



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 20 038 LA RIOJA VACIADA, AGENDA RURAL», DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, MUNDO RURAL, TERRITORIO Y POBLACIÓN.

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 post-evaluación de la campaña de publicidad institucional “La Rioja Vaciada, Agenda Rural”, de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.

2. Definición y descripción del contrato.

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

- 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.
- c) La post-evaluación del plan de medios propuesto en el presente pliego de prescripciones técnicas.

3. Descripción de la campaña de publicidad.

3.1. Presentación.

La acción de Gobierno para abordar el reto demográfico es uno de los ejes estratégicos de la legislatura para trabajar a favor del desarrollo rural y el equilibrio territorial. La zona rural es un espacio lleno de oportunidades. Y en esta tarea de garantizar el equilibrio y la cohesión social se afana el Gobierno de La Rioja, en conjunto con alcaldes, instituciones, tejido productivo y sociedad civil, porque el reto demográfico es un reto de todos. El medio rural necesita de comunidad y equipo y de proyecto de pueblo. Desde el Gobierno de La Rioja hablamos no de una Rioja vacía, sino de otros modelos de ocupación del territorio. El medio rural del pasado no es el que será. El medio rural está por reinventar.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0009/2020	Pliego PT	Contratación electrónica		2020/0433596
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Secretaria General Técnica			
2				



Gobierno de La Rioja

En una región como La Rioja, en la que el 90 por ciento del territorio es rural, abordaremos el desarrollo rural con profundidad.

Afrontar el reto demográfico es, ante todo, una cuestión de igualdad de oportunidades, no discriminación y libertad para elegir: debemos garantizar el ejercicio de los derechos de las personas, mujeres y hombres, jóvenes y mayores, no importa el lugar en el que vivan. El compromiso del Gobierno es trabajar por generar las condiciones de vida digna y trabajo en el mundo rural que resulten atractivas para jóvenes y mujeres, para desarrollar y atraer conocimiento y, así, favorecer que nuestro mundo rural sea un espacio dinámico, poblado, inteligente y atractivo.

3.2. Objetivos de comunicación.

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

- Facilitar la divulgación del programa de gobierno a favor de la lucha contra la despoblación.
- Definición del plan de acción sostenible para las zonas rurales riojanas.

En concreto, está dirigida a incentivar los valores de calidad de vida en el medio rural. Posicionar al medio rural, como espacio de oportunidades y de confianza para vivir y desarrollar tu proyecto de vida y de trabajo.

Y, por otro lado, el desarrollo del relevo generacional, del papel de la mujer rural en nuestra sociedad y ejemplarizar los proyectos que abanderan sostenibilidad social, ambiental y económica.

3.3. Públicos objetivos.

Esta campaña estaría enfocada principalmente a la ciudadanía urbana. Pero también al tejido social, económico, administraciones públicas y actores protagonistas del desarrollo territorial. Entre ellos:

- **Jóvenes a partir de 18 hasta 30 años**, que puedan encontrar en el medio rural una oportunidad laboral en profesiones rurales que necesiten relevo generacional. Según el Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 39.193 personas, de las que 19.782 son hombres y 19.408 son mujeres.
- **Adultos jóvenes de 31 a 45 años** para despertar el interés en emprender en el medio rural y la preferencia por la calidad de vida en los pueblos para desarrollar un proyecto laboral y de vida. Según el Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 66.728 personas, de las que 33.525 son hombres y 33.204 son mujeres.
- **Mayores de 65 años hasta 75 años**, que se planteen la vida en los pueblos como una opción de bienestar tras finalizar su vida laboral. Según el Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 35.120 personas, de las que 17.120 son hombres y 18.000 son mujeres.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 2 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0009/2020	Pleigo PT	Contratación electrónica	2020/0433596		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					



Gobierno de La Rioja

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 pliego se detallan, y que según la estrategia publicitaria 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, determinando 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.

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		OJD u PGD	Especificaciones sobre formato	33% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	OJD Último dato	Rompe 6x3 o faldón 3x5	57% - 59% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PJD Último dato		22% - 25% del porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PJD Último dato		13% - 16% del porcentaje del sector.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 3 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0009/2020	Pliego PT	Contratación electrónica	2020/0433596		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaría General Técnica				
2					


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 L-V		30% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	37% - 40% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	32% - 35% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	22% - 25% del porcentaje del sector.
Radio temático de alcance autonómico		EGM Último estudio publicado para La Rioja L-V		6% de inversión publicitaria prevista
	Radio temático de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	27% - 30% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	14% - 17% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	12% - 15% del 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 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
12-7-9.02-0009/2020	Pleigo PT	Contratación electrónica	2020/0433596		
1 Secretaria General Técnica					
2					



Gobierno de La Rioja

	Radio temático de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	12% - 15% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	11% - 14% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con sexta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	6% - 9% del porcentaje del sector.

c) Medios digitales.

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		Comscore u OJD Interactiva		25% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		44% - 47% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		26% - 29% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		18% - 21% 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% - 3% del porcentaje del sector.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0009/2020	Pliego PT	Contratación electrónica	2020/0433596
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



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
	Diario digital local de información general con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		32% - 35% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		28% - 31% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		20% - 23% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		8% - 11% del porcentaje del sector.

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 6 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0009/2020	Pleigo PT	Contratación electrónica	2020/0433596
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



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. Post-evaluación de la táctica publicitaria.

La empresa presentará al término un informe de post-evaluación 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.

5. Obligaciones del adjudicatario.

1. El adjudicatario 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 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. El adjudicatario deberá remitir los importes totales de cada uno de los soportes contratados para la presente campaña de publicidad.
5. 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.
6. Una vez formalizado el contrato, 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0009/2020	Pleigo PT	Contratación electrónica		2020/0433596
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Secretaria General Técnica			
2				



**Gobierno
de La Rioja**

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. Esta información deberá acompañarse de un calendario diario que recoja la actividad publicitaria: tipo de inserción, soporte y sector publicitario.

- 7. La campaña debe enmarcarse preferentemente **del 7 al 20 de septiembre de 2020** (ambos inclusive) y en todo caso durante 14 días naturales.

6. Abono al contratista del precio del contrato.

El precio del contrato se abonará en un pago único, una vez se haya presentado el informe de post-evaluación de la campaña publicitaria y previa conformidad de la factura por el responsable del contrato.

Sólo se abonará el importe correspondiente a aquellas prestaciones de las que se acredite su efectiva realización.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 8 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0009/2020	Pleigo PT	Contratación electrónica	2020/0433596	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				