



RF.º: CP/18/040

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «AYUDAS A LA REHABILITACIÓN DE EDIFICIOS», DE LA CONSEJERÍA DE FOMENTO Y POLÍTICA TERRITORIAL

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 “Ayudas a la rehabilitación de edificios”, de la Consejería de Fomento y Política Territorial.

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.

3. Descripción de la campaña de publicidad

3.1. Presentación

El Gobierno de La Rioja promueve el Plan de Vivienda 2018-2021, cuyo presupuesto asciende a 31,9 millones de euros, tiene como principales objetivos promover una política social que permita, por un lado, facilitar el acceso a una vivienda digna y adecuada; y, por otro, renovar y regenerar

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2018/000227	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0444062		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					



nuestras ciudades y pueblos con el objetivo de aumentar la calidad de vida y el bienestar de los ciudadanos.

El nuevo programa mantiene su orientación social. Sus líneas estratégicas inciden en el alquiler como vía natural para el acceso a la vivienda y en la rehabilitación para mejorar los edificios residenciales en cuestiones relacionadas con la eficiencia energética, la accesibilidad y la conservación en buen estado, al tiempo que se contribuye al impulso de la economía y el empleo.

Las principales novedades de este plan residen en el apoyo decidido al medio rural para hacer frente a la despoblación en los municipios más pequeños y a los jóvenes con el fin de fomentar su emancipación. Para ello, se han diseñado nuevas líneas de ayuda que proporcionan a los menores de 35 años mayor porcentaje e importe de las ayudas a la rehabilitación y al alquiler, además de una nueva ayuda para la compra de vivienda en municipios de hasta 5.000 habitantes.

3.2. Enfoque de comunicación

Mediante esta campaña publicitaria no solo se pretende difundir la convocatoria de ayudas a la rehabilitación de edificios para mejorar su eficiencia energética, conservación y accesibilidad, sino también incrementar el número de solicitudes.

Bajo un tono informativo, la campaña debe trasladar, de una forma clara y precisa, una información de servicio público a la sociedad riojana al mismo tiempo que lanza el mensaje de la importancia de la conservación de los edificios residenciales, su sostenibilidad y su accesibilidad.

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 la convocatoria de ayudas a la rehabilitación de edificios para mejorar su eficiencia energética, conservación y accesibilidad. Unas ayudas, incluidas dentro del Plan de Vivienda de La Rioja, que cubrirá hasta el 40% de la inversión con carácter general, con un mayor importe en el caso de los propietarios de unifamiliares.
- Incrementar el número de comunidades de propietarios que solicitan estas ayudas con respecto al año anterior.

3.4. Públicos objetivos

Se establecen los siguientes públicos objetivos para la presente campaña de publicidad:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000227	Pliogo PT	Publicidad institucional	2018/0444062
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



- Público primario: Comunidades de propietarios y propietarios únicos de viviendas.**
 Teniendo en cuenta que no existe una fuente primaria que nos permita cuantificar este público objetivo, tomamos como referencia el catastro inmobiliario urbano que nos ofrece datos de parcelas edificadas en copropiedad y parcelas edificadas por un único propietario. En este sentido, un edificio en copropiedad se puede considerar coincidente con un edificio en el que hay constituida una comunidad de propietarios, de ahí que recurramos a esta fuente de datos.
 Según los últimos datos ofrecidos por el INE, hablamos de 13.955 edificios en copropiedad y 80.836 edificios de un único propietario. En total, 94.791 unidades, entendiendo este número como un límite máximo de nuestro público objetivo primario.
- Público secundario: Administradores de fincas.** Según los datos proporcionados por el Colegio Oficial de Administradores de Fincas de La Rioja, 81 personas pertenecen a este organismo oficial en nuestra comunidad.

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, que supone la determinación de los tipos de formatos o espacios publicitarios y número de ellos 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		47% sobre la

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 3 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
00848-2018/000227	Pleigo PT	Publicidad institucional	2018/0444062		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					



				inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de difusión en la Comunidad Autónoma de La Rioja	OJD	Color	55-60% sobre el porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en la Comunidad Autónoma de La Rioja	OJD	Color	35-40% sobre el porcentaje del sector.

b) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM Último estudio acumulado		33% sobre la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	50-55% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	25-30% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	15-20% sobre el porcentaje del sector.
Radio de corte generalista de alcance local		EGM Último estudio acumulado		20% sobre la inversión publicitaria prevista

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000227	Pliero PT	Publicidad institucional	2018/0444062
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



	Radio de corte generalista de alcance local con mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	40-45% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance local con segunda mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	30-35% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance local con tercera mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	25-30% sobre el porcentaje del sector.

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 emitidas por los 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:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 5 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2018/000227	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0444062		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					



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.

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 durante el proceso de adjudicación.
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 tiene que aportar y actualizar permanentemente, durante la vigencia del contrato, las tarifas oficiales de los medios y soportes planificados, y tiene que presentarlas acompañando a la propuesta de descuentos.
4. La empresa adjudicataria está obligada a respetar los criterios de distribución de la inversión publicitaria previstos en el presente pliego.
5. 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.
6. 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.
7. El adjudicatario justificará ante la Consejería el pago a los medios de comunicación pudiéndose imponer penalidades si no se paga en los plazos.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2018/000227	Pliego PT	Publicidad institucional		2018/0444062
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				



8. El adjudicatario deberá remitir los importes totales de cada uno de los soportes contratados para la presente campaña de publicidad.
9. Antes de ejecutar la campaña, la empresa adjudicataria presentará 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 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. Esta información deberá acompañarse de un calendario diario que recoja la actividad publicitaria: tipo de inserción, soporte y sector publicitario. **La campaña debe enmarcarse entre el 3 y el 9 de septiembre de 2018.**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000227	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0444062	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				