



## INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 20 014 HIPOTECA DEL GOBIERNO DE LA RIOJA», CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, MUNDO RURAL, TERRITORIO Y POBLACIÓN.

### 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 “**Hipoteca del Gobierno de La Rioja**”, de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.

### 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.

### 3. Descripción de la campaña de publicidad

#### 3.1. Presentación

El Programa de Hipoteca Joven del Gobierno de La Rioja se transforma en un nuevo programa denominado de **Hipoteca del Gobierno de La Rioja** que mantiene su condición de ser un préstamo

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2020/000068	Informe	Publicidad institucional	2020/0645720		
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora		
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional				
2					



hipotecario (financiación) en condiciones ventajosas para los riojanos y riojanas que ofrece unas condiciones preferenciales y un tipo de interés que genera un sustancial ahorro con respecto al resto de hipotecas. Elimina todo tipo de comisiones y no se devenga ningún tipo de comisión ni compensación por desistimiento total o parcial.

El Programa previsto para el Convenio 2020-2024 Hipoteca del Gobierno de La Rioja pretende servir como instrumento para **contribuir al asentamiento de población en los municipios rurales, facilitar la compra de viviendas sin restricción por la condición o perfil social** del demandante, **reforzar la solvencia económica** de quienes la necesitan para obtener la financiación hipotecaria, facilitar la puesta en uso de **viviendas que precisan reforma y fomentar la regeneración del tejido urbano**. El refuerzo del Programa justifica más si cabe la intervención de IRVI en su gestión por la demostrada capacidad del Instituto para ofrecer a los ciudadanos un servicio público de calidad, así como el asesoramiento, la supervisión y la seguridad jurídica que necesitan para formalizar estas operaciones financieras con las debidas garantías.

El nuevo programa amplía estos objetivos y, además, los complementa para atender otras demandas en materia de vivienda y, para ello, introduce los siguientes cambios:

- **Supresión del límite de edad máxima** para ser beneficiario del programa, con el consiguiente cambio de nombre;
- **Financiación de la compra de segunda residencia** (enfocado en el entorno rural para llenar de vida nuestros pueblos y así evitar la despoblación) y no solo del primer acceso a la vivienda y la autopromoción.
- Financiación de la **rehabilitación de viviendas** especialmente en el entorno rural, en primer acceso o segunda residencia, tanto en operaciones conjuntas de compra y rehabilitación como de rehabilitación de vivienda en propiedad.
- Compromiso por parte de las entidades para que si hubiese alguna dificultad en el pago continuado del préstamo a la entidad. IRVI lleve a cabo como primera acción, la labor de mediación antes de cualquier otra de la propia entidad.
- IRVI ofrece la gratuidad, el asesoramiento, el seguimiento continuado y profesionalizado en la gestión a todos sus usuarios.

IRVI se ha encargado de negociar, valorar las distintas propuestas así como convenir con las 4 entidades financieras seleccionadas.

El ahorro que supone disponer de financiación asequible, con tipos de interés tanto fijos como variables más bajas y sin comisiones de ningún tipo, facilita el acceso a la vivienda, reduce el esfuerzo económico para el pago de su hipoteca, favorece el endeudamiento responsable y contribuye a la emancipación de un colectivo social que normalmente tiene más dificultades para entrar en el

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000068	Informe	Publicidad institucional	2020/0645720
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2			



mercado inmobiliario. En el enfoque también de potenciar la accesibilidad de vivienda, se apuesta en esta nueva convocatoria también por la rehabilitación.

Las entidades financieras interesadas presentan sus ofertas al Instituto que anualmente firma un Convenio de Colaboración con aquellas cuyas propuestas han sido aprobadas por el Consejo de Administración por considerarlas más favorables.

IRVI gestiona en sus oficinas y con personal propio las solicitudes, informa de manera presencial sobre las condiciones financieras, recaba la documentación para comprobar el cumplimiento de requisitos, asesora sobre las distintas ofertas del Programa con simulaciones de los distintos escenarios, tramita la petición ante la entidad financiera seleccionada para que pueda realizar la valoración del riesgo, revisa la minuta antes de la firma en notaría y la escritura de préstamo hipotecario. Además, el Instituto media entre las partes para la resolución de cualquier incidencia que puedan surgir durante la vigencia del préstamo.

IRVI presta un servicio público con personal cualificado y experimentado que ofrece a asesoramiento, supervisión, seguridad y confianza.

### 3.2. Objetivos de comunicación

Entre los objetivos de comunicación figura:

- **Poner en valor** la política social de vivienda del Gobierno de La Rioja, atento a las necesidades de la ciudadanía
- Transmitir el mensaje de que el Gobierno procura un **escudo social** no solo para las clases sociales más vulnerables, primera prioridad, también para la clase media que ha podido verse amenazada por una crisis de amplio impacto.
- Una Administración que **no deja a nadie atrás en la protección de un derecho básico como la vivienda.**
- **Comunicar las novedades** de la presente convocatoria del Programa de Hipoteca del Gobierno de La Rioja que amplía sus ventajas y beneficios y que acentúa el radio de acción en los pueblos para combatir el reto demográfico:
  - Una Hipoteca del Gobierno de La Rioja que **amplía el radio de acción** para adaptarse a las necesidades sociales en materia de vivienda, como es el hecho de apoyar también la **rehabilitación** en esta convocatoria, y para abrirse a toda la ciudadanía sin límite de edad.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000068	Informe	Publicidad institucional	2020/0645720
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2			



- **Condiciones más favorables** que las que presenta el mercado.
- **Gratuidad de la gestión** del IRVI, que se encarga de negociar y convenir con la entidad financiera las mejoras en el programa.
- **Financiación asequible**, con tipos de interés tanto fijo como variable más bajo y sin comisiones de ningún tipo.
- Reduce el esfuerzo económico para el pago de la hipoteca.
- Favorece un endeudamiento responsable.
- **Contribuye a la emancipación** de los jóvenes.
- **Apoya la compra de segunda vivienda**. Especialmente en el entorno rural.
- Asesoramiento a través de personal cualificado y experimentado.

Seguimiento durante toda la vigencia de la financiación incluido los requerimientos a las entidades para que cumplan los compromisos adquiridos.

- El objetivo último es hacer la **vivienda más asequible**, especialmente para los jóvenes, y amparar también en el programa la rehabilitación y segunda vivienda.
- Además de ayudar a la **rehabilitación hogares asentados en el entorno rural** para que con esta financiación preferente a la rehabilitación se acometan la obra necesaria que permitan seguir dando vida a nuestros pueblos. Fachadas, aislamientos, envolventes, obras de accesibilidad.
- **Atraer nuevos pobladores al entorno rural** para el asentamiento definitivo en el mismo.

### 3.3. Públicos objetivos

Se establece como **público objetivo** para la campaña de comunicación institucional a la **población riojana de entre 20 y 65 años (ambos incluidos)**. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo en **191.392 personas**, de las que 96.070 son hombres y 95.321 son mujeres.

\* Datos del INE a 1.1.2020

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 4 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000068	Informe	Publicidad institucional	2020/0645720
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
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.

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 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**, 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

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		OJD u PGD	Especificaciones sobre formato	30% 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	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
<b>Radio de corte generalista de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b> Último estudio publicado para La Rioja L-V		<b>24%</b> 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.
<b>Radio temático de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b> Último estudio publicado para La Rioja L-V		<b>10%</b> 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	EGM	Cuña 20"	14% - 17% del porcentaje del sector.

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 6 / 12</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>N° Documento</b>
00848-2020/000068	Informe	Publicidad institucional	2020/0645720
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2			



	audiencia			
	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
<b>Diarios digitales regionales de información general</b>		<b>Comscore u OJD Interactiva*</b>		<b>25%</b> de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		43% - 46% del porcentaje del sector.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000068	Informe	Publicidad institucional	2020/0645720
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2			



	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		27% - 30% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		19% - 22% 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.
<b>Diarios digitales temáticos regionales</b>		<b>Comscore u OJD Interactiva</b>		<b>1% de la inversión publicitaria prevista</b>
	Primer medio digital temático regional	Comscore u OJD Interactiva		90-100% de la inversión publicitaria prevista

(\*) Último dato disponible septiembre

**d) Publicidad exterior**

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			10% sobre la inversión publicitaria prevista

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 8 / 12
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>N° Documento</b>
00848-2020/000068	Informe	Publicidad institucional	2020/0645720
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2			





	<b>Mupis:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidades Colocación en un mínimo de 16 mupis de Logroño y Haro</li> <li>• Producción y colocación</li> </ul>	Unidades	100% - 100% sobre el 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 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.

#### 4.4. Criterios de valoración

- a) **Diferencia del importe total de la inversión** publicitaria prevista en el contrato y el coste total de la táctica propuesta por la empresa. Hasta 60 puntos.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 9 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000068	Informe	Publicidad institucional	2020/0645720
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional		
2			



Y se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Puntuación} = 60 \times \left[ 1 - \frac{\text{Inversión Publicitaria Total} - \text{Coste de Táctica propuesta a valorar}}{\text{Inversión publicitaria total}} \right]$$

b) **Un porcentaje por los servicios que prestará la empresa.** Esta cuantía económica no podrá ser superior al 10% del importe económico de la táctica presentada por la empresa. Hasta 40 puntos.

Y se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Puntuación} = 40 \times \frac{\text{Porcentaje más bajo de las propuestas presentadas}}{\text{Porcentaje propuesto por el licitador a valorar}}$$

En caso de empate, resultará adjudicataria la empresa que acredite mayor porcentaje de trabajadores con discapacidad en la plantilla de la empresa, superior al que les imponga la normativa.

## 5. Oferta económica

El importe total máximo de la propuesta económica no deberá superar los **18.137 € (IVA incluido)**.

A la táctica publicitaria o plan de medios se destinará como máximo un importe de 16.488,18 € (IVA incluido) equivalente al 90,91% del importe total máximo de campaña.

Los servicios de agencia no podrán superar el 10% del importe de la táctica publicitaria, que asciende a 1.648,82 € (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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 10   12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000068	Informe	Publicidad institucional	2020/0645720
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2			



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. Esta 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 26 de noviembre al 4 de diciembre de 2020** (ambos inclusive).

## 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 11 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2020/000068	Informe	Publicidad institucional	2020/0645720
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional		
2			



**Gobierno  
de La Rioja**

Oficina de la Presidenta

Dirección de Contenidos,  
Gestión y Publicidad  
Institucional

Tati Rodríguez-Moroy, Subdirectora de Publicidad

**Teléfono de contacto**

941291100 (ext. 33407)

619490685

**Email de contacto**

tatirodriguez@larioja.org

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 12 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2020/000068	Informe	Publicidad institucional	2020/0645720	
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2				