



RF.º: CP/19/030

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «OFERTA FORMATIVA IDIOMAS», 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 “Oferta formativa idiomas”, 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 <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000153	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0175394
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

Las enseñanzas de idiomas se llevan desarrollando desde hace mucho tiempo en nuestra comunidad autónoma, pero la oferta formativa que se desarrolla en las Escuelas Oficiales de Idiomas ha avanzado mucho en los últimos años, mejorando la empleabilidad de las personas y el capital humano de nuestra comunidad autónoma en ámbitos como la internacionalización.

Por ello, es necesario informar a la sociedad riojana en su conjunto, y en especial a los posibles alumnos que buscan aprender otro idioma, sobre la oferta existente en estos centros.

El enfoque de comunicación de esta campaña debe dar visibilidad a estas tres Escuelas Oficiales de Idiomas, así como a las fechas clave como las de preinscripción para el curso 2018/19.

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
00848-2019/000153	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0175394
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



Debido a que esta campaña se llevará a cabo en las semanas previas a los diferentes procesos electorales que se abrirán en el año 2019 obliga, el enfoque de comunicación debe ser meramente informativo, renunciando a otros enfoques de comunicación de carácter persuasivos.

Bajo este 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:

- Incrementar el número de preinscripciones realizadas con respecto al curso anterior, a través de una información de unidad pública, en la que se incluyan los plazos de preinscripción para el curso académico 2019/20.

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.

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
00848-2019/000153	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0175394
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
Prensa escrita regional		OJD u PJD		29% sobre la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de difusión en la Comunidad Autónoma de La Rioja	OJD Último dato	Color	55-60% 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	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	15-20% 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		16% sobre la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado (tercera oleada 2018, acumulado L-	Cuña 20"	40-43% 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		
00848-2019/000153	Pleigo PT	Publicidad institucional	2019/0175394		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					



		V)		
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado (tercera oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	31-34% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado (tercera oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	20-23% sobre el porcentaje del sector.
Radio de corte generalista de alcance local		EGM Último estudio acumulado		7% sobre la inversión publicitaria prevista
	Radio con emisora independiente de corte generalista de alcance local con mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (tercera oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	33-36% sobre el porcentaje del sector.
	Radio con emisora independiente de corte generalista de alcance local con segunda mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (tercera oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	23-26% 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 (tercera oleada 2018, acumulado L-	Cuña 20"	18-21% sobre el porcentaje del sector.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000153	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0175394
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



		V)		
	Radio con emisora independiente de corte generalista de alcance local con cuarta mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (tercera oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	14-17% sobre el porcentaje del sector.
Radio de corte temático musical de alcance autonómico		EGM Último estudio acumulado		26% sobre la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte temático musical con mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (tercera oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	18-20% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con segunda mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (tercera oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	17-19% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con tercera mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (tercera 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 (tercera oleada 2018, acumulado L-	Cuña 20"	14-15% 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. 6 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2019/000153	Pliogo PT	Publicidad institucional	2019/0175394		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					



		V)		
	Radio de corte temático musical con quinta mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (tercera oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	12-13% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con sexta mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (tercera oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	9-10% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con séptima mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (tercera oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	4-5% 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 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000153	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0175394
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Gestión A.G.		
2	Consejera		
3			



c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Medios digitales		Comscore u OJD Interactiva		22% 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	Marketing de contenidos	20-22% 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	Marketing de contenidos	17-19% 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		
00848-2019/000153	Pleigo PT	Publicidad institucional	2019/0175394		
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 de 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

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000153	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0175394
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
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 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:

- 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 10 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2019/000153	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0175394		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					



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 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 el mes de mayo de 2019** (las inserciones deberán abarcar dos semanas naturales completas).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 11 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000153	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0175394
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			