



## **INFORME DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS Y MEMORIA JUSTIFICATIVA para la contratación de un servicio para la difusión de las acciones de publicidad del Ayuntamiento de Elche**

### **INFORME DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS**

Para la gestión de la publicidad, y sobre todo de las campañas de difusión, es preciso disponer de unos medios materiales y personales con los que el Ayuntamiento de Elche no cuenta.

Previamente, hay que determinar el Plan de Medios aplicable a cada campaña, que tiene que estar ajustado al Estudio General de Medios (EGM). Además, se debe recibir información de aquellos otros medios que, por tener una envergadura menor, no están incluidos en el EGM, pero interesan por su difusión entre el público específico de la campaña.

Las acciones publicitarias y de comunicación, por su propia naturaleza, en la mayoría de los casos deben llevarse a cabo con inmediatez, y en general de forma ágil, lo que resulta incompatible con los procedimientos administrativos y trámites burocráticos que presiden las contrataciones públicas y la ejecución del gasto en general.

Porque las acciones de difusión responden, en la mayoría de los casos, a necesidades puntuales que surgen y que deben ser resueltas con celeridad, con imposibilidad de ser previstas con la antelación suficiente al requerimiento de plazos que exigen estos procedimientos administrativos.

La ejecución de la publicidad, si para cada proyecto fuera necesaria la tramitación de un proceso de contratación, podría no tener sentido, pues la causa que la generó ya ha pasado, o la información ha quedado desfasada, perdiendo totalmente su eficacia.

Todo esto aconseja tramitar una contratación única que gestione la publicidad, siempre con la supervisión del Ayuntamiento y sometida a revisión antes de que la reciba el ciudadano, garantizando por un lado el cumplimiento de las exigencias legales recogidas en la Ley de Contratos del Sector Público, y por otro la necesaria eficacia y eficiencia en la respuesta de la publicidad a las necesidades ciudadanas.

Asimismo, desde los distintos departamentos y concejalías municipales se desarrollan diversas acciones de comunicación relacionadas con los servicios destinados a la ciudadanía, en el ámbito de sus respectivas competencias.

La mejor forma de difundir y hacer llegar al mayor número de ciudadanos/as la información de interés, es utilizando los canales de difusión a los que acuden habitualmente. Estos canales son, principalmente, los medios de comunicación (especialmente a nivel local, la prensa, radio y televisión) y las redes sociales, aunque también existen otros soportes, como es el caso de la publicidad exterior.

La contratación de publicidad o de campañas para divulgar las acciones que desarrolla el Ayuntamiento de Elche, se realiza actualmente a través del área de Prensa y Comunicación y también directamente por otras concejalías y servicios municipales.

Para lograr una eficaz y eficiente utilización de las herramientas publicitarias en los medios de comunicación y otros soportes, así como el cumplimiento de la normativa de Contratación Administrativa, el Ayuntamiento, careciendo de los medios personales y materiales suficientes y con la adecuada especialización para la gestión y compra de soportes y espacios en medios de comunicación, precisa licitar de forma conjunta la prestación de este servicio.

Por este motivo, el informe de necesidades suscrito por el Vicealcalde y concejal de Estrategia Municipal propone la contratación de una empresa especializada para realizar la labor de intermediación, que cuente con la infraestructura y la capacidad suficientes para integrar y coordinar la difusión de las campañas divulgativas del Ayuntamiento de Elche, de los diversos departamentos, con la efectividad y la economía requeridas.

Esta contratación conseguirá optimizar recursos, con una mejora organizativa que, además, dará cumplimiento a los procedimientos que prevé la Ley 9/2017 de 8 noviembre, de Contratos del Sector Público, cuya entrada en vigor ha motivado que sea necesario modificar la forma de tramitación de los contratos que se venían realizando para las campañas de publicidad.

La normativa vigente requiere la implementación de técnicas de racionalización de la contratación como alternativa a la sucesión de contratos menores, que deben ser utilizados únicamente para necesidades puntuales, esporádicas y urgentes.

Estas consideraciones obligan a decidir una solución que cubra todos los aspectos legales y prácticos y que supone acudir a una empresa externa para contratar la gestión de la publicidad, tanto campañas, como inserciones puntuales, de forma que se garantice la igualdad y la transparencia en la adjudicación de este servicio, puesto que los medios materiales y personales de que dispone el Ayuntamiento de Elche no resultan suficientes para lograrlo.

## **MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN**

### **1. Objeto del contrato**

El contrato de servicios que se convoca tiene como objeto la **difusión de las campañas de publicidad** (sin incluir los servicios de creatividad), esquelas e inserciones de acciones de publicidad institucional, que promueve el Ayuntamiento de Elche, tanto en medios convencionales como en redes sociales.

Las prestaciones que se contratarán, y que se encuentran incluidas en el servicio objeto de licitación, son la compra de espacios publicitarios en los distintos soportes publicitarios (radio, prensa, revistas, medios digitales, televisiones -así como otros soportes audiovisuales, redes sociales, publicidad exterior y cualquier otro medio de divulgación publicitario), la planificación de la campaña de publicidad en un plan de medios, la mediación, inserción, asesoramiento y posterior seguimiento de la difusión del mensaje publicitario, así como una memoria detallada a la finalización de la campaña.

Quedan excluidos del objeto de este contrato los anuncios oficiales en prensa, de relevancia jurídica, relativos a actos administrativos que preceptivamente o que conforme a la legislación sectorial vigente deban ser sometidos a un periodo de información pública durante su tramitación (expropiaciones, ruina, planeamiento urbanístico, etc.) y deban ser insertados en diarios de prensa escrita.

## **2.- División en Lotes**

Este contrato se dividirá en dos lotes. La división de la adjudicación posibilita una mayor efectividad y control en cada una de las campañas publicitarias y/o acciones de divulgación, así como un mejor planeamiento y seguimiento de las mismas. Serán los siguientes:

**Lote 1.** Acciones de comunicación y campañas en soportes de radio, prensa escrita, televisión, revistas, semanarios y suplementos especiales, prensa digital y blogs, soportes publicitarios exteriores etc (excepto los incluidos en el Lote 2).

**Lote 2.** Acciones de comunicación y campañas de publicidad realizadas a través de internet en las distintas plataformas de redes sociales del Ayuntamiento de Elche.

## **3. Presupuesto base de la licitación**

El presupuesto máximo aprobado que se determina, al tratarse de un contrato de servicios en función de necesidades, de conformidad con lo dispuesto en la Disposición adicional trigésima tercera de la Ley de Contratos del Sector Público es de 280.000 euros (IVA Incluido), suponiendo la cantidad de IVA 48.595,04€ siendo el precio estipulado 231.404'96 euros. Su desglose según el artículo 100 por cada lote es:

Total Lote 1: 240.000 € (coste directo 198.347,11 euros + coste indirecto, IVA 41.652,89€)

Total Lote 2: 40.000 € (coste directo 33.057,85 euros + coste indirecto, IVA 6.942,15€)

El presupuesto del contrato se ha calculado en función de las tarifas proporcionadas por los diferentes medios de comunicación al Ayuntamiento y teniendo en cuenta el coste que ha supuesto para el Ayuntamiento la difusión de las campañas de ese volumen y tipología realizadas en los cuatro ejercicios anteriores.

El valor estimado del contrato incluiría tres prórrogas, estimándose la duración máxima de 4 años y su posible modificación de hasta un 20%.

#### **4. Duración del contrato**

Se ha planteado una contratación por plazo de un año (que cubra la publicidad puntual y las campañas de publicidad que se realiza desde el departamento de Prensa y Comunicación del Ayuntamiento) y tres prórrogas con duración de un año más cada una, por tanto, como máximo 4 años. Las prórrogas deberán de preavisarse con, al menos, dos meses de antelación a la finalización del plazo de duración del contrato (plazo legal art. 29.2 LCSP).

#### **5. Criterios de adjudicación**

El procedimiento dado el valor estimado del contrato será el procedimiento abierto. La adjudicación del contrato se realizará utilizando los siguientes criterios de valoración:

##### **5.1. PARA EL LOTE 1**

##### **5.1.1.. Criterios valorables automáticamente (hasta un máximo de 80 puntos sobre 100)**

5.1.1.1- Descuentos ofertados por los licitadores sobre las Tarifas generales de los medios de comunicación establecidos en el PPT, **(hasta un máximo de 40 puntos), estableciéndose la siguiente ponderación**

<b>MEDIO DE COMUNICACIÓN</b>	<b>PORCENTAJE DESCUENTO</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
A. AQUÍ MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.L.		<b>10</b>
B. COPE ELCHE, C-100 ELCHE, COPE TV. RADOMEDIA S.L.		
C. DIARIO INFORMACIÓN. EDITORIAL PRENSA ALICANTINA, S.A.		
D. ELCHE CAPITAL. CAPITAL MEDIA PRESS, S.L.		
E. ES RADIO ELCHE. SOMOS RADIO 4.0, S.L.		
F. ONDA CERO. UNIPREX, S.A.U.		
G. PUBLITORAL, S.L.		
H. RADIO ELCHE, CADENA SER, LOS 40 ELCHE, ELCHE 7TV. INIC. PUBL. GRAL, S.L.		
I. TELEEX. ELX SOCIAL TRANSMEDIA, S.L.		
J. VERSIÓN RADIO, S.L.		

<b>MEDIO DE COMUNICACIÓN</b>	<b>PORCENTAJE DESCUENTO</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
K. À PUNT. SOCIETAT ANÒNIMA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ.		
L. CABLEAIREWORLD, S.A.U.		
M. DIARIO DE ALICANTE. REAL DE A 8 COMUNICACIÓN, S.L.		
N. DIARIO LEVANTE EMV. EDITORIAL PRENSA VALENCIANA, S.A.		
O. EDATV CONSULTING, S.L.		

P.	EL ESPAÑOL. EL LEÓN DE EL ESPAÑOL PUBLICACIONES, S.A.		<b>5</b>
Q.	ELCHE PLAZA. ALICANTE PLAZA, S.L.		
R.	ESDIARIO ALICANTE. PRENSA LIBRE MEDITERRÁNEA, S.L.		
S.	FACTORIA DE NOTICIAS Y VIDEOS CoopV.		
T.	GRUPO 12 COMUNICACIÓN, S.L.		
U.	INFORMACIÓN TV. PRIME TV ALICANTINA, S.L.		
V.	LA RAZÓN. AUDIOVISUAL ESPAÑOLA 2000, S.A.		
W.	LA VERDAD. LA VERDAD MULTIMEDIA, S.A.		
X.	LAS PROVINCIAS. FEDERICO DOMENECH, S.A.		
Y.	REVISTA ÚALA. EDICIONES Y PUBLICACIONES, S.L.		
Z.	SOL FM RADIO 95.8. ASCURAI.		
AA.	TARIFAS VALENCIA DIARI.		
BB.	TODOALICANTE. CORPORACIÓN DE MEDIOS DE ALICANTE, S.L.		
CC.	VALENCIA DIARIO. GRUPO CALAFORRA MEDIA, S.L.		
DD.	VALENCIA EXTRA, S.L.		
EE.	12 TV. INVERCOM ALMANSA, S.L.		
FF.	2LUNAS MARKET, S.L.		
GG.	8 MEDITERRÁNEO TV-8TV MEDITERRÁNEO, TV AUT TV POPULAR MED. S.A.		

Los descuentos ofertados por los licitadores para tenerse en cuenta deberán estar certificados conforme al modelo anexo en el PPT. Para las ofertas que carezcan de certificado, el descuento ofertado se considerará del 0%.

El porcentaje de baja ponderada sobre los precios de la tarifa para cada licitador será el resultado de la aplicación de la siguiente fórmula polinómica en la que intervienen los distintos porcentajes de descuento ofertados para cada uno de los medios de difusión:

$$PBP=(A*0,1)+(B*0,1)+.....+(J*0,1)+(K*0,05)+(L*0,05)+.....+(GG*0,05)$$

Se asignarán 40 puntos a la oferta económica que haya obtenido mayor porcentaje de baja ponderada (PBP), y 0 puntos a aquella que ofrezca el menor porcentaje de baja ponderada.

El resto de licitadores obtendrá la puntuación mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$Px = 40 \text{ puntos} * \frac{\{(PBP \text{ a valorar} - \text{Menor PBP ofertado})\}}{\{(Mayor PBP ofertado - \text{Menor PBP ofertado})\}}$$

Siendo Px = Puntos oferta objeto de valoración.

#### 5.1.1.2.- Comisión de agencia, hasta un máximo de 40 puntos

Los honorarios de las empresas licitadoras estarán incluidos en la comisión (expresada en %) que cobrarán por la difusión de las campañas publicitarias y de divulgación realizadas por el Ayuntamiento de Elche.

Para la adjudicación del contrato se otorgará mayor puntuación a las ofertas con un menor porcentaje de comisión. El **porcentaje máximo de la comisión será del 10% y el mínimo 1%**.

Se asignarán **40 puntos a la oferta económica que incluya menor porcentaje de comisión de agencia** y 0 puntos a aquella que ofrezca el mayor porcentaje de comisión. El resto de licitadores obtendrá la puntuación mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$Px = 40 \text{ puntos} * \frac{\{(Mayor \text{ comisión ofertada} - Comisión \text{ a valorar})\}}{(Mayor \text{ comisión ofertada} - Menor \text{ comisión ofertada})}$$

### **5.1.2. Criterios subjetivos (hasta un máximo de 20 puntos sobre 100)**

Se aportará una memoria ordenada, específica y adecuada al objeto del contrato, con los siguientes apartados:

1. Descripción de la estructura organizativa del personal adscrito al contrato, así como la formación y experiencia del mismo.
2. Descripción de las 5 campañas más representativas en que dicho personal haya participado en los últimos 3 años. Desglosando para cada campaña:
  - Tipo de cliente (sector público o privado). Especificando en caso de ser entidad local, el número de habitantes del municipio.
  - Ámbito de cada medio utilizado en la campaña (Local, Provincial, Autonómico, Nacional)
  - Duración de la campaña.
  - Tipo de medio contratado pudiendo ser campaña completa en todos los medios o sólo parcial, en uno o varios medios.
  - Comprobante gráfico de la campaña o en el caso de campañas en radio, certificado de emisión.

La valoración de la organización y experiencia del personal adscrito al contrato se realizará otorgando hasta un máximo de 4 puntos por cada una de las campañas que se aporten. Toda memoria que no se atenga a esta estructura o que no aporte comprobante gráfico o certificado de emisión de las campañas tendrá la puntuación de 0 puntos.

En relación con el Lote 1, deberán ser campañas difundidas en medios convencionales (prensa escrita, radio, televisión, soportes físicos etc.) y en el caso del Lote 2, se referirá a campañas realizadas en medios digitales (páginas web y redes sociales).

Se deberá presentar una memoria por cada lote al que se presente oferta.

## **PARA EL LOTE 2**

### **5.3. Criterios valorables automáticamente (hasta un máximo de 80 puntos sobre 100)**

**Comisión de agencia**, hasta un máximo de 80 puntos. Los honorarios de las empresas licitadoras estarán incluidos en la comisión (expresada en %) que cobrarán por la difusión de las campañas publicitarias y de divulgación realizadas por el Ayuntamiento de Elche. Para la adjudicación del contrato **se otorgará mayor puntuación a las ofertas con un menor porcentaje de comisión**. El **porcentaje máximo de la comisión será del 10% y el mínimo 1%**.

Se asignarán **40 puntos a la oferta económica que incluya menor porcentaje de comisión de agencia** y 0 puntos a aquella que ofrezca el mayor porcentaje de comisión. El resto de licitadores obtendrá la puntuación mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$Px = 40 \text{ puntos} * \frac{\{(Mayor \text{ comisión ofertada} - Comisión \text{ a valorar})\}}{(Mayor \text{ comisión ofertada} - Menor \text{ comisión ofertada})}$$

### **5.4. Criterios subjetivos (hasta un máximo de 20 puntos sobre 100)**

Se aportará una memoria ordenada, específica y adecuada al objeto del contrato, con los siguientes apartados:

1. Descripción de la estructura organizativa del personal adscrito al contrato, así como la formación y experiencia del mismo.
2. Descripción de las 5 campañas más representativas en que dicho personal haya participado en los últimos 3 años. Desglosando para cada campaña:
  - Tipo de cliente (sector público o privado). Especificando en caso de ser entidad local, el número de habitantes del municipio.
  - Ámbito de cada medio utilizado en la campaña (Local, Provincial, Autonómico, Nacional)
  - Duración de la campaña.
  - Tipo de medio contratado pudiendo ser campaña completa en todos los medios o sólo parcial, en uno o varios medios.
  - Comprobante gráfico de la campaña o en el caso de campañas en radio, certificado de emisión.

La valoración de la organización y experiencia del personal adscrito al contrato se realizará otorgando hasta un máximo de 4 puntos por cada una de las campañas que se aporten. Toda memoria que no se atenga a esta estructura o que no aporte comprobante gráfico o certificado de emisión de las campañas tendrá la puntuación de 0 puntos.

En relación con el Lote 1, deberán ser campañas difundidas en medios convencionales (prensa escrita, radio, televisión, soportes físicos etc.) y en el caso del Lote 2, se referirá a campañas realizadas en medios digitales (páginas web y redes sociales).

Se deberá presentar una memoria por cada lote al que se presente oferta.

## **6. Condiciones especiales de ejecución**

En cumplimiento de lo establecido en el artículo 202.2 de la LCSP y conformidad con el Decreto 118/2022, de 5 de agosto, del Consell, por el que se regula la inclusión de cláusulas de responsabilidad social en la contratación pública y en las convocatorias de ayudas y subvenciones, se establecen la siguiente:

Promoción lingüística. La empresa adjudicataria, en su ámbito de actuación, y por lo que hace a la ejecución del contrato, adoptará las medidas necesarias para garantizar la oficialidad de las lenguas en la publicidad, imagen, cartelería, materiales, etc. en cualquier soporte, teniendo que utilizar las dos lenguas oficiales de la Comunitat Valenciana. La empresa adjudicataria en sus relaciones con la Administración y con los ciudadanos, escritas y orales, debe garantizar el uso de las dos lenguas oficiales de la Comunitat Valenciana.

A efectos de comprobación, la persona responsable del contrato podrá recabar de la entidad adjudicataria la documentación necesaria que acredite el uso de las dos lenguas oficiales en los aspectos señalados.

## **7.- Posibilidad de modificar el contrato**

El contrato se podrá modificar por razones de interés público en los casos y en la forma prevista en los artículos 203 a 206 de la Ley, y de acuerdo con el procedimiento regulado en el artículo 191, con las particularidades previstas en el artículo 207.

Dado que el contrato de referencia se encuentra dentro del supuesto previsto en la Disposición adicional trigésima tercera de la LCSP, al tratarse de un contrato de servicios con presupuesto limitativo, en los cuales el empresario se obliga a ejecutar un servicio de forma sucesiva y por precio unitario sin que el número total de prestaciones incluidas en el objeto del contrato se defina con exactitud al tiempo de celebrar este, por estar subordinadas las mismas a las necesidades de la Administración y a los efectos del art.204 de la Ley, se establece como modificación prevista al contrato, hasta un máximo del 20% del precio inicial, el hecho de que, dentro de la vigencia del contrato, las necesidades reales fuesen superiores a las estimadas inicialmente, debido a campañas no previstas o circunstancias especiales que aconsejen mayor difusión.

De conformidad con lo anterior, el presente contrato se podrá modificar hasta un máximo del 20% del precio inicial, cuando por razones de interés público sea necesaria la difusión de publicidad institucional que, superando el presupuesto máximo estimado inicialmente, no se haya podido prever con anterioridad.

Asimismo, la modificación del contrato no supondrá el establecimiento de nuevas condiciones y la comisión de agencia aplicable sobre la modificación será la misma que la ofertada por la empresa adjudicataria del contrato, correspondiendo los precios de la modificación con la comisión de agencia ofertada.

La citada modificación deberá tramitarse antes de que se agote el presupuesto máximo inicialmente aprobado, reservándose a tal fin el crédito necesario para cubrir el importe máximo de las nuevas necesidades.

## **8.- Condiciones de pago**

El contratista tendrá derecho al abono de la prestación realizada en los términos establecidos en el contrato, con arreglo al precio convenido.

El precio del contrato será satisfecho por la Tesorería Municipal, previos los trámites contables establecidos por las disposiciones vigentes, con cargo a la consignación presupuestaria correspondiente, tras la presentación de la factura correspondiente a cada campaña, una vez finalizada.

El importe facturado será abonado tras la verificación de que los trabajos han sido ejecutados conforme lo establecido y al amparo de lo dispuesto en la legislación de Contratos de las Administraciones Públicas.

En la factura mensual o en un anexo a la misma, deberá quedar debidamente justificado:

- El medio de comunicación donde se ha efectuado la inserción.
- El concepto de la inserción de publicidad realizada.
- Orden de compra del medio con el importe de la inserción, especificando los impuestos que correspondan.
- Importe de la comisión de agencia, conforme a lo establecido en el contrato.
- Los días de las inserciones o emisiones publicitarias.
- Los impuestos que correspondan.

Advertir que, las inserciones en los medios de comunicación de los que no se haya conseguido certificación de descuento aplicable, o bien este haya sido del 0%, no se podrán facturar a un precio mayor al precio de licitación que se ha establecido en el Pliego de Prescripciones Técnicas. Igualmente, no se podrán facturar inserciones con un descuento inferior al ofertado, aunque posteriormente el medio se desvincule de su oferta a la empresa.

Asimismo, cada factura irá acompañada de la siguiente documentación, según el tipo de medio utilizado:

- Radio y Televisión: Certificado de emisión del medio.
- Prensa escrita, revistas y suplementos: Las hojas en las que se haya insertado la publicidad, siempre y cuando aparezca el medio de comunicación y la fecha; de lo contrario, un ejemplar del mismo.
- Prensa y publicaciones digitales en internet y otras plataformas: Certificado del medio y pantallazo del anuncio publicado.
- Soportes publicitarios: Certificado del medio, con fotografía del soporte utilizada con la publicidad insertada en el mismo.

Las facturas se remitirán a este Ayuntamiento vía FACe, mientras el resto de documentación solicitada (informe de finalización de cada campaña), se enviará simultáneamente al correo electrónico [prensa@elche.es](mailto:prensa@elche.es).

Las facturas serán certificadas posteriormente por el jefe de Sección de Alcaldía y el Director de Comunicación, quienes harán constar la conformidad del Ayuntamiento con los trabajos realizados.

Para los trabajos puntuales, que no se han englobado dentro de una concreta campaña de publicidad, la empresa presentará factura al finalizar cada mes respecto a los realizados en ese periodo, acompañada del justificante/certificado de todos los servicios.

La Jefa de Sección de Alcaldía