



RF.º: CP/19/045

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA EXTRAORDINARIA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «SOMOS VINO Y RIOJA», DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN CIUDADANA Y PORTAVOCÍA DEL GOBIERNO.

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 compra de espacios y postevaluación** de la campaña de publicidad “**Somos vino y Rioja**”, de la Dirección de Comunicación Ciudadana y Portavocía del Gobierno.

2. Definición y descripción del contrato

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

a) La **contratación de los espacios publicitarios** en tres publicaciones especiales que, con motivo de la vendimia 2019, realizan diferentes medios de comunicación de la región. 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

La Rioja es un referente mundial en la industria del vino. Este y todos los sectores que se relacionan con esta industria, tanto de manera directa como indirecta, suponen una fuente de riqueza para la totalidad de la región y un distintivo de prestigio que cada riojano debe sentir como propio por ser parte de esta tierra.



3.2. Enfoque de comunicación

La campaña de comunicación se desarrolla para sensibilizar a la sociedad riojana de cara a que sienta como propio el orgullo de ser referencia nacional e internacional en el sector del vino.

3.3. Objetivos de comunicación

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

- Poner en valor el vino como emblema de La Rioja y parte fundamental del desarrollo regional.
- Exaltar el orgullo de ser riojano y de contar con este emblema cuyo prestigio tiene alcance mundial.
- Concienciar a los ciudadanos para que pongan en valor esta industria y se sientan parte de ella.

3.4. Públicos objetivos

Se establece como **público objetivo principal** para la campaña de comunicación institucional a la **sociedad riojana mayor de edad**, que el Instituto de Estadística de La Rioja cifra en **258.943 personas**, de las que 126.350 son hombres y 132.589 son mujeres.

Como público objetivo secundario se establece la población activa relacionada directa o indirectamente con la industria del vino.

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 contratación de un plan de medios, de acuerdo con la tabla que se detalla a continuación.



Tabla de medios e inversión

Sector	Soporte	Especificaciones sobre formato	Formato
Especiales de la vendimia 2019 y enoturismo en formato impreso (prensa y revistas)			
	Especial vino de Rioja del periódico La Rioja	Color	Una página o Rompe grande
	Especial vendimia 2019 del diario Noticias de la Rioja	Color	Una página o Rompe páginas
	Revista Diario de Vendimia de NueveCuatroUno	Color	Una página

4.2. Postevaluación de la táctica publicitaria

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

4.4. Criterios de valoración

El menor descuento de agencia.

En caso de empate, se tendrá en cuenta por orden los siguientes baremos:

- Menor tiempo de pago a los medios, una vez abonada la factura por parte del Gobierno.
- Personal contratado por la empresa con certificado de discapacidad.

4.5. Presentación de propuestas

Las propuestas técnicas y económicas deberán ser remitidas al correo electrónico publicidad@larioja.org antes de las 10 horas del lunes 18 de noviembre.



5. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **6.655 € (IVA incluido)**.

5.1. 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. La empresa está obligada a respetar los medios previstos en el presente pliego.
3. 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.
4. La empresa justificará ante la Oficina de la Presidenta el pago a los medios de comunicación pudiéndose imponer penalidades si no se paga en los plazos.
5. La empresa deberá remitir los importes totales de cada uno de los soportes contratados para la presente campaña de publicidad.
6. Antes de ejecutar la campaña, la empresa presentará el “**Plan de medios**” en la que se señalen:
 - a. Los soportes publicitarios incluidos.
 - b. Los formatos publicitarios y el coste unitario por formato incluidos en la 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 soportes publicitarios propuestos. **La campaña preferentemente se enmarcará del 15 de noviembre al 10 de diciembre de 2019** (ambos inclusive).



**Gobierno
de La Rioja**

Oficina de la Presidenta

Dirección de Comunicación
Ciudadana y Portavocía del
Gobierno

6. Contacto técnico

La empresa puede dirigirse a la Oficina de la Presidenta para consultar sus dudas, trasladar sus sugerencias y solicitar el material creativo.

Persona de contacto

Tati Rodríguez-Moroy, directora de Publicidad Institucional

Teléfono de contacto

941291100 ext. 33407

619490685

Email de contacto

tatirodriguez@larioja.org