



RF.º: CP/18/006

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «40.º ANIVERSARIO DE LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA», DE LA CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, RELACIONES INSTITUCIONALES Y ACCIÓN EXTERIOR

1. Objeto del contrato

El presente pliego de prescripciones técnicas tiene por objeto **establecer y fijar las condiciones técnicas** que regirán la contratación de un **servicio de planificación, compra de espacios y postevaluación** de la campaña de publicidad institucional “40.º Aniversario de la Constitución Española” de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

2. Definición y descripción del contrato

El objeto del contrato de difusión comporta los siguientes servicios y actividades profesionales requeridos:

- a) La **elaboración de una táctica de medios** para la campaña de publicidad institucional, de conformidad con los criterios técnicos incluidos en las presentes prescripciones técnicas.
- b) La **contratación de los espacios publicitarios** propuestos por la empresa en la oferta técnica presentada al presente pliego de prescripciones. Esta contratación comprende también la función de intermediación entre el Gobierno de La Rioja y los soportes contratados en lo referente a la distribución y entrega de las creatividades y artes finales; así como la correspondiente obligación de velar por la correcta inserción en los soportes propuestos.
- d) La **postevaluación de la táctica publicitaria** propuesta en la oferta presentada al presente pliego de prescripciones técnicas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2018/000293	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0593839		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					



3. Descripción de la campaña de publicidad

3.1. Presentación

La Constitución de 1978 fue el fruto de un pacto laborioso que comenzó con la Ley para la Reforma Política de 1976. Esta ley hizo posible las elecciones de 1977, pues contenían los principios de un sistema democrático como el imperio de la Ley, el Estado de Derecho y la necesidad de elecciones por sufragio universal.

Tras estas elecciones generales, se aprobó la creación de una Comisión Constitucional para redactar un proyecto de Constitución, que recayó en siete diputados de distinto signo político, conocidos a la postres como los Padres de la Constitución: Gabriel Cisneros Laborda (UCD), Miguel Herrero y Rodríguez de Miñón (UCD), José Pedro Pérez-Llorca Rodrigo (UCD), Manuel Fraga Iribarne (AP), Gregorio Peces-Barba Martínez (PSOE), Miquel Roca i Junyent (CiU) y Jordi Solé Tura (PCE).

El anteproyecto fruto de este equipo de trabajo fue votado y aprobado y por las Cortes el 31 de octubre de 1978, y ratificado en referéndum por el pueblo español con un 87,7% de síes, el 6 de diciembre del mismo año.

Nació así el texto constitucional progresista de más larga duración en la historia de nuestro país, que supuso el acuerdo de todos los representantes políticos, dejando a un lado las diferencias, en un momento muy difícil.

Nuestra Carta Magna consta de 169 artículos distribuidos en diferentes apartados, que reciben el nombre de títulos. En total son 11, si incluimos el preámbulo. Y, cada uno de ellos, versa sobre un tema determinado (derechos y deberes de los ciudadanos, organización del Estado, etc.).

En ellos, se define a España como un “Estado social y democrático de Derecho”. Reconoce la soberanía popular y que la forma de Estado es la monarquía parlamentaria, a la par que establece la división de poderes.

Una Constitución acorde a los nuevos tiempos que se vivían y que, aún hoy, tiene plena vigencia. Por eso, y en su honor, cada 6 de diciembre se celebra el Día de la Constitución.

3.2. Enfoque de comunicación

Con motivo del 40.º Aniversario de la Constitución Española se quiere desarrollar una campaña de publicidad institucional cuyo enfoque de comunicación vaya más allá de difundir esta efeméride entre

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000293	Pliogo PT	Publicidad institucional	2018/0593839
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



los riojanos: debe invitar al debate y a la reflexión por parte de los ciudadanos sobre el patrimonio democrático y social, formado por derechos y libertades, del que goza la sociedad actual gracias a la actual Carta Magna.

3.3. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación para este año cuenta con los siguientes objetivos generales de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Difundir el sistema nacional de derechos y libertades de ciudadanía.
- Aumentar el grado de conocimiento del funcionamiento del sistema institucional de España.

3.4. Públicos objetivos

Se establecen los **siguientes públicos objetivos** para la campaña de comunicación institucional:

- **Población de entre 40 y 75 años.** Con este rango de población abarcamos a los riojanos que han sido testigos de entrada en vigor de la Constitución Española, el 6 de diciembre de 1978. Según los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por **142.812 personas** en nuestra comunidad.
- **Población de entre 18 y 40 años.** Como grupo secundario definimos a los jóvenes de entre 18 y 40 años. Un público en el que se busca mejorar el grado de conocimiento sobre la Carta Magna, así como difundir el impacto positivo que tiene en nuestra comunidad autónoma en particular y en el país en general. Según los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja, este grupo de población está formado por **57.484 personas** en La Rioja.

4. Contenido de las prestaciones

De conformidad con el apartado 2, en el que se detalla la descripción de los servicios previstos en el contrato de difusión publicitaria, las prestaciones que comprende el contrato serán las siguientes:

4.1. La elaboración de una táctica de medios, acorde con el apartado 5.8. del presente pliego, que supone la determinación de los tipos de formatos o espacios publicitarios y número de ellos

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000293	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0593839
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Gestión A.G.		
2	Consejera		
3			



para la campaña de publicidad institucional, de conformidad con los criterios técnicos incluidos en las presentes prescripciones técnicas.

Para la elaboración de su táctica de medios, el licitador deberá cumplir los **criterios técnicos de la estrategia de medios** del Gobierno de La Rioja. De acuerdo con dichos criterios técnicos de la estrategia de medios y atendiendo a los públicos objetivos a los que se pretende llegar con la presente campaña de publicidad institucional se han determinado los sectores y soportes en los que realizar la inversión publicitaria y el porcentaje de la misma.

Tabla de sectores, soportes e inversión

a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		OJD u PJD		33% sobre la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor tirada en la Comunidad Autónoma de La Rioja	OJD Último dato	Color La propuesta debe incluir una página completa para el día 6 de diciembre.	52-60% sobre el porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en la Comunidad Autónoma de La Rioja	PJD Último dato	Color La propuesta debe incluir una página completa para el día 6 de diciembre.	32-40% sobre el porcentaje del sector.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 4 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
00848-2018/000293	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0593839		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					


b) Medios radiofónicos (*)

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM Último estudio acumulado		20% sobre la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	40-43% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	30-34% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	20-23% sobre el porcentaje del sector.
Radio de corte temática de alcance autonómico		EGM Último estudio acumulado		15% sobre la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte temático musical con mayor audiencia para el público	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	19-21% sobre el porcentaje del sector.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000293	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0593839
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



	objetivo descrito	(segunda oleada 2018, acumulado L-V)		
	Radio de corte temático musical con segunda mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	15-19% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con tercera mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	16-18% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con cuarta mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	15-16% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con quinta mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	13-15% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con sexta mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	10-11% sobre el porcentaje del sector.

(*) La táctica propuesta en soportes radiofónicos deberá componerse sin segmentación de públicos (teniendo en cuenta el total de oyentes en La Rioja), en circuito en horario de mañana y tarde.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 6 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000293	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0593839
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			


c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Porcentaje
Medios digitales		Comscore u OJD Interactiva	18% sobre la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general de carácter digital y autonómico con mayor número de usuarios únicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual usuarios o navegadores únicos	45-50% sobre el porcentaje del sector.
	Diario de información general de carácter digital y autonómico con segundo mayor número de usuarios únicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual usuarios o navegadores únicos	15-20% sobre el porcentaje del sector.
	Diario de información general de carácter digital y autonómico con tercer mayor número de usuarios únicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual usuarios o navegadores únicos	14-18% sobre el porcentaje del sector
	Otros medios digitales de información general de carácter digital y local.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual usuarios o navegadores únicos	10-12% sobre el porcentaje del sector

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 7 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2018/000293	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0593839
1	Gestión A.G.		
2	Consejera		
3			



c) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			14% sobre la inversión publicitaria prevista
	Mupis: <ul style="list-style-type: none"> Impresión de un máximo de 20 carteles (120x175 cm). Colocación en un máximo de 20 mupis de Logroño. 	Unidades	50-55% sobre el porcentaje del sector.
	Carteles en espacios exteriores: <ul style="list-style-type: none"> Impresión de un máximo de 2.000 uds. (40x60 cm). Colocación en Logroño y cabeceras de comarca. 	Unidades	20-30% sobre el porcentaje del sector.
	Autobús metropolitano: <ul style="list-style-type: none"> Impresión de vinilos para laterales de autobús (máximo 2 autobuses) Colocación de vinilos. 	Unidades	10-15% sobre el porcentaje del sector.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 8 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
00848-2018/000293	Pleigo PT	Publicidad institucional	2018/0593839		
1 Gestión A.G.					
2 Consejera					
3					



4.2. Intermediación y compra de formatos o espacios publicitarios

La ejecución de la táctica prevista por el licitador comprende la función de intermediación entre el Gobierno de La Rioja y los soportes contratados en lo referente a la distribución y entrega de las creatividades y artes finales; así como la correspondiente obligación de velar por la correcta inserción en los formatos o espacios publicitarios contratados.

Al término de la prestación del servicio, la empresa deberá aportar las correspondientes órdenes de compra, justificantes de la actividad publicitaria y facturas que le han sido emitidas por la compra de espacios en soportes publicitarios.

El Gobierno de La Rioja y la empresa adjudicataria coordinarán la ejecución y el desarrollo de la táctica publicitaria. El primero entregará a la segunda el conjunto de creatividades gráficas y sonoras para la correcta ejecución y desarrollo de la actividad publicitaria.

La empresa adjudicataria asumirá los costes de las anomalías, defectos o errores propios de las inserciones publicitarias sin que ello supusiera un coste adicional para el Gobierno de La Rioja.

4.3. Postevaluación de la táctica publicitaria

La empresa adjudicataria presentará al término un informe de postevaluación de la actividad publicitaria. Este informe contendrá:

- a) Las variables relativas al análisis de los resultados del plan de medios: impactos, cobertura, frecuencia y GRP's, siempre que sean posible determinarse con las fuentes de medición existentes para los soportes publicitarios seleccionados.
- b) Las variables relativas a los análisis de rentabilidad: coste por mil y el coste por *rating point*. Este último, en el caso de poder determinarse con las fuentes de medición existentes para los soportes publicitarios seleccionados.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 9 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2018/000293	Pliego PT	Publicidad institucional		2018/0593839
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				



5. Obligaciones del adjudicatario

1. La empresa asumirá todas las operaciones comerciales, administrativas y mercantiles relacionadas con la contratación de espacios publicitarios, de acuerdo a la táctica publicitaria propuesta.
2. El adjudicatario negociará tácticamente condiciones añadidas, en términos cualitativos y cuantitativos, con los soportes publicitarios o adoptará aquellas negociaciones que el departamento haya alcanzado con algún soporte publicitario.
3. La empresa adjudicataria está obligada a respetar los criterios de distribución de la inversión publicitaria previstos en el presente pliego.
4. El adjudicatario cumplirá fielmente los criterios objetivos marcados para la distribución de la inversión publicitaria por sectores y soportes. Quedarán excluidas aquellas propuestas que no cumplan con estos criterios ni con las horquillas marcadas con los porcentajes señalados.
5. El Gobierno de La Rioja se reserva el derecho a modificar la programación y duración de la táctica publicitaria, siempre que las modificaciones no incurran en un incremento del coste para la empresa adjudicataria.
6. El adjudicatario justificará ante la consejería el pago a los medios de comunicación pudiéndose imponer penalidades si no se paga en los plazos.
7. El adjudicatario deberá remitir los importes totales de cada uno de los soportes contratados para la presente campaña de publicidad.
8. Una vez formalizado el contrato mediante la aceptación por el contratista de la resolución de adjudicación, el adjudicatario remitirá al responsable del contrato, en un plazo máximo de 24 horas desde la formalización y en todo caso antes de ejecutar la campaña, la "Táctica de medios", en la que se señalen:
 - a. Los sectores y soportes publicitarios incluidos.
 - b. Los formatos publicitarios, las cantidades y el coste unitario por formato incluidos en la táctica propuesta. En el caso de que las negociaciones con los soportes

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 10 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000293	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0593839
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Gestión A.G.		
2	Consejera		
3			



condujeran a la obtención de algún descuento sobre tarifa, deberá especificarse el porcentaje de descuento obtenido y el coste unitario final, una vez aplicado citado descuento

- c. El coste total de la propuesta de táctica de medios (expresada sin IVA).
- d. La programación y la duración de la táctica publicitaria en cada uno de los sectores y soportes publicitarios propuestos. **La campaña debe enmarcarse entre el 1 y el 9 de diciembre de 2018** (ambos inclusive).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 11 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000293	Plegio PT	Publicidad institucional	2018/0593839	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				