



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA SAN MATEO 2024

1.-OBJETO.

Dentro de la actividad comunicativa, del Ayuntamiento de Logroño, entendida como aquella actividad que, ordenada y orientada a la comunicación municipal, persigue dar a conocer a los ciudadanos los servicios que presta y las actividades que desarrolla la Administración, se encuentra la difusión de la información institucional.

Esta información municipal deja al margen cualquier información u opinión política de los Grupos Municipales con representación en el Ayuntamiento de Logroño.

La contratación deberá efectuarse conforme a los principios recogidos en el artículo 1 de la Ley 9/2017 de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público *“habrá de garantizarse que la contratación se ajusta a los principios de libertad de acceso a las licitaciones, publicidad y transparencia en los procedimientos, y no discriminación e igualdad de trato entre los licitadores,.....”*

El objeto del contrato es una campaña publicitaria con motivo de dar publicidad a las fiestas de San Mateo 2024.

El objetivo es doble: por un lado, mantener informados a los ciudadanos de Logroño de todas las opciones culturales, de ocio, tradicionales o de cualquier tipo de las que pueden disfrutar. Y por otro lado, no menos importante, pretendemos difundir en otras ciudades la oferta de ocio de nuestra ciudad, posicionando Logroño como un destino turístico de referencia en esas fechas y tratando de captar posibles visitantes.

El objeto se concretará a través de difusión de información de las fiestas de San Mateo 2024 en diferentes espacios de prensa escrita, radios generalistas, televisiones y medios digitales.

2.-DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS.

El objeto del contrato es una campaña publicitaria con motivo de dar publicidad a las fiestas de San Mateo 2024.

El objetivo es doble: por un lado, mantener informados a los ciudadanos de Logroño de todas las opciones culturales, de ocio, tradicionales o de cualquier tipo de las que pueden disfrutar. Y por otro lado, no menos importante, pretendemos difundir en otras ciudades la oferta de ocio de nuestra ciudad, posicionando Logroño como un destino turístico de referencia en esas fechas y tratando de captar posibles visitantes.

El público objetivo de la acción son los ciudadanos de Logroño y alrededores, de edad adulta, de ambos sexos, de cualquier estrato social.

Los medios de difusión deslindarán perceptiblemente las afirmaciones efectuadas dentro de su función normativa de las que hagan como simples vehículos de publicidad.

Los anunciantes deberán asimismo desvelar inequívocamente el carácter publicitario de sus anuncios (art 11 Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad).

3.- DOCUMENTACIÓN

La empresa deberá presentar, junto con su propuesta económica, una oferta detallada, en la que se especifique la duración en tiempo de los espacios publicitarios, la frecuencia en que se emitirán así como los horarios de emisión para llevar a buen término los objetivos generales del contrato, obteniendo el máximo retorno de la inversión.



4.-TIPO DE PROCEDIMIENTO.

La adjudicación del presente contrato se llevará por el procedimiento **negociado sin publicidad** previsto en el artículo en el art. nº 168.2 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público, que establece este procedimiento para los servicios que solo pueden ser encomendados a un empresario determinado por alguna de las siguientes razones...; *que no exista competencia por razones técnicas*; en el presente caso por razones técnicas la publicidad solo puede ser encomendada a las empresas titulares-propietarias de los medios publicitarios existentes. El artículo 168.1 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, que establece que en los contratos de servicios, para los casos en que no se haya presentado ninguna oferta adecuada, los órganos de contratación podrán adjudicar contratos utilizando el procedimiento negociado sin publicidad, y añade su apartado a) 1º: “siempre que las condiciones iniciales del contrato no se modifiquen sustancialmente, sin que en ningún caso se pueda incrementar el presupuesto base de licitación, ni modificar el sistema de retribución, y que se envíe un informe a la Comisión Europea cuando esta así lo solicite.”

5.-PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO.

La campaña se llevará a cabo durante quince días de manera ininterrumpida, (previsiblemente, 13 de septiembre al 29 de septiembre) siendo el público objetivo de la misma los ciudadanos de Logroño en primer lugar, así como riojanos y ciudadanos de otras ciudades sin distinción de sexos, edades o clase social de ningún tipo.

6. PRECIO DEL CONTRATO.

El importe destinado a la licitación del contrato de Campaña Publicitaria San Mateo 2024, en medios de comunicación, asciende a un total de **20.000,00,- euros** (Base 16.528,93 IVA 21% 3.471,07). La realización del gasto se efectuará con cargo a la partida presupuestaria 925.10 226.99 “Comunicación a los ciudadanos – gastos diversos”.

La estimación del presupuesto se realiza, teniendo en cuenta las tarifas oficiales de mercado vigentes de los diferentes medios.

El precio del contrato comprende todos los gastos que la empresa deba realizar, para el normal cumplimiento de las prestaciones contratadas.

7.- CRITERIOS DE ADJUCACIÓN DEL CONTRATO.

Tras quedarse desierto el contrato licitado por el Ayuntamiento de Logroño para la contratación de Campaña Publicitaria San Mateo 2024, y con el fin de mantener el objeto de dar a conocer a los ciudadanos las fiestas de San Mateo 2024, se plantea un Plan de Medios para poder realizar esta difusión en los medios de comunicación.

A través de la contratación de estos espacios el Ayuntamiento de Logroño garantiza la información de la campaña publicitaria de San Mateo 2024 a los ciudadanos.

El Plan de Medios se ha realizado dividiendo la inversión en cuatro bloques:

- prensa escrita (25% de inversión)
- radios generalistas (25% de inversión) atendiendo al nivel de audiencia según los datos del Estudio General de Medios: COPE Rioja, SER Rioja y Onda Cero La Rioja.
- Televisión (15% de inversión)
- Medios digitales (35% de inversión)

La distribución del presupuesto atiende al público al que va dirigido, y a los datos de audiencia (EGM y OJD)

Las propuestas realizadas por cada una de las empresas, que se incluyen en el Plan de Medios, se adaptan a los porcentajes de presupuesto planteados en función de los criterios de audiencia y el público objetivo



de la acción que son los ciudadanos de Logroño, de edad adulta, de ambos sexos, de cualquier estrato

CAMPAÑA PUBLICITARIA SAN MATEO 2024			
Inversión en PRENSA ESCRITA	25%		5.000,00 €
Medio	% horquilla inversión	% de audiencia	Inversión estimada según audiencia
La Rioja	45-60%	60%	3.000,00 €
prensa gratuita			
El Día de La Rioja	25-40%	40%	2.000,00 €
Inversión en RADIO GENERALISTA	25%		5.000,00 €
Medio	% horquilla inversión	% de audiencia	Inversión estimada según audiencia
COPE	35-45%	42%	2.100,00 €
SER	25-40%	32%	1.600,00 €
ONDA CERO	20-30%	26%	1.300,00 €
Inversión en TELEVISIÓN	15%		3.000,00 €
Medio	% horquilla inversión	% de audiencia	Inversión estimada según audiencia
TVR	50%	50%	1.500,00 €
La 7	50%	50%	1.500,00 €
Inversión en MEDIOS DIGITALES	35%		7.000,00 €
Medio	% horquilla inversión	% de audiencia	Inversión estimada según audiencia
Larioja.com	25-35%	35%	2.450,00 €
941.com	25-30%	30%	2.100,00 €
Eldiario.es	20-30%	23%	1.610,00 €
El Día de La Rioja	5-10%	7%	490,00 €
El Balcón de Mateo	5-10%	5%	350,00 €
TOTAL	100%		20.000,00 €

IVA incluido

social.

La elección de los criterios anteriores, tratan de garantizar la campaña publicitaria de San Mateo, en los medios de comunicación previo a las fiestas de San Mateo2024; buscando que un alto número de acciones de comunicación, persiguiendo con ello obtener la mejor oferta económica (relación precio-calidad) para el Ayuntamiento de Logroño.

8. PAGO AL CONTRATISTA.

El pago del precio se realizará a la finalización de la campaña de publicidad que se realice, previa conformidad, con la aportación de los documentos acreditativos de la realización del mismo.

9.-GARANTIA.

Respecto a lo dispuesto en el artº 107 de la Ley 9/2017 de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público, referente a la “exigencia de la garantía definitiva”; en su párrafo que dice que “No obstante, atendidas las circunstancias concurrentes en el contrato, el órgano de contratación podrá eximir al adjudicatario de la obligación de constituir la garantía definitiva justificándolo adecuadamente en el pliego de cláusulas administrativas particulares...”

En el presente caso las características de inmediatez y brevedad en la duración del servicio determinan que no resulte necesaria la constitución de garantía, puesto que en caso de incumplimiento de alguno de los elementos publicitarios, se tendría por no ejecutada la prestación resolviéndose el contrato.

Logroño a 14 de agosto de 2024

Jefa de Negociado de Alcaldía

Fdo: Celeste Iglesias Oñate.



Fdo: Celeste Iglesias Oñate.