



**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 21 022 TRANSPORTE PÚBLICO, SOSTENIBLE Y SEGURO» DE LA 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 21 022 Transporte Público, Sostenible y Seguro” 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.

El transporte desempeña un papel esencial en la sociedad y en la economía porque es clave para nuestra calidad de vida. El servicio del transporte público de viajeros es una de las mejores herramientas de cohesión territorial y de movilidad con las que cuenta el Gobierno de La Rioja, para favorecer los desplazamientos y comunicaciones de los riojanos dentro de la Comunidad Autónoma de una manera segura, sostenible, económica, accesible y de calidad.

El Gobierno de La Rioja tiene el objetivo de **impulsar una movilidad sostenible** a través de diferentes iniciativas, una de ellas el impulso del transporte público de viajeros. Este objetivo contribuye al cumplimiento de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) marcados en la Agenda 2030** y, en concreto, al objetivo número 11, Ciudades y Comunidades Sostenibles, proporcionando el acceso a un transporte público seguro y accesible y

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0033/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0602496		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaria General Técnica				
2					



## Gobierno de La Rioja

reduciendo el impacto ambiental en las ciudades.

**En el terreno medioambiental, el transporte público es clave para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero** ya que el autobús genera menos emisiones, en términos de viajero por kilómetro, que el vehículo privado. Fomentando y haciendo más accesible el uso del transporte público contribuimos, sin duda, a la reducción de emisiones y a la movilidad sostenible.

Tenemos por delante el **reto de recuperar la confianza de los ciudadanos en un transporte seguro**. Consideramos que la sostenibilidad ambiental y los objetivos de la Comisión Europea de cero emisiones en 2050, se conseguirán reduciendo las emisiones generadas por el uso del vehículo privado, fomentando el uso del transporte público.

En este sentido, el Ejecutivo Riojano a través de la Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica dispone de una serie de servicios de transporte público, para atender las diversas necesidades de los municipios riojanos.

El sistema de transporte de viajeros de nuestra Comunidad Autónoma está estructurado en tres niveles:

1. **Interurbano:** 14 líneas que comunican a más de 150 municipios de toda La Rioja.
2. **Metropolitano:** 6 líneas que conectan Logroño con los municipios del área metropolitana.
3. **Líneas Rurales:** Más de 60 pequeños pueblos conectados con sus cabeceras de comarca.

El contexto en el que se enmarca esta campaña es el de impulso y fomento de la utilización del transporte público en detrimento del vehículo privado por su contribución a reducir las emisiones.

Con esta campaña se pretende **augmentar el número de viajeros** en el sistema de transporte y **fidelizar** a los ciudadanos que ya lo utilizan. Asimismo, se busca **sensibilizar** a la sociedad acerca de los beneficios que aporta el transporte público en términos de **seguridad y sostenibilidad** para desplazarse entre municipios.

### 3.2. Objetivos de comunicación.

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

- Favorecer el uso del transporte público y, por tanto, contribuir al **incremento del número de viajeros**. En especial, se pretende recuperar a usuarios de la tercera edad.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 2 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0033/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0602496		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaría General Técnica				
2					



- **Vincular el uso del transporte público a la sostenibilidad** y, por tanto, a disminuir la contaminación. Cuidas el medio ambiente si viajas más en transporte público y si reduces el uso de vehículo particular.
- **Unir el uso del transporte al concepto de salud.** Transmitir la idea de que el autobús, además de ser un vehículo bajo en emisiones y contribuir a luchar contra el cambio climático, contamina menos y no perjudica la salud de las personas.
- Depositar confianza en el transporte público. Transmitir que **el transporte público es seguro** desde el punto de vista de seguridad vial y desde el punto de vista higiénico-sanitario.
- Poner en valor este servicio con la reactivación de actividad acorde con el final del verano y el inicio del curso escolar.
- Acercar el servicio a la sociedad como un servicio de transporte **bajo en emisiones, de calidad, moderno, económico y accesible.**
- **Fidelizar** a las personas que ya son usuarias habituales.

### 3.3. Públicos objetivos.

Se establecen como **público objetivo** para la campaña de comunicación institucional a la **sociedad riojana en general** ya que se trata de un servicio útil para todas las franjas de edades y colectivos usuarios del servicio (trabajadores, familias, estudiantes, mayores de 65 años...). El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo en **316.197** personas, de las que 155.766 son hombres y 160.431 son mujeres.

En especial, se pretende recuperar a **usuarios de la tercera edad de entre 65 a 85 años.** El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo en **56.602 personas**, de las que 26.413 son hombres y 30.187 son mujeres.

**E incorporar a usuarios jóvenes**, de entre 18 y 29 años, que son los más permeables a cuestiones de cambio climático y contaminación. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo en **36.243 personas**, de las que 18.376 son hombres y 17.863 son mujeres.

### 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 9
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0033/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0602496
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretaria General Técnica			
2			



## Gobierno de La Rioja

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
<b>Prensa escrita regional</b>		<b>OJD u PGD</b>	<b>Especificaciones sobre formato</b>	<b>33% de la inversión publicitaria prevista</b>
	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
<b>Radio de corte generalista de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b> 2º acum. para La Rioja L-V		<b>21% de la inversión publicitaria prevista</b>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAeS. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 4 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento	
12-7-9.02-0033/2021	Pliego PT	Contratación electrónica		2021/0602496	
Cargo		Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Secretaría General Técnica				
2					



	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	53% - 56% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	25% - 28% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	13% - 16% del porcentaje del sector.
<b>Radio temático de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b> 2º acum. para La Rioja L-V		<b>10%</b> 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"	17% - 20% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	18% - 21% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	13% - 16% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	12% - 15% 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. 5 / 9</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0033/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0602496
<b>Cargo</b>		<b>Firmante / Observaciones</b>	<b>Fecha/hora</b>
1 Secretaria General Técnica			
2			



**Gobierno  
de La Rioja**

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>24%</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		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		29% - 32% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		13% - 16% 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.
<b>Diarios digitales temáticos regionales</b>		<b>OJD Interactiva</b>		<b>1%</b> de la inversión publicitaria prevista
	Primer medio digital temático regional	OJD Interactiva		90-100% de 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. 6 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0033/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0602496		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					


**d) Publicidad Exterior**

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			11% sobre la inversión publicitaria prevista
	<b>Mupis:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidades de colocación en un mínimo de 15 mupis de Logroño</li> <li>• Producción y colocación</li> </ul>	Unidades	73% - 76% sobre el porcentaje del sector
	<b>Autobús metropolitano:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresión de vinilos para laterales de autobús</li> <li>• 2 autobuses</li> <li>• Colocación y retirada de vinilos.</li> </ul>	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. 7 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
12-7-9.02-0033/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0602496		
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. 8 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0033/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0602496		
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaria General Técnica				
2					





**Gobierno  
de La Rioja**

6. La campaña debe enmarcarse preferentemente **del 23 de agosto al 5 de septiembre 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. 9 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0033/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0602496	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				