



RF.º: CP/20/063

INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA EXTRAORDINARIA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 20 063 CORONAVIRUS», DE LA CONSEJERÍA DE SALUD.

1. Objeto del contrato

El presente informe 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 institucional “**Coronavirus**” de la Consejería de Salud.

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 el Gobierno de La Rioja según los porcentajes de audiencias y atendiendo a los públicos objetivos a los que se pretende llegar con la presente campaña de publicidad. Esta contratación 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 soportes propuestos.
- b) La **postevaluación del plan de medios** propuesto en el presente informe 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
00848-2020/000022	Informe	Publicidad institucional	2020/0152747
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



3. Descripción de la excepcionalidad de la campaña de publicidad

El martes 3 de marzo de 2020, se confirma el primer caso de coronavirus en La Rioja y en 3 días llega a 29 infectados y tras el fin de semana, son 102 afectados, tan solo 6 días después del primer caso.

A la alarma social nacional se le añade el pánico regional, siendo La Rioja la primera comunidad autónoma en infectados de Coronavirus por cada 100.000 habitantes. Como consecuencia, comienza un movimiento de pseudo-cuarentena de La Rioja, con una fuerte repercusión en el turismo, y en las actividades comerciales y empresariales, y en consecuencia en la imagen pública de la región y económica.

La Rioja se convierte en foco mediático nacional de esta pandemia.

Se considera desde Presidencia la absoluta necesidad de realizar una campaña publicitaria informativa a nivel regional, sobre cómo prevenir el contagio, qué síntomas tiene, cómo proceder si se tienen síntomas e informar de los teléfonos de emergencia y asesoramiento.

No solo surge esa necesidad de informar al máximo de población riojana, sino de hacerlo de manera inmediata antes de que haya más contagios.

Enfermedad por nuevo coronavirus, COVID-19

La situación actual a 6 de marzo de 2020 en cifras son:

En España, hasta el momento se han registrado 365 casos y 5 fallecidos. (Tabla 1 y Figura 1).

Tabla 1. Casos COVID-19, incidencia acumulada (IA), ingreso en UCI y fallecidos por Comunidades autónomas en España, (datos obtenidos de la web www.msrebs.gob.es, del Ministerio de Sanidad a fecha 06.03.2020.)

CCAA	Total casos	IA (casos/100.000 habitantes)	Ingreso en UCI	Fallecidos
Andalucía	21	0,25	1	0
Aragón	6	0,45	1	1
Asturias	5	0,49	2	0
Baleares	6	0,52	0	0
Canarias	11	0,51	0	0
Cantabria	10	1,72	0	0
Castilla La Mancha	15	0,74	1	0
Castilla y León	14	0,58	1	0

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 2 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000022	Informe	Publicidad institucional	2020/0152747
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



Cataluña	24	0,31	0	0
Ceuta	0	0,00	0	0
C. Valenciana	30	0,60	1	1
Extremadura	6	0,56	0	0
Galicia	3	0,11	0	0
Madrid	137	2,06	2	2
Melilla	0	0,00	0	0
Murcia	0	0,00	0	0
Navarra	3	0,46	1	0
País Vasco	45	2,04	1	1
La Rioja	29	9,15	0	0
Total	365	0,78	11	

Atendiendo a esa urgencia de actuar ya, puesto que cada día hay nuevos contagios, y a esta excepcionalidad, se estudian las empresas que actualmente están activas y concurren a las campañas de Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja, resumiéndolas en 2: Proximia y Zosmamedia. La primera se descarta puesto que está en plena tramitación con otra campaña de publicidad de este Gobierno, entendiendo que la segunda, Zosmamedia S.L. con CIF B20714465, se encuentra en mejor disponibilidad de realizar la campaña en estas circunstancias excepcionales.

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.

Para la elaboración de la táctica de medios, la empresa deberá cumplir los criterios técnicos que en este informe se detallan, y que según la estrategia de medios del Gobierno de La Rioja y atendiendo a los públicos objetivos a los que se pretende llegar con la presente campaña, se detallan a continuación en la **tabla de soportes, formatos e inversión**, determinado los sectores y soportes en los que realizar la inversión publicitaria y el porcentaje de la misma.

TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN

a) Prensa escrita

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 3 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000022	Informe	Publicidad institucional	2020/0152747
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		OJD u PGD	Especificaciones sobre formato	37% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	OJD Último dato		53% - 56% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PJD Último dato		24% - 27% del porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PJD Último dato		14% - 17% del 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 publicado para La Rioja		16% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	38% - 41% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	35% - 38% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico		Cuña 20"	18% - 21% del porcentaje del

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	N° Documento
00848-2020/000022	Informe	Publicidad institucional	2020/0152747
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



	con tercera mayor audiencia	EGM		sector.
Radio temático de alcance autonómico		EGM Último estudio publicado para La Rioja		7% de inversión publicitaria prevista
	Radio temático de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	25% - 28% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	20% - 23% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	18% - 21% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	13% - 15% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	7% - 9% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con sexta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	2% - 4% del 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 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. 5 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000022	Informe	Publicidad institucional	2020/0152747
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



c) **Medios digitales**

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		Comscore u OJD Interactiva		21% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		40% - 43% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		28% - 31% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		21% - 24% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		1% - 2% del porcentaje del sector.
Medios digitales temáticos regionales		Comscore u OJD Interactiva		1% de la inversión publicitaria prevista
	Medio digital temático regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		100% del porcentaje del sector.
Diarios digitales locales de información general		Comscore u OJD Interactiva		3% de la inversión publicitaria prevista

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	N° Documento
00848-2020/000022	Informe	Publicidad institucional	2020/0152747
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



	Diario digital local de información general con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		35% - 38% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		21% - 24% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		19% - 22% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		13% - 16% del porcentaje del sector.

d) Publicidad en Redes Sociales

Sector	Soporte	Inversión	Porcentaje
Publicidad en Redes Sociales			1% de la inversión publicitaria prevista
	Facebook, Instagram, twitter		

e) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			14% sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador

Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento
00848-2020/000022	Informe	Publicidad institucional	2020/0152747
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



	<p>Carteles: Formato 50x70 cm.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reparto • 3 Preparación y entrega de carteles y folletos en Consejería Educación, Servicios Sociales y Colegio de Farmacéuticos. • 41 Preparación y entrega de carteles y folletos en puntos de Logroño y poblaciones 		8%
	<p>Impresión:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carteles: Formato 50x70 cm. Impresión de 1000 uds. • Tarjetón: Tarjetón de 120x220 mm a 4x4 tintas. 230 gr. Impresión de 101.600 unidades como mínimo. 		38%
	<p>Tarjetón: Tarjetón de 120x220 mm a 4/4 tintas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buzoneo en domicilios de Logroño (72.000) • Buzoneo en domicilios de cabeceras de comarca habituales (29.600) 		54%
	<p>Tarjetón: Tarjetón de 120x220 mm a 4x4 tintas. 230 gr</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de 101.600 unidades como mínimo. 		

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
00848-2020/000022	Informe	Publicidad institucional	2020/0152747
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



4.2. Intermediación y compra de formatos o espacios publicitarios

La empresa asume 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 los justificantes de la actividad publicitaria y órdenes que le han sido emitidas por la compra de espacios en soportes publicitarios.

El Gobierno de La Rioja y la empresa coordinarán la ejecución y el desarrollo de la táctica publicitaria y posibles cambios. 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 asumirá los costes de las anomalías, defectos o errores, si fueran 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 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, siempre que sean posible determinarse con las fuentes de medición existentes para los soportes publicitarios seleccionados.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 9 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2020/000022	Informe	Publicidad institucional	2020/0152747
1	Director Comunicación y Portavoz del Gobierno		
2			



5. Oferta económica

El importe máximo del contrato no deberá superar **42.337,90 € (IVA incluido)**.

El importe destinado al plan de medios no deberá superar los 38.104,11 € (IVA incluido).

El importe máximo por los servicios de agencia no deberá superar el 10% del importe total del contrato, cuyo valor es 4.233,79 (IVA incluido).

Obligaciones de la empresa

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 cumplirá con el plan de medios especificado. En caso que hubiera algún contratiempo, la empresa lo consultará previamente con esta oficina.
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.
4. La empresa deberá abonar el importe debido a los medios de comunicación contratados, en un plazo máximo de 5 días hábiles, a partir del día de pago de la correspondiente factura por parte de la Administración; pudiéndose requerir por aquélla, justificante del pago realizado en cualquier momento tras la finalización del plazo indicado. La empresa 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. 10 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2020/000022	Informe	Publicidad institucional	2020/0152747
1	Director Comunicación y Portavoz del Gobierno		
2			



5. Antes de ejecutar la campaña, la empresa 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. Está información deberá acompañarse de un calendario diario que recoja la actividad publicitaria: tipo de inserción, soporte y sector publicitario.
6. La campaña debe enmarcarse preferentemente **del 18 al 29 de marzo de 2020 (ambos inclusive)**.

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
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2020/000022	Informe	Publicidad institucional	2020/0152747
1	Director Comunicación y Portavoz del Gobierno		
2			