

INFORME PROPUESTA DE CONTRATACIÓN

SERVICIO DE MARKETING DIGITAL PARA LA PROMOCIÓN DE CONTENIDOS INFORMATIVOS DE INTERÉS PÚBLICO EN REDES SOCIALES (TRAMITACIÓN ANTICIPADA DE GASTO)

EXPTE. CONP/2025/12460

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto de la presente contratación es la prestación del servicio de marketing digital por parte de una agencia especializada, que gestionará y optimizará la promoción de contenidos con información de interés público en los perfiles oficiales del Gobierno de Asturias en las plataformas digitales de Meta (Facebook e Instagram) y en TikTok.

La agencia será responsable de la contratación de la publicidad en estas plataformas, a las que tendrá acceso como colaboradora, y de asesorar a la Administración del Principado de Asturias (en adelante, APA) sobre la estrategia por canal en función de la temática y el tipo de publicación, así como de la posible segmentación aplicable; pero no tendrá que diseñar ni desarrollar los contenidos, y tampoco analizar los resultados ni emitir informes de rendimiento.

El código correspondiente a la nomenclatura del Vocabulario de Contratos Públicos (CPV) contenidos en el Reglamento CE nº 213/2008 de la Comisión de 28/11/2007 es el 79340000-9, Servicios de publicidad y marketing.

Calificación del contrato: La contratación propuesta se califica como **contrato de servicios**, de acuerdo con el artículo 17 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. Dado su valor estimado y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 118, constituye un **contrato menor de servicios**.

JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DEL CONTRATO

El Decreto 67/2023, de 11 de agosto, por el que se establece la estructura orgánica de la Presidencia del Principado de Asturias y sus órganos de apoyo, recoge en el artículo 2.1 c) que el Gabinete de la Presidencia, como órgano de asistencia inmediata, política, técnica y jurídica al presidente del Principado, ejerce las funciones de análisis, evaluación y seguimiento de políticas públicas. El presente contrato se refiere, precisamente, al seguimiento y evaluación de dichas políticas públicas, concretamente, en el aspecto de la percepción de las mismas por la ciudadanía y de su adecuada difusión.

Con dicha finalidad, el contrato tiene por objeto la contratación de servicios especializados para la gestión y optimización de campañas de promoción institucional en plataformas digitales del Gobierno del Principado de Asturias, en particular Meta (Facebook e Instagram) y TikTok.

La Ley del Principado de Asturias 6/2006, de 20 de junio, de Comunicación y Publicidad Institucionales, cita como objetivos de la publicidad institucional mantener informada a la ciudadanía de programas y políticas públicas y promover y difundir servicios y actividades que desarrolla el Gobierno, para, entre otros propósitos, estimular la participación ciudadana, satisfacer sus necesidades e intereses, facilitar el ejercicio de sus derechos y promover el cumplimiento de sus deberes y el efectivo disfrute de los servicios.

Estos objetivos están alineados con los principios constitucionales de transparencia (art. 105.b de la Constitución Española), publicidad activa y participación ciudadana, pilares esenciales para el buen gobierno y el fortalecimiento del Estado de derecho.

Además, la Ley 6/2006 reconoce expresamente la publicidad institucional como un instrumento para garantizar el derecho de información de la ciudadanía y para fomentar la confianza en las instituciones públicas.

La transformación digital y el auge de las redes sociales como canales principales de comunicación pública exigen una gestión profesional, ágil y adaptada a los formatos y algoritmos propios de cada plataforma. La información de interés público debe llegar con eficacia a los distintos segmentos de la población, especialmente en un contexto de sobreinformación y competencia por la atención ciudadana.

Por ello, es imprescindible la contratación de una agencia especializada que optimice la inversión pública en medios digitales, garantizando transparencia y buen uso del gasto público y aportando asesoramiento continuo para adaptar las campañas a la evolución de los canales y las necesidades de comunicación.

Resulta, pues, necesaria la celebración de este contrato, dado que, además, la APA no dispone de los medios personales y materiales necesarios para la realización de la prestación descrita.

Un contrato similar al actual se encuentra en ejecución en el último cuatrimestre del año y fue el primero que se tramitó con este objeto. En cierto modo, dicho contrato, antecedente del actual venía a constituir una experiencia piloto para comprobar si este servicio de marketing digital para la promoción de contenidos informativos de interés público en redes sociales resultaba adecuado a su finalidad. La experiencia en la ejecución de dicho contrato está resultando muy adecuada. Por ello, se considera procedente la celebración de un nuevo contrato, lógicamente, dentro de los límites de un contrato menor, y, así mismo, se estima adecuada la inclusión de un contrato con un objeto similar, que no constituya un contrato menor, en el Plan de contratación correspondiente al ejercicio 2026.

2. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO Y PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN

El presente contrato tiene un valor estimado de NUEVE MIL EUROS (9.000,00 €). A dicha cuantía se le ha de añadir, en concepto de IVA (21 %) la cantidad de MIL ochocientos noventa euros (1.890,00 €). De este modo, el presupuesto base de licitación del contrato (IVA incluido), asciende a DIEZ MIL OCHOCIENTOS NOVENTA EUROS (10.890,00 €).

3. PARTIDA PRESUPUESTARIA A LA QUE SE IMPUTARÁ EL GASTO

El precio del contrato se abonará con cargo a la aplicación presupuestaria 01.01.112I.226.002, Información, publicidad y promoción de actividades, de los Presupuestos Generales del Principado de Asturias para 2026. El expediente se sigue por el procedimiento de tramitación anticipada de gasto y queda condicionado a la existencia de crédito adecuado y suficiente en los Presupuestos Generales del Principado de Asturias para 2026.

4. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución se iniciará el 1 de enero de 2026 y concluirá el 31 de julio de 2026, o en el momento anterior a dicha fecha en el que se haya consumido el crédito para inserciones publicitarias en redes sociales, previsto en el apartado nº 6 del presente informe.

5. PLAZO DE GARANTÍA

No se fija, dado que las prestaciones contractuales se agotan con las inserciones publicitarias y la realización de los análisis y asesoramientos correspondientes, sin que se

prolonguen en el tiempo. Por otra parte, la forma de pago establecida ya garantiza que solo se paguen los servicios que se hayan prestado efectivamente y de forma adecuada.

6. PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

Las campañas se ejecutarán en las páginas o perfiles oficiales del Gobierno de Asturias en las plataformas digitales de Meta (Facebook e Instagram) y en TikTok, a las que la adjudicataria tendrá acceso como colaboradora.

Será el responsable del contrato o la persona o personas en quien este delegue quien facilite a la empresa adjudicataria la pieza audiovisual o el enlace a la misma ya publicada junto con la información de los objetivos que se pretenden alcanzar con su promoción. En ningún caso la adjudicataria deberá diseñar o desarrollar las piezas.

A partir de esta información, la contratista asesorará a la APA sobre la cuantía necesaria, la segmentación y la optimización de la audiencia en función de la plataforma, de datos demográficos, de intereses y/o comportamientos, etc., para garantizar la máxima efectividad de cada campaña.

La empresa contratista gestionará y abonará la inserción en las correspondientes redes sociales de los contenidos que le sean remitidos a tal fin por el responsable del contrato o por la persona en la que el mismo delegue.

La orden expresa de promoción de una publicación se comunicará con al menos 24 horas de antelación, pero se valorará un tiempo de respuesta inferior y la disponibilidad de atender estas necesidades en fin de semana o festivo en caso necesario.

El coste de las inserciones de las publicaciones en las redes sociales de Meta (Facebook e Instagram) y en Tiktok ascenderá a SIETE MIL EUROS (7.000,00 €). Dichas inserciones correrán de cuenta de la empresa contratista, debiendo la misma aportar los correspondientes justificantes de dichos gastos.

La empresa contratista deberá garantizar, en lo que dependa exclusivamente de su gestión y recursos, que la promoción esté activada en un plazo máximo de 24 horas desde la solicitud. Si factores externos ajenos a la adjudicataria —como incidencias técnicas o bloqueos de las plataformas— impiden cumplir ese plazo, se deberá notificar dicha circunstancia al responsable del contrato de forma justificada y documentada.

La contratista deberá llevar un control para la gestión eficaz del presupuesto asignado a cada plataforma y promoción en concreto. De esta forma, en función del rendimiento, la APA podrá decidir si incrementar el presupuesto de cada plataforma y promoción (dentro del presupuesto de licitación del contrato) a fin de mejorar o maximizar el alcance y efectividad de las informaciones promocionadas.

Durante todo el periodo de ejecución del contrato, la adjudicataria prestará un asesoramiento continuo sobre la mejor manera de enfocar las campañas y mensajes para maximizar el interés del público objetivo. Asimismo, deberá recomendar las mejores prácticas en cada plataforma para mejorar el alcance y la efectividad de los anuncios.

7. PRESENTACIÓN DE LAS OFERTAS

Las licitadoras habrán de presentar un dossier en soporte digital con la siguiente información:

- **Experiencia previa en campañas similares:** se valorará la experiencia previa de la licitadora en campañas orientadas a la comunicación de servicios públicos o de interés público. Las licitadoras deberán presentar un listado de campañas ejecutadas en los últimos tres años (según modelo de anexo II), indicando:
 - Cliente o entidad contratante.
 - Plataforma o plataformas utilizadas.

- Breve descripción del objeto de la campaña (temática o tipo de servicio comunicado).
- Año de ejecución.
- Presupuesto gestionado en redes sociales.

Se establece como condición mínima de solvencia técnica, que las empresas licitadoras habrán de cumplir para que sus ofertas puedan ser tenidas en cuenta, el haber realizado un mínimo de cuatro campañas publicitarias en redes sociales (no necesariamente en Facebook, Instagram o TikTok) orientadas a la comunicación de servicios públicos o de interés público, con un presupuesto de ejecución mínimo de CUATRO MIL EUROS (4.000,00 €) en total.

Este criterio de solvencia técnica resulta procedente por la especialización propia de los servicios objeto del contrato, que se refieren, específicamente, a la ejecución de la estrategia de comunicación institucional en redes sociales y al análisis y asesoramiento para la adaptación de la misma.

La Administración podrá requerir la documentación justificativa de los datos aportados (facturas, certificaciones de buena ejecución o enlaces a campañas publicadas) si lo considera necesario para verificar la información.

- ANEXO con la oferta económica y compromisos asumidos.
- Declaración responsable.

Las ofertas podrán presentarse a través de la SEDE ELECTRÓNICA DEL PERFIL DEL CONTRATANTE DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS, seleccionando el apartado “Presentación de ofertas en contratos menores en plazo abierto”, que dará acceso mediante certificado electrónico, a un formulario web en el que se consignarán, entre otros, los siguientes datos:

- a) Órgano de contratación: Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y turismo.
- b) Unidad tramitadora: Servicio de Apoyo Administrativo y Seguimiento de Fondos Europeos.
- c) C) Número de expediente: CONP/2025/12460..
- d) Objeto del contrato: Servicio de marketing digital para la promoción de contenidos informativos de interés público en redes sociales.

8. CRITERIOS DE VALORACIÓN

Para la valoración de las distintas ofertas se analizará la documentación presentada por las licitadoras. Los criterios de valoración serán todos de tipo objetivo o evaluables mediante la aplicación de fórmulas.

- **40 puntos** para la proposición económica más ventajosa (precio más bajo). El resto de puntuaciones se obtendrán de forma proporcional mediante la aplicación de la siguiente fórmula de proporcionalidad inversa: **$P = 40 \times (Mo/Ov)$** , siendo:

P = puntuación resultante.

Mo = mejor oferta entre todas las presentadas (la de menor cuantía total).

Ov= oferta a valorar.

- **25 puntos en función del tiempo de respuesta:** Se valorará el compromiso de tiempo medio de activación de una campaña (desde el visto bueno por parte del responsable del contrato hasta su puesta en marcha efectiva), mediante declaración responsable:
 - Menos de 8 horas: 25 puntos
 - Entre 8 y 12 horas: 6 puntos
 - Más de 12 horas: 3 puntos

- No se declara o supera 24 horas: 0 puntos
- **25 puntos a la disponibilidad en fines de semana o festivos.** Se otorgarán 20 puntos a las licitadoras que, mediante declaración responsable firmada, se comprometan a iniciar campañas de promoción en fines de semana y festivos. Este compromiso deberá reflejarse expresamente en la oferta mediante un modelo de declaración responsable.
 - Se presenta declaración responsable conforme: 25 puntos
 - No se presenta o no se ajusta a lo requerido: 0 puntos.
- **Hasta 10 puntos por la certificación oficial** como Meta Business Partner y TikTok Marketing Partner: Se otorgarán 5 puntos a las licitadoras que acrediten estar registradas como Meta Business Partner y otros 5 puntos si están acreditadas como TikTok Marketing Partner a la fecha de finalización del plazo de presentación de ofertas. Estas certificaciones deberán acompañarse a la oferta.

Este criterio de valoración está directamente relacionado con la calidad y el valor técnico de la prestación (artículo 145.2 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del sector Público), ya que el objeto del contrato se refiere, específicamente, a la inserción de anuncios publicitarios en las redes sociales gestionadas por Meta y en TikTok. Por esta misma razón, resulta justificada la ponderación como criterio de adjudicación de estas certificaciones digitales, a los efectos del artículo 126.6 de la Ley 9/2017, citada, ya que la referencia está directamente relacionada con el objeto del contrato, no constituye un requisito de solvencia, sino un criterio de valoración al que se asigna una puntuación del 10% del total, y no existe la posibilidad técnica de incluir la mención “o equivalente”.

9. DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL

Los derechos de propiedad y explotación de todos los contenidos, así como, todas las acciones realizadas por la adjudicataria, serán propiedad de la APA, con exclusividad y a todos los efectos.

10. FORMA DE CERTIFICACIÓN DE LA PRESTACIÓN

A la finalización de cada uno de los períodos correspondientes a los pagos parciales establecidos en la cláusula 11, se emitirá el correspondiente informe relativo a la ejecución por el responsable del contrato.

11. FORMA DE PAGO

Dada la duración del contrato, se establecen los siguientes pagos parciales: el último día de cada mes podrán presentarse al cobro las facturas respectivas, por un importe de una séptima parte del precio de adjudicación. Para la realización de dichos pagos parciales la empresa contratista deberá remitir al responsable del contrato los justificantes de haber realizado las inserciones publicitarias encomendadas en el mes respectivo, y, así mismo, deberá haber cumplido durante dicho mes las restantes obligaciones contractuales. Si, de conformidad con lo indicado en el apartado 5, el contrato finalizara antes del mes de julio de 2026, en el último mes de ejecución del contrato el pago parcial correspondiente a dicha mensualidad tendría un importe coincidente con el importe del precio pendiente de abonar.

Los pagos se realizarán previa presentación de la factura expedida en forma legal y conformada por el responsable del contrato.

A los efectos de la facturación electrónica, regulada en la Ley 25/2013, de 27 de diciembre, de impulso de la factura electrónica y creación del registro contable de facturas del sector público, los códigos DIR que deberán figurar en la factura son los siguientes:

- **Órgano administrativo con competencias en materia de contabilidad Pública/Oficina contable:** Intervención General del Principado de Asturias (Código DIR3: A03003824).
- **Órgano de contratación/Órgano gestor:** Presidencia del Principado de Asturias (Código DIR3: A03028306).
- **Destinatario de la factura/Unidad tramitadora:** Gabinete de la Presidencia del Principado de Asturias (Código DIR3: A03028739).

12. RESPONSABLE DE LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO

El responsable de la ejecución del contrato será el Director del Gabinete de la Presidencia del Principado de Asturias.

13. OTRAS CONSIDERACIONES

Los datos personales que, en su caso, figuren en los documentos relativos al presente contrato menor serán objeto de tratamiento en la medida en que los mismos resulten necesarios para el mantenimiento, desarrollo o control de la relación contractual. La adjudicación del contrato, con el nombre del contratista, será incluida en la relación trimestral de contratos menores que se publicará en el Portal de transparencia del Principado de Asturias.

Oviedo, en la fecha de la firma electrónica,

EL DIRECTOR DEL GABINETE DE LA PRESIDENCIA DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

Manuel Ángel Granda Díaz de la Campa

ANEXO I
PRESENTACIÓN DE OFERTA

D/Dña....., con NIF....., declara que, enterada/o de las condiciones y los requisitos que se exigen para poder ser adjudicatario/a del contrato **SERVICIO DE MÁRKETING DIGITAL PARA LA PROMOCIÓN DE CONTENIDOS INFORMATIVOS DE INTERÉS PÚBLICO EN REDES SOCIALES (TRAMITACIÓN ANTICIPADA DE GASTO)**, con nº de expediente, se compromete en nombre propio/en nombre y representación de la empresa, con CIF/NIF, a ejecutarlo con estricta sujeción a los requisitos estipulados por un precio de (.....).

A esta cantidad le corresponde un 21% de IVA que asciende a (.....), por lo que el importe total, IVA incluido, suma (.....)¹.

Asimismo, declara que la empresa a la que representa se compromete a activar las campañas aprobadas por la Administración del Principado de Asturias en un tiempo máximo medio de:

- ☐ Menos de 8 horas (20 puntos)
☐ Entre 8 y 12 horas (6 puntos)
☐ Más de 12 horas (3 puntos)
☐ No se compromete a un tiempo concreto / más de 24 horas (0 puntos)

Este compromiso de activación se refiere al tiempo transcurrido desde el visto bueno por parte del responsable del contrato o persona delegada hasta la puesta en marcha efectiva de la campaña en la plataforma correspondiente.

Adicionalmente, declara que:

- ☐ Se compromete expresamente a iniciar campañas publicitarias en las plataformas objeto del contrato (Facebook, Instagram y TikTok) en fines de semana y festivos y cuenta con los medios técnicos y humanos necesarios para garantizar dicha disponibilidad, comprometiéndose a iniciar la promoción en un plazo máximo de 24 horas desde la aprobación, incluso en sábado, domingo o festivo.
☐ No se compromete a iniciar campañas publicitarias en las plataformas objeto del contrato (Facebook, Instagram y TikTok) en fines de semana y festivos

Para la elaboración de la presente oferta se han tenido en cuenta las obligaciones derivadas de las disposiciones vigentes en materia de protección del empleo, condiciones de trabajo y prevención de riesgos laborales y protección del medio ambiente.

En a de de 2025

(Lugar, fecha, firma y sello de la entidad)

¹ Los importes se expresarán en letra y número.

ANEXO II

EXPERIENCIA EN CAMPAÑAS INSTITUCIONALES EN REDES SOCIALES

Don/Doña con DNI nº..... y domicilio en , actuando en su propio nombre y/o representación de la empresa , declara, en relación con el criterio de valoración relativo a la experiencia previa en campañas de comunicación institucional o de interés público en redes sociales, haber gestionado las siguientes campañas en los últimos tres años:

ENTIDAD CONTRATANTE	OBJETIVO DE LA CAMPAÑA	AÑO DE EJECUCIÓN	PLATAFORMAS UTILIZADAS	PRESUPUESTO

NOTA: Solo se valorarán las campañas cuya temática esté relacionada con la comunicación de servicios públicos o contenidos de interés general para la ciudadanía, y en las que se haya utilizado publicidad pagada en redes sociales (Meta y/o TikTok).

La Administración podrá requerir documentación acreditativa de los datos aquí consignados (certificados, facturas, informes de ejecución, enlaces, etc.).

En, a de..... de 2025

(Firma del licitador y sello de la empresa)

ANEXO III

DECLARACIÓN RESPONSABLE Y AUTORIZACIÓN

Don/Doña con DNI nº y
domicilio en
actuando en su propio nombre y/o representación de la empresa

Declaro bajo mi responsabilidad,

1.- Que ostento poder suficiente para representar a la empresa
con NIF/CIF

2.- Que ni la empresa a la que represento, ni sus administradores ni representantes están
incurtidos en las prohibiciones para contratar previstas en el artículo 71 de la Ley 9/2017,
de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

3.- Que la empresa a la que represento se encuentra al corriente del cumplimiento de sus
obligaciones tributarias, tanto con el Estado como con la Administración del Principado
de Asturias, y de Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes, en los
términos previstos en los artículos 13 y 14 del Reglamento General de la Ley de Contratos
de las Administraciones Públicas, aprobado por el Real Decreto 1098/2001, de 12 de
octubre.

4.- Que en nombre de la empresa....., autorizo a
la Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo del Principado de
Asturias a remitirme las notificaciones que procedan con respecto del contrato
**SERVICIO DE MARKETING DIGITAL PARA LA PROMOCIÓN DE CONTENIDOS
INFORMATIVOS DE INTERÉS PÚBLICO EN REDES SOCIALES (TRAMITACIÓN
ANTICIPADA DE GASTO)** por medio del email
....., quedando obligado a confirmar por el
mismo medio la recepción.

5.- Que autorizo expresamente a la Consejería de Presidencia, Reto Demográfico,
Igualdad y Turismo del Principado de Asturias a que recabe la información que se
relaciona a continuación a través de la plataforma de intermediación de datos de las
Administraciones Públicas o a través de otros sistemas que se establezcan: *(márquese
con una X a lo que autoriza)*

- ☐ Al Ministerio competente en materia de Interior, la consulta de los datos de identidad
(DNI/NIE).
- ☐ A la Agencia Estatal de la Administración Tributaria, la consulta de hallarse al
corriente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias estatales.
- ☐ A la Agencia Estatal de la Administración Tributaria, la consulta de estar dado de
alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE) o exento de su abono.
- ☐ Al Ente Público de Servicios Tributarios, la consulta de hallarse al corriente en el
cumplimiento de las obligaciones tributarias con la Hacienda del Principado de
Asturias.
- ☐ A la Tesorería General de la Seguridad Social, la consulta de hallarse al corriente en el
cumplimiento de las obligaciones frente a la Seguridad Social.

En, a de de 2025

(Firma del licitador y sello de la empresa)