



RF.º: CP/18/066

## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «INSCRIPCIÓN EXTRAORDINARIA EOI», DE LA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN Y EMPLEO

### 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 “Inscripción extraordinaria EOI”, de la Consejería de Educación, Formación y Empleo.

### 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 **post evaluación 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 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2018/000256	Pliego PT	Publicidad institucional		2018/0449199
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				



### 3. Descripción de la campaña de publicidad

#### 3.1. Presentación

El aprendizaje de otras lenguas es una herramienta fundamental en la sociedad del siglo XXI. En un entorno cada vez más globalizado y con una movilidad más frecuente tanto en el ámbito laboral como personal, resulta evidente el interés que despierta en la sociedad riojana el estudio de otras lenguas.

La Rioja cuenta con tres Escuelas Oficiales de Idiomas ubicadas en Logroño (con una extensión en Nájera), Haro y Calahorra, donde se ofertan gran variedad de idiomas y niveles.

La enseñanza se organiza por cursos académicos y consta de tres niveles:

- Básico: 2 años académicos (140 horas por curso).
- Intermedio: 2 años académicos (140 horas por curso).
- Avanzado: 2 años académicos (120 horas mínimo por curso).

Además de esta modalidad presencial, también hay otras modalidades de enseñanza:

- That's English: Inglés a distancia a través del programa That's English. Hay una hora de tutoría a la semana, pero este sistema confía sobre todo en el trabajo del alumnado a través de los materiales audiovisuales que se le facilitan y la emisión de programas en televisión.
- No presencial: Pruebas de certificación. El alumno se matricula únicamente para realizar un examen y obtener una certificación oficial. Existen tres certificados: Nivel Básico, Nivel Intermedio y Nivel Avanzado.

#### 3.2. Enfoque de comunicación

Mediante esta campaña publicitaria se pretende difundir el plazo extraordinario de matriculación, que tendrá lugar del 3 al 30 de septiembre para todos los niveles e idiomas en las Escuelas Oficiales de Idiomas de La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000256	Plegio PT	Publicidad institucional	2018/0449199
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



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 formación en idiomas y se da visibilidad a estos tres centros educativos.

### 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 plazo extraordinario en las Escuelas Oficiales de Idiomas de La Rioja para incrementar el número de matrículas realizadas en este período.
- Mejorar la notoriedad de las Escuelas Oficiales de Idiomas como centros públicos de alta calidad formativa.

### 3.4. Públicos objetivos

El público al que se dirige esta campaña está formado por estudiantes y adultos que se interesan por ampliar su conocimiento de idiomas. En líneas generales, el público objetivo son **personas entre 14 y 70 años**. Si atendemos a los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja, este grupo de población está formado en nuestra comunidad autónoma por **224.024 personas**.

## 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000256	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0449199
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



## a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Prensa escrita regional</b>		<b>OJD</b>		<b>36%</b> sobre la 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	25-30% sobre el porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en la Comunidad Autónoma de La Rioja	OJD	Color	15-20% sobre el porcentaje del sector.

## b) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Radio de corte generalista de alcance autonómico</b>		EGM Último estudio acumulado		<b>19%</b> 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	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	25-30% 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 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2018/000256	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0449199		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					



	descrito			
	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.
<b>Radio de corte generalista de alcance local</b>		<b>EGM</b> Último estudio acumulado		<b>7%</b> sobre la inversión publicitaria prevista
	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.
<b>Radio de corte temático musical de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b> Último estudio acumulado		<b>26%</b> sobre la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte temático musical con mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	20-25% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con segunda mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	15-20% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con tercera mayor audiencia para el público	EGM Último estudio	Cuña 20"	15-20% sobre el porcentaje

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 5 / 9</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
00848-2018/000256	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0449199
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



	objetivo descrito	acumulado		del sector.
	Radio de corte temático musical con cuarta mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	10-15% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con quinta mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	10-15% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con sexta mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	5-10% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con séptima mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	5-0% sobre el porcentaje del sector.

**c) Medios digitales**

Sector	Soporte	Fuente de medición	Porcentaje
<b>Medios digitales</b>		<b>Comscore u OJD Interactiva</b>	<b>12%</b> 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.	<b>Comscore u OJD Interactiva</b>	55-60% 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.	<b>Comscore u OJD Interactiva</b>	20-25% sobre el porcentaje del sector.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000256	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0449199
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



Sector	Soporte	Fuente de medición	Porcentaje
<b>Medios digitales</b>		<b>Comscore u OJD Interactiva</b>	<b>12% sobre la inversión publicitaria prevista</b>
	Diario de información general de carácter digital y autonómico con tercer mayor número de usuarios únicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.	<b>Comscore u OJD Interactiva</b>	15-20% 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. 7 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000256	Pliogo PT	Publicidad institucional	2018/0449199
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.
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.
8. El adjudicatario deberá remitir los importes totales de cada uno de los soportes contratados 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. 8 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000256	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0449199
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Gestión A.G.		
2	Consejera		
3			



9. Antes de ejecutar la campaña, la empresa adjudicataria presentará la “Táctica de medios” en la que se señalen:
- Los sectores y soportes publicitarios incluidos.
  - 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
  - El coste total de la propuesta de táctica de medios (expresada sin IVA).
  - 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. 9 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000256	Plegio PT	Publicidad institucional	2018/0449199	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				