



**Gobierno
de La Rioja**

Hacienda y
Administración Pública

Secretaría General Técnica

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 21 023 DÍA DE LA RIOJA» DE LA OFICINA DE LA PRESIDENTA.

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 CP 21 023 “Día de La Rioja” de la Oficina de la Presidenta.

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.

La campaña tradicional del Día de La Rioja, se celebra en torno al 9 de junio, fecha en la que se conmemora la constitución de La Rioja como comunidad autónoma uniprovincial, convirtiéndose en la Comunidad Autónoma de La Rioja. Una exaltación de nuestra capacidad de autogobierno, de la organización territorial e institucional de La Rioja como comunidad, de las señas de identidad riojanas y de nuestro acervo cultural.

Esta festividad autonómica desarrolla su acto institucional conmemorativo en San Millán de la Cogolla donde se ubican los monasterios de Yuso y Suso, declarados patrimonio de la humanidad por la UNESCO, que albergan los primeros vestigios escritos del español.

La Rioja es la cuna del español del siglo XI y nuestro propósito es convertirla en la cuna del español del siglo

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
12-7-9.02-0023/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0339941
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



Gobierno de La Rioja

XXI, convertir el español en un idioma principal en el actual y futuro escenario digital y globalizado, promoviendo que ocupe el lugar que corresponde a una lengua universal y contribuyendo así a la comunidad hispanohablante.

3.2. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación sitúa los siguientes objetivos de comunicación según la ficha básica de campaña:

- Conmemorar el Día de La Rioja y fomentar el conocimiento del Estatuto de Autonomía.
- Difundir las señas de identidad riojana
- Informar de las diferentes actividades programadas por las instituciones regionales.

Objetivo específico de campaña

Bajo el hilo conductor del CASTELLANO, difundir el mensaje de una Rioja en transformación, una Rioja que mira hacia el futuro, sin olvidar todo lo recorrido, y a todas y todos los que han formado parte de ese camino. Una Rioja que traspasa fronteras, que es visible en Europa como cuna del español, como puente entre países y como lengua vehicular para que las personas se entiendan.

3.3. Públicos objetivos.

Se establecen como público objetivo para la campaña de comunicación institucional a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **315.926 personas**, de las que 155.656 son hombres y 160.270 son mujeres.

Al definirse un grupo primario con tanta amplitud, se concluye en la necesidad de desagregarlo por segmentos más concretos de edad:

- Niños y jóvenes. Incluiremos en este grupo a los niños y jóvenes desde los 10 años hasta los 31 años. Según los datos aportados por el Instituto Riojano de Estadística, este rango de población incluye a **68.948 personas** en La Rioja.
- Familias riojanas. Teniendo en cuenta que, según los últimos datos del Instituto de Estadística de La Rioja, la edad media de maternidad en la Comunidad Autónoma de La Rioja está en 32 años, seleccionaremos nuestro público objetivo como aquel grupo formado por mujeres y hombres desde

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 2 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0023/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0339941		
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					



los 32 años hasta los 65 años. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por 155.001 personas.

- Personas mayores de 65 años. Según los datos aportados por el instituto de Estadística de La Rioja, este grupo de personas con edad superior a 65 años está formado por 63.715 personas en La Rioja.

* Datos del INE a 1.1.2020

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	34% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	OJD Último dato		54% - 57% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor	PGD		25% - 28% del porcentaje del

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 3 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
12-7-9.02-0023/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0339941		
1 Secretaria General Técnica					
2					



	promedio de distribución en La Rioja	Último dato		sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato		12% - 15% del porcentaje del sector.

b) medios radiofónicos.

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM 1er acum. para La Rioja L-D		16% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	48% - 51% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	26% - 29% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	17% - 20% del porcentaje del sector.
Radio temático de alcance autonómico		EGM 1er acumulado		6% de inversión publicitaria prevista

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0023/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0339941
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



		para La Rioja L-D		
	Radio temático de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	22% - 26% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	21% - 24% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	17% - 20% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	14% - 17% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	10% - 13% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance local	EGM 1er acum. para La Rioja L-D		2% de inversión publicitaria prevista
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	41% - 44% del porcentaje del sector.
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	23% - 26% 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. 5 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0023/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0339941
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



	Radio independiente de corte generalista de alcance local con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	11% - 14% del porcentaje del sector.
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con cuarta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	10% - 13% del porcentaje del sector.

d) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diaris digitales regionales de información general		Comscore u OJD Interactiva*		20% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		46% - 49% del porcentaje del sector.
	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		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. 6 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0023/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0339941
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		1% - 4% del porcentaje del sector.
Diarios digitales temáticos regionales		OJD Interactiva		1% de la inversión publicitaria prevista
	Primer medio digital temático familiar regional	OJD Interactiva		90-100% de la inversión publicitaria prevista
Diarios digitales locales de información general		OJD Interactiva		2% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital local de información general con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		38 - 41% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital local de información general con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		20 - 23% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital local de información general con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		18 - 21% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital local de información general con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		12 - 15% de la inversión publicitaria prevista

(*) Audiencia media acumulada hasta marzo 2021

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAeS. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 7 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0023/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0339941
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			


e) Publicidad Exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			19% sobre la inversión publicitaria prevista
	Mupis: <ul style="list-style-type: none"> • Unidades de colocación en un mínimo de 17 mupis de Logroño y Haro • Producción y colocación 	Unidades	46% - 47% sobre el porcentaje del sector
	Autobús metropolitano: <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de vinilos para laterales de autobús • 1 autobús • Colocación y retirada de vinilos. 	Unidades	4% - 5 % sobre el porcentaje del sector.
	Vallas publicitarias: <ul style="list-style-type: none"> • Alquiler de espacio, producción y colocación de cartelería. • Vallas de 8x3 m. en Logroño (principalmente) y cabeceras de comarca. • Mínimo 2 semanas de duración. <p>Mínimo 12 vallas publicitarias.</p>	Unidades	49% - 50% sobre el porcentaje del sector.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0023/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0339941
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



4.2. Intermediación y compra de formatos o espacios publicitarios.

La empresa adjudicataria 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 adjudicataria 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 adjudicataria 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 un informe de post-evaluación de la actividad publicitaria, en el plazo de 15 días naturales desde el término de la campaña. 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 y las variables relativas a los análisis de rentabilidad: coste por mil y el coste por ranting point. Este último, en el caso de poder determinarse con las fuentes de medición existentes para los soportes publicitarios seleccionados.

5. 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 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			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 9 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0023/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0339941		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					



5. La empresa presentará, antes de ejecutar la campaña en un plazo máximo de 24 horas desde la formalización del contrato, 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 27 de mayo al 9 de junio de 2021** (ambos inclusive).

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. 10 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0023/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0339941	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				