



## **INFORME JUSTIFICATIVO PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS PARA LA DIFUSIÓN DE DIFERENTES ACCIONES DE COMUNICACIÓN: CAMPAÑAS, PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE LA CONSELLERIA DE INNOVACIÓN, INDUSTRIA, COMERCIO, Y TURISMO, ASÍ COMO LA CREATIVIDAD NECESARIA**

Este informe-memoria se emite a efectos de justificar los siguientes extremos, de conformidad con lo requerido por la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (en adelante LCSP):

### **1. NECESIDAD, IDONEIDAD DEL CONTRATO E INSUFICIENCIA DE MEDIOS**

A la Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo se le atribuyen competencias en materia de industria, energía, sectores productivos, investigación e innovación tecnológica, comercio interior y exterior, ferias sectoriales y actividades promocionales, artesanía, consumo y turismo, todas ellas de interés general de la ciudadanía y, en especial, de las personas consumidoras, emprendedoras, así como del empresariado diverso.

Para el mejor ejercicio de estas competencias es necesario poner en marcha acciones de comunicación para la promoción y difusión de las políticas públicas, lo cual pasa por realizar campañas, inserciones publicitarias, acciones de divulgación y otras de análogas características.

La prestación del objeto de esta contratación, de acuerdo con lo establecido en el artículo 1 de la Ley 12/2018 de 24 de mayo, de la Generalitat, de publicidad institucional para el interés ciudadano y la concepción colectiva de las infraestructuras públicas, garantizará: *“el uso de la publicidad institucional exclusivamente en beneficio de la ciudadanía, para que sea informada de sus derechos y de los servicios públicos concretos a los que puede acceder, bajo la concepción ciudadana colectiva y no partidista de las infraestructuras y servicios públicos. También es objeto de la ley que la publicidad institucional sirva para informar a la ciudadanía de sus responsabilidades legales, cívicas y sociales o para requerir un determinado comportamiento en función de un concreto bien jurídico a proteger.”*

Para el desarrollo de dichas actuaciones de comunicación, la Conselleria carece de los medios personales y materiales suficientes y de la adecuada especialización para la realización de los servicios de creatividad, así como la gestión y compra de soportes y espacios en medios de comunicación, por lo que resulta necesario e idóneo tramitar una licitación para la contratación de una empresa especializada que cuente con la infraestructura y capacidad suficiente para integrar y coordinar dichos medios con la efectividad y economía requeridas.

El contrato tendrá por objeto la gestión del diseño, la creatividad y la producción de campañas de publicidad que se consideren necesarias, así como la difusión de estas utilizando medios y soportes publicitarios como medios impresos, radio, televisión, Internet, cine, telefonía móvil o servicios de publicidad exterior, así como cualquier otro soporte encuadrado tanto en los tradicionales como en los modernos medios de comunicación.

### **2. DECISIÓN DE NO DIVIDIR EN LOTES EL OBJETO DEL CONTRATO**

El objeto del contrato no se desglosa en lotes debido a la necesidad de coordinar conjuntamente los servicios de creatividad y producción de contenidos y la difusión de estos en los diferentes medios y soportes para garantizar que se mantenga una línea de coherencia de diseño, lenguaje y planteamiento estratégico para su plasmación en los soportes más oportunos.

La división en lotes redundaría en una gestión deficiente de los servicios y un escaso interés comercial para los licitadores de cada uno de los lotes por separado.



### 3. ELECCIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN

El procedimiento de contratación es el procedimiento abierto ordinario del art. 156 LCSP por tratarse de un contrato de servicios con valor estimado superior a 215.000 €, y por lo tanto sujeto a regulación armonizada del art. 22 de la LCSP.

En estos momentos no está en vigor ningún procedimiento de contratación centralizado para estos servicios.

### 4. CRITERIOS DE SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA Y TÉCNICA, CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN Y CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN:

#### 4.1. Criterios de solvencia económica y financiera y técnica

De acuerdo con el art. 77.1 b) LCSP para los contratos de servicios no será exigible la clasificación, y por ello en el pliego se establecen los criterios y requisitos mínimos de solvencia económica y financiera y de solvencia técnica o profesional.

De acuerdo con el art. 87 a) de la LCSP para la exigencia de la solvencia económica y financiera se ha tenido en cuenta en esta contratación, el volumen de negocios mínimo anual que debe ser igual o superior al valor estimado del contrato.

En el mismo sentido para la solvencia técnica o profesional exigida según el art. 90 LCSP, se ha tenido en cuenta la experiencia en la realización de trabajos del mismo tipo o naturaleza al que corresponde el objeto del contrato, en los últimos tres años, por importe anual acumulado en el año de mayor ejecución sea igual o superior al 70% valor estimado.

#### 4.2. Criterios de adjudicación

Se establecen dos criterios de adjudicación automáticos:

1. Descuentos netos sobre las tarifas publicadas en los diferentes medios. Hasta 55 puntos

1.1. Medios radio y televisión. Hasta 30 puntos.

1.2. Medios impresos y digitales: prensa, revistas, suplementos y especiales. Hasta 20 puntos.

1.3. Publicidad exterior (vallas, mupi o marquesina, opis, autobuses, metro, pantallas gigantes, canal busi, etc.). Hasta 5 puntos.

Estas puntuaciones son proporcionales al peso que ha tenido la inversión en estos medios durante la vigencia de los anteriores contratos y se aplicarán mediante la siguiente fórmula:

$$P_i = 30 * \frac{O_i}{O_{max}} + 20 * \frac{O_i}{O_{max}} + 5 * \frac{O_i}{O_{max}}$$

En cuanto a la fórmula seleccionada se utiliza la fórmula de proporcionalidad directa, pues es la que más se acomoda al objetivo pretendido, el descuento más alto obtendrá la mayor puntuación.

2. Comisión al contratista sobre la inversión neta global en medios de comunicación que carezcan de tarifa publicada. Hasta 45 puntos

2.1. Comisión de mínimo 1% y máximo 6%

a) En el medio televisión, hasta 4 puntos

b) En medios online, hasta 16 puntos

c) En medios de proximidad y otros medios escritos, hasta 8 puntos

d) En radio, hasta 13 puntos

e) En publicidad exterior, incluida la producción, hasta 2 puntos

2.2. Medios negociados por la Conselleria

Retribución a la contratista de mínimo 1% y máximo 2% sobre la inversión neta realizada en cada soporte o canal. Hasta 2 punto

En cuanto a la fórmula seleccionada se utiliza la fórmula de proporcionalidad inversa, pues es la que más se acomoda al objetivo pretendido, la comisión más baja obtendrá la mayor puntuación.

$$P_i = 4 * \frac{O_{min}}{O_i} + 16 * \frac{O_{min}}{O_i} + 8 * \frac{O_{min}}{O_i} + 13 * \frac{O_{min}}{O_i} + 2 * \frac{O_{min}}{O_i} + 2 * \frac{O_{min}}{O_i}$$



#### 4.3. Condiciones especiales de ejecución

En virtud de los artículos 4.1 b) y 12 del Decreto 118/2022, de 5 de agosto, en los contratos celebrados por la Administración de la Generalitat deberá incluirse obligatoriamente como mínimo una condición especial de ejecución, de las previstas en el Anexo II, en consonancia con el artículo 202 de la LCSP, que guarde relación con el objeto del contrato.

El Anexo II Apartado 1 letra d) contempla la formación en políticas de igualdad como una condición especial de ejecución, en concreto, la empresa contratista deberá realizar una acción, como mínimo, de sensibilización y formación acerca de los derechos en materia de igualdad, prevención del acoso sexual laboral y conciliación recogidos en la normativa vigente y en el convenio de empresa o convenio colectivo del sector correspondiente, de duración mínima de 20 horas y con la plantilla adscrita a la ejecución del contrato. Dicho curso deberá contar con la homologación correspondiente

#### 5. VALOR ESTIMADO

El valor estimado del contrato asciende a 1.735.537,19 € y se ha calculado teniendo en cuenta el presupuesto base de licitación que es de 826.446,28 €, la eventual prórroga de hasta 24 meses por importe de 826.446,28 € y la posible modificación de, como máximo el 10% del contrato, que asciende a 82.644,63 €.

Para la determinación del precio del contrato, dada la peculiaridad de la actividad de creatividad y publicidad se ha acudido a los precios de las acciones de comunicación de la Conselleria en los ejercicios anteriores. A continuación, se enumeran las distintas campañas de publicidad que se tramitaron en los ejercicios 2022 y 2023 en la anterior Conselleria de Economía, Industria, Comercio y Turismo, la anterior Conselleria de Innovación, Universidades, Ciencia y Sociedad Digital y en la Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo:

ECONOMÍA SOSTENIBLE, SECTORES PRODUCTIVOS, COMERCIO Y TRABAJO		
ACCIÓN	TIPO	IMTE S/IVA
<b>2022</b>		
Creant Industria Especial	Campaña	5.000,00 €
Especial nº2000 Setmanari Temps	Inserción	1.999,92 €
Día del Comercio	Campaña	51.995,45 €
Especial Factoría de Empresas	Campaña	3.000,24 €
Feria Textil Hogar	Campaña	7.200,00 €
Econovida comercio	Campaña	10.495,80 €
Parques Empresariales Especial	Inserción	1.250,00 €
Especial Cersaie	Campaña	12.103,28 €
Cooperativas campaña web	Campaña	3.050,00 €
Especial Económico Activos	Inserción	7.300,00 €
PYMES ayudas especial	Campaña	9.800,00 €
<b>2023</b>		
Especiales fiestas Moros y cristianos		2.489,65 €
Acción especial TVA Creant Industria		5.050,00 €
Cope Alcoy - Anuario 2022		1.212,00 €
Día del Consumidor		6.060,02 €
Ferias internacionales		48.056,83 €
Premios Diversas y Responsables		45.988,01 €
Premios Emprendedores - Alicante Plaza		6.565,00 €
Sectores Productivos		30.300,00 €
<b>TOTAL</b>		<b>145.721,51 €</b>

INNOVACIÓN, UNIVERSIDADES, CIENCIA Y SOCIEDAD DIGITAL		
ACCIÓN	TIPO	IMTE S/IVA
<b>2022</b>		
Campaña Bono digital	Campaña	82.180,85 €
Campaña Cláusula 42	Campaña	36.300,00 €
Candidatura IA	Campaña	77.920,55 €
<b>TOTAL</b>		<b>196.401,40 €</b>



INNOVACIÓN, INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO		
ACCIÓN	TIPO	IMTE S/IVA
<b>2023</b>		
Campaña Balance	Campaña	39.898,59 €

El importe total gastado en campañas de publicidad se distribuye de la siguiente manera:

INVERSIÓN EN TV	20.817,16 €
INVERSIÓN PRENSA ESCRITA	22.960,99 €
INVERSIÓN PRENSA DIGITAL	42.641,83 €
INVERSIÓN EN RADIO	70.182,31 €
INVERSIÓN EN MEDIOS DIGITALES	106.112,68 €
<b>TOTAL</b>	<b>262.714,97 €</b>

Estos mismos importes traducidos en porcentajes de inversión nos dan los siguientes resultados:

MEDIOS	PORCENTAJES
TV	7,92
RADIO	26,71
PRENSA ESCRITA	8,74
PRENSA DIGITAL	16,23
INTERNET	40,39

EL TÉCNICO DE PRENSA