



INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE EMERGENCIA DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 20 068 NUEVAS MEDIDAS COVID 19», DE LA CONSEJERÍA DE SALUD Y PORTAVOCÍA DEL GOBIERNO.

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 planificación, compra de espacios y postevaluación** de la campaña de publicidad institucional “**Nuevas Medidas COVID 19**”, de la Consejería de Salud 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 **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 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000054	Informe	Publicidad institucional	2020/0528653
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Asesor Director de la Oficina de la Presidencia			
2			



3. Descripción de excepcionalidad de la campaña de publicidad

Ante el devenir preocupante de la evolución de la situación epidemiológica en la región, en la cual se cifra en 917 casos de coronavirus activos y 6.828 personas cuarentenadas o aisladas a los que se suman, por tanto, desde el inicio de la pandemia una incidencia acumulada de 7.033 casos en la región. Además de 5 nuevos casos positivos en 5 colegios diferentes, todos ubicados en Logroño.

En las últimas semanas, además, la presión asistencial hospitalaria en nuestro sistema de salud autonómico se ha disparado. Este aumento tiene efectos negativos en la atención a los ingresados a causa del coronavirus pero también en la atención sanitaria respecto al resto de patologías, que ya sufrieron trastorno a causa de la primera ola.

En este momento, hay Ingresados por COVID 102 personas en La Rioja. 62 ingresados en planta y 19 en UCI del Hospital San Pedro y 21 ingresos en la Fundación del Hospital de Calahorra. **Esto significa que nuestra capacidad en ocupación total de UCIS en este instante se encuentra en un 90,6%.**

Por todo ello el Consejo de Gobierno decreta, a 17 de septiembre de 2020, nuevas medidas de contingencia con el único objeto de frenar la preocupante tendencia de contagios en La Rioja y anticiparnos al descontrol del repunte de casos para frenar la curva de positivos COVID 19.

La relajación generalizada y la falta de atención a las medidas de protección sanitaria, sobre todo el ámbito privado del ocio y el tiempo libre, nos ha conducido a un repunte severo en los casos positivos registrados, siendo la evolución de la situación epidemiológica de la región muy preocupante.

Ante la nueva situación y con el objetivo de frenar la curva de contagios, se cree necesaria una **campaña extraordinaria de publicidad que motive, conciencie de la gravedad de la situación**, enfocada a un primer público objetivo, que son los jóvenes y en concreto **jóvenes en su ámbito de ocio**. Y como segundo público objetivo **el resto de la población**, en torno a tres áreas: **Vida cotidiana, trabajo y ocio**.

A medida que los datos epidemiológicos nos vayan marcando, la campaña irá enfocada a unos u a otros públicos.

Solo con la responsabilidad de la población seremos capaces de frenar la pandemia. De lo contrario las medidas de contingencia se irán agravando y surgirán nuevas necesidades de reforzar los mensajes oportunos para cada nueva situación.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000054	Informe	Publicidad institucional	2020/0528653
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Asesor Director de la Oficina de la Presidencia			
2			

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.

La campaña se dividirá en olas semanales con su correspondiente táctica de medios, atendiendo en cada ola a un determinado público objetivo según las necesidades comunicativas que se presenten y que nos irá marcando los datos epidemiológicos.

Para la elaboración de la táctica de medios, la empresa deberá cumplir los criterios de porcentajes que en este informe se detallan, y que según la estrategia publicitaria del Gobierno de La Rioja se detallan a continuación en la **tabla de soportes, formatos e inversión**, determinado dentro de los sectores, que soportes en los que realizar la inversión publicitaria y el porcentaje de la misma.

Previa a cada ola se facilitará los públicos objetivos a los que se pretende llegar en cada ola, y por tanto los sectores y soportes.

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	
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	OJD Último dato	Rompe 6x3 o faldón 3x5	56% - 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.



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		
	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		
	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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 4 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento
00848-2020/000054	Informe	Publicidad institucional	2020/0528653
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Asesor Director de la Oficina de la Presidencia			
2			



	Radio temático de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	12% - 15% del porcentaje del sector.
	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		
	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		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		17% - 20% 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		
	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		
	Diario digital local de información general con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		37% - 40% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		23% - 26% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		18% - 21% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		9% - 13% del porcentaje del sector.

d) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
--------	---------	----------	------------

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 6 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento
00848-2020/000054	Informe	Publicidad institucional	2020/0528653
Cargo		Firmante /Observaciones	Fecha/hora
1 Asesor Director de la Oficina de la Presidencia			
2			



Publicidad exterior y medios no convencionales			
	<p>Mupis:</p> <ul style="list-style-type: none"> Impresión y colocación en un mínimo de 15 mupis de Logroño durante 15 días 	Unidades	
	<p>Scroller Digital:</p> <ul style="list-style-type: none"> Contratación de 3 Scroll Digital en Logroño durante 1 semana 		
	<p>Carteles</p> <ul style="list-style-type: none"> Impresión, distribución y colocación en Logroño y poblaciones habituales de La Rioja 	unidades	
	<p>Metropolitanos</p> <ul style="list-style-type: none"> Impresión de vinilos para laterales de autobús Colocación de vinilos y retirada. 	unidades	

e) Otros

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad en Redes Sociales			

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 7 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento
00848-2020/000054	Informe	Publicidad institucional	2020/0528653
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Asesor Director de la Oficina de la Presidencia			
2			



	<p>Campaña publicitaria en RRSS</p> <ul style="list-style-type: none"> Diseño de la campaña publicitaria en Facebook e Instagram y contratación 		
--	---	--	--

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.

5. Oferta económica

El importe máximo del contrato no deberá superar **129.411 € (IVA incluido)**.

A la táctica publicitaria o plan de medios se destinará como máximo un importe de 117.646,36€ (IVA incluido) equivalente al 90,91% del importe total máximo de campaña.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 8 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000054	Informe	Publicidad institucional	2020/0528653
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Asesor Director de la Oficina de la Presidencia			
2			



Los servicios de agencia no podrán superar el 10% del importe de la táctica publicitaria, que asciende a 11.764,64 € (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.
5. La empresa presentará 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. Está información deberá acompañarse de un calendario diario que recoja la actividad publicitaria: tipo de inserción, soporte y sector publicitario.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 9 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000054	Informe	Publicidad institucional	2020/0528653
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Asesor Director de la Oficina de la Presidencia			
2			



**Gobierno
de La Rioja**

Oficina de la Presidenta

Dirección de Contenidos,
Gestión y Publicidad
Institucional

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

Teléfono de contacto

941291100 (ext. 33407)

619490685

Email de contacto

tatirodriguez@larioja.org

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 10 ¹ 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
00848-2020/000054	Informe	Publicidad institucional	2020/0528653
1	Asesor Director de la Oficina de la Presidencia		
2			