



RF.º: CP/19/029

## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «PROCESOS DE MATRÍCULA EN DIFERENTES NIVELES EDUCATIVOS», 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 “Procesos de matrícula en diferentes niveles educativos”, 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 **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 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000056	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0062989	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				



### 3. Descripción de la campaña de publicidad

#### 3.1. Presentación

El acceso a la Educación es un derecho fundamental que permite adquirir conocimientos con el objetivo de desarrollar una vida social plena. De esta manera, la cantidad y calidad de los planes de estudios de la región se erige como una cuestión capital para los intereses de los niños y niñas de la región, puesto que la elección de las enseñanzas determinará su presente y futuro.

El objetivo de la Consejería de Educación, Formación y Empleo es la mejora constante del sistema educativo con el objetivo de ofrecer la mejor educación posible a nuestros ciudadanos. Una educación que tiene como fin el pleno desarrollo personal, emocional, social, competencial, creativo y emprendedor del alumnado riojano, con el fin de garantizar, de este modo, su éxito escolar y personal.

En este curso, y con el objetivo puesto en mejorar los planes de estudio, la Consejería de Educación, Formación y Empleo está trabajando en la Guía de la Oferta Educativa 2019/20, con el fin de que el alumnado y sus familias dispongan de toda la información necesaria para poder elegir libremente su escolarización, aportando datos relativos a los estudios ofertados en los diferentes centros educativos riojanos.

En este sentido, a principios de abril de 2019 (fecha aún por confirmar) se abre el plazo de admisión de alumnos en 2º Ciclo de Educación Infantil, Primaria, Secundaria Obligatoria y Bachillerato.

#### 3.2. Enfoque de comunicación

A través de esta campaña publicitaria se trata de difundir varios plazos de matrícula del sistema educativo riojano con el objetivo de conseguir impactar en las familias de nuestra comunidad autónoma, así como en los propios destinatarios de estos niveles de enseñanza, en el caso de los estudiantes de ciclos de educación media o superior (ESO y Bachillerato).

La campaña debe trasladar, de una forma clara y precisa, esta información de servicio público a la sociedad riojana y destaca el plazo de presentación de solicitudes de matrícula de Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, cuyo plazo abarca del 2 al 30 de abril de 2019; así como los plazos de matrícula, que se llevarán a cabo en los meses de abril, junio y julio, en función del ciclo educativo (fechas por determinar).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2019/000056	Pliego PT	Publicidad institucional		2019/0062989
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				



### 3.3. Objetivos de comunicación

La campaña de publicidad cuenta con el siguientes objetivo de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Difundir los procesos y el calendario de matriculación en los diferentes niveles educativos.

### 3.4. Públicos objetivos

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

- **Público primario: Familias riojanas.** Teniendo en cuenta que, según los últimos datos del Instituto de Estadística de La Rioja, la edad media de maternidad en la Comunidad Autónoma de La Rioja está en 32 años, seleccionaremos nuestro público objetivo como aquel grupo formado por mujeres y hombres desde los 32 años hasta los 65 años. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por 156.100 personas.
- **Público secundario: Estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato.** Definiremos este grupo de edad como aquel formado por los niños y niñas riojanas desde los 12 a los 18 años. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, 20.698 riojanos se encuentran en este rango de edad.

## 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000056	Pleigo PT	Publicidad institucional	2019/0062989
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Gestión A.G.		
2	Consejera		
3			


**Tabla de sectores, soportes e inversión**
**a) Prensa escrita**

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Prensa escrita regional</b>		<b>OJD u PJD</b>		<b>33%</b> sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de difusión en la Comunidad Autónoma de La Rioja	OJD Último dato	Color	50-55% 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	25-30% sobre el porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en la Comunidad Autónoma de La Rioja	PJD Último dato	Color	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. 4 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
00848-2019/000056	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0062989		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					


**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 para La Rioja		<b>23%</b> sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, 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 para La Rioja (primera oleada 2019, 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 para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	20-23% sobre el porcentaje del sector.
<b>Radio de corte generalista de alcance local</b>		EGM Último estudio acumulado para La Rioja		<b>5%</b> sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Radio con emisora independiente de corte generalista de alcance local con mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	34-37% sobre el porcentaje del sector.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000056	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0062989
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



	Radio con emisora independiente de corte generalista de alcance local con segunda mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	34-37% sobre el porcentaje del sector.
	Radio con emisora independiente de corte generalista de alcance local con tercera mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	22-26% sobre el porcentaje del sector.
<b>Radio de corte temático musical de alcance autonómico</b>		EGM Último estudio acumulado para La Rioja		<b>10%</b> sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Radio de corte temático musical con mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	18-19% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con segunda mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	17-18% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con tercera mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	16-17% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical	EGM Último estudio	Cuña 20"	14-15% sobre el porcentaje del

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000056	Plegio PT	Publicidad institucional	2019/0062989
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Gestión A.G.		
2	Consejera		
3			



	con cuarta mayor audiencia	acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)		sector.
	Radio de corte temático musical con quinta mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	12-13% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con sexta mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	9-10% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con séptima mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	4-5% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con octava mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado para La Rioja (primera oleada 2019, acumulado L-V)	Cuña 20"	2-3% 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. 7 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2019/000056	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0062989		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					



## c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Medios digitales</b>		<b>Comscore u OJD Interactiva</b>		<b>22%</b> sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	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 de usuarios o navegadores únicos		40-42% 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 de usuarios o navegadores únicos	<i>Marketing de contenidos y banners</i>	22-24% 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 de usuarios o navegadores únicos	<i>Marketing de contenidos y banners</i>	15-17% 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 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2019/000056	Pleigo PT	Publicidad institucional		2019/0062989
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				





	Diario de información general de carácter digital y autonómico con cuarto mayor número de usuarios únicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual de usuarios o navegadores únicos		2-3% sobre el porcentaje del sector
	Medio de información especializada (infantil y familiar) de carácter digital y autonómico con mayor número de usuario únicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual usuarios o navegadores únicos		4-5% sobre el porcentaje del sector
	Medio de información general de carácter digital y local con mayor número de usuarios únicos en la Comunidad Autónoma de La Rioja	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual de usuarios o navegadores únicos		2-3% sobre el porcentaje del sector
	Medio de información general de carácter digital y local con segundo mayor número de usuarios únicos en la Comunidad Autónoma de La Rioja	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual de usuarios o navegadores únicos		2-3% sobre el porcentaje del sector
	Medio de información general de carácter digital y local con tercer mayor número de usuarios únicos en la Comunidad Autónoma de La Rioja	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual de usuarios o navegadores únicos		2-3% 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. 9 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2019/000056	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0062989		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					


**d) Publicidad exterior**

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
<b>Publicidad exterior y medios no convencionales</b>			<b>7%</b> sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	<b>Mupis:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Impresión de un máximo de 25 carteles (120x175 cm) para cada fase de campaña.</li> <li>Colocación en un máximo de 25 mupis de Logroño para cada fase de campaña.</li> </ul>	Unidades	95-100% 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.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 10   12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000056	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0062989
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



#### 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.

#### 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. 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.
4. 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.
5. El adjudicatario deberá remitir los importes totales de cada uno de los soportes contratados para la presente campaña de publicidad.
6. 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 11 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000056	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0062989
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



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 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 durante mes de abril de 2019** (las inserciones deberán abarcar 10 días naturales y correlativos).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 12 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000056	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0062989	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				