publicidad institucional	2024/0813130	
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 **Calle Mayor Comunicación y Publicidad – Publicaciones Logroño, S.L., (B26280990)**, con 87,54 puntos sobre 100, por un importe sin IVA de 4.090,00 €; importe correspondiente al 21% de IVA es 858,90€; **Importe total IVA incluido: 4.948,90 €.**

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	
00848-2024/000083	Informe	Publicidad institucional	2024/0813130	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Consejero			
2				