

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 21 26 SERVICIOS DE LOS ECOSISTEMAS» CONSEJERÍA DE SOSTENIBILIDAD Y TRANSICIÓN ECOLÓGICA.

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 26 Servicios de los Ecosistemas” de la Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica.

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.

Las principales amenazas medioambientales de La Rioja son las que tienen la mayor parte de España y de Europa: el **cambio climático y la pérdida de biodiversidad**, y de ahí la lucha del Gobierno de La Rioja por **impulsar políticas medioambientales** en esta línea.

El objetivo de la campaña es **transmitir la importancia de la biodiversidad, su valor y los beneficios** que nos aporta. Los servicios de los ecosistemas son servicios públicos, y la Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica es garante de su calidad y provisión. Por ello, porque nuestros ecosistemas son un bien público, **es necesario informar y concienciar sobre la necesaria implicación de los ciudadanos y la importancia de proteger los ecosistemas para la economía, la sociedad y el medio ambiente.**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0021/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0297693		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaria General Técnica				
2					



Gobierno de La Rioja

La pérdida de la biodiversidad conlleva un deterioro de estos servicios que los ecosistemas nos prestan de forma imperceptible y tiene como consecuencia un empeoramiento de la salud humana, grandes pérdidas económicas, una mayor inseguridad alimentaria, una mayor vulnerabilidad ante catástrofes y cambios ambientales y, en definitiva, una disminución de nuestra calidad de vida.

Los **servicios de los ecosistemas** se distribuyen como se detalla a continuación:

1. **Servicios de base:** son procesos esenciales para el ser humano y para el mantenimiento del mismo de la vida en la Tierra tal y como la conocemos. Son principalmente: formación de suelo, ciclado de nutrientes, fotosíntesis, ciclado del agua y producción primaria.

Por ejemplo, en este punto podría destacar el papel esencial que juegan los bosques en la lucha contra el cambio climático y la importancia de una gestión forestal sostenible orientada a potenciar y mantener las funciones protectoras y productoras del bosque, tanto como fuente de productos renovables y sostenibles para la bioeconomía (madera, leñas, setas, etc.) como su importante papel en el control de la erosión, la regulación del ciclo hídrico, la conservación de la biodiversidad, lugares de esparcimiento saludable, etc.

2. **Servicios de regulación:** la biodiversidad desempeña también un importante papel en la provisión de servicios de los que no podríamos prescindir: regulación de la calidad del aire, regulación de enfermedades, regulación del clima, regulación de plagas, regulación de las aguas, polinización, regulación de la erosión, regulación de desastres naturales y purificación de las aguas y tratamiento de desechos.
3. **Servicios de suministro:** son los que proporcionan recursos biológicos relacionados con el consumo y la producción. El valor de mercado de este tipo de servicios y su aportación a la economía es mucho más fácilmente estimable que el de los servicios descritos anteriormente. Se refieren a: alimentos (cultivos, ganadería, pesca, acuicultura y alimentos silvestres); fibras (madera, leña, algodón, cáñamo...), productos ornamentales, recursos genéticos, agua dulce y productos farmacéuticos, bioquímicos y medicina natural.
4. **Servicios culturales:** estos servicios son, en menor proporción, útiles para la supervivencia del ser humano, pero determinantes para su desarrollo personal y calidad de vida: relaciones sociales, valores educativos, recreación y ecoturismo, valores estéticos y paisajísticos, etc.

3.2. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación cuenta con los siguientes objetivos de comunicación:

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		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
12-7-9.02-0021/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0297693		
1 Secretaria General Técnica					
2					



- Transmitir la importancia de la **biodiversidad, su valor y los beneficios** que nos aporta. Los servicios de los ecosistemas son servicios públicos, y la Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica es garante de su calidad y provisión.
- Dar a conocer **cuáles son los servicios de los ecosistemas y cómo se distribuyen**: servicios de base; servicios de regulación; servicios de suministro y servicios culturales.
- **Alertar** a la ciudadanía, universidades, centros educativos, administraciones y empresas sobre las consecuencias perjudiciales que conlleva la crisis de biodiversidad sobre nuestro medio ambiente, nuestra economía y sociedad.
- **Educación ambiental**: concienciar sobre la importancia de la biodiversidad y los ecosistemas sobre nuestra sociedad, economía y bienestar.

3.3. Públicos objetivos

Se establece como público objetivo para la campaña de comunicación de Integra en la Escuela 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.

Además, a las asociaciones y entidades ciudadanas y Ayuntamientos. Asimismo, es primordial dirigirnos a centros educativos y universidades, dado que las familias y personas universitarias se considera que tienen un papel fundamental en la protección del medio ambiente.

* 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.

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		
12-7-9.02-0021/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0297693		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					



**Gobierno
de La Rioja**

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	38% 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	PGD Último dato		26% - 29% del porcentaje del 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 3ª acum. para La Rioja L-D		10% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	46% - 49% 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 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0021/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0297693
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



Gobierno de La Rioja

	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	24% - 27% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	21% - 24% del porcentaje del sector.
Radio temático de alcance autonómico		EGM 3ª acumulado para La Rioja L-D		10% 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"	22% - 25% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	16% - 19% 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"	10% - 13% del porcentaje del sector.
Radio de corte generalista de alcance local		EGM 3ª Acum. para La Rioja L-D		5% de inversión publicitaria prevista

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		
12-7-9.02-0021/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0297693		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					



**Gobierno
de La Rioja**

	Radio independiente de corte generalista de alcance local con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	47% - 50% del porcentaje del sector.
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	24% - 27% del porcentaje del sector.
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	20% - 23% 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*		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		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		27% - 30% del porcentaje del sector.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAeS. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 6 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0021/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0297693
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



Gobierno de La Rioja

	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		16% - 19% 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% - 4% del porcentaje del sector.
Diarios digitales temáticos regionales		OJD Interactiva		1% de la inversión publicitaria prevista
	Primer medio digital temático regional	OJD Interactiva		90-100% de la inversión publicitaria prevista
Diarios digitales locales de información general		OJD Interactiva		3% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital local de información general con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		40 - 43% 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		16 - 19% 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 PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0021/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0297693	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				


d) Publicaciones en RRSS en medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Publicaciones en RRSS de los medios digitales regionales de información general y temática		CPM		5% de la inversión publicitaria prevista
	RRSS del Diario digital de información general regional con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook e Instagram	CPM	post	47% - 50% del porcentaje del sector.
	RRSS del Diario digital de información general regional con segundo mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook e Instagram	CPM	post	33% - 36% del porcentaje del sector.
	RRSS del medio digital regional de temática infantil con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook e Instagram	CPM	post	12% - 15% del porcentaje del sector.

e) Publicidad Exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			8% sobre 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. 8 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0021/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0297693		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					



	Carteles 50 x 70: <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de un mínimo de 1000 carteles a 4 tintas en papel couche brillo 125g. • Distribución y colocación en Logroño, cabeceras y otras poblaciones. • Distribución a Ayuntamientos y Centros Educativos y Universidad. 	Unidades	50% - 76% sobre el porcentaje del sector.
	Autobús metropolitano: <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de vinilos para laterales de autobús • 2 autobuses • Colocación y retirada de vinilos. 	Unidades	21% - 24% sobre el porcentaje del sector.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 9 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
12-7-9.02-0021/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0297693		
1 Secretaria General Técnica					
2					



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.
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:
 - 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			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 10 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0021/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0297693		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					



**Gobierno
de La Rioja**

6. La campaña debe enmarcarse preferentemente **del 17 al 26 de mayo 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. 11 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0021/2021	Piiego PT	Contratación electrónica	2021/0297693	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				