

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 21 009 DIVULGACIÓN CIENTÍFICA» DE LA CONSEJERÍA DE DESARROLLO AUTONÓMICO.

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 21 009 “Divulgación Científica” de la Consejería de Desarrollo Autonomico.

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.

Con esta campaña de divulgación, el Gobierno de La Rioja se plantea el objetivo de **promover el interés por la ciencia, la investigación, el desarrollo y la innovación entre toda la sociedad riojana con especial incidencia entre los más jóvenes.**

Promover la pasión y el interés por la ciencia, incentivar la inquietud, la capacidad crítica, la reflexión y la curiosidad, sembrar ese “gusanillo” entre los más pequeños y jóvenes riojanos, promocionar las actividades participativas y la empatía en familia, divulgar los conocimientos de forma amena e impulsar la confianza en el método científico para que alcance a toda la población, son las finalidades que persigue el Ejecutivo regional en coordinación con otras instituciones como la Universidad de La Rioja. Por este motivo, desde el año pasado se

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
12-7-9.02-0043/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0823383
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



Gobierno de La Rioja

ha creado, organizado y desarrollado la **Semana de la Ciencia y de la Innovación en La Rioja** que este año tendrá continuidad con la segunda edición que transcurrirá alrededor de las fechas de la campaña. Como resultado de la edición anterior y de las diferentes acciones promovidas (concurso ‘Experimenta en casa’) se creó la comunidad digital **Ciencia La Rioja** donde la ciencia es la protagonista con el canal Youtube: Ciencia La Rioja y la página web <https://www.ciencialarioja.es>

Todas las actividades están dirigidas a la sociedad en general, aunque **se hace un énfasis muy especial en niños y jóvenes con el objetivo de crear y reforzar las vocaciones científicas.**

Como Gobierno debemos impulsar la actividad investigadora en la comunidad autónoma para promocionar y retener el talento altamente especializado. Para eso es fundamental apoyar la transferencia del conocimiento entre centros tecnológicos, universidades y empresas mediante programas de becas o ayudas predoctorales y postdoctorales que faciliten la retención e incorporación del talento en las empresas de la región. Es necesario apoyar, incentivar y crear un clima favorable para **fomentar las vocaciones científicas entre los más jóvenes.** De esa manera lograremos que surjan nuevas ideas y que su materialización y consolidación posicionen a La Rioja como un lugar generador de desarrollo en todos los ámbitos (laboral, económico, digital, científico, productivo, sanitario, entre otros).

Campaña de divulgación para promover el interés por la ciencia, la investigación, el desarrollo y la innovación con los siguientes ejes claves:

- Dar a conocer las actividades de divulgación científica promovidas por el Gobierno de La Rioja.
- Promover el interés por la ciencia y su método, especialmente entre los más jóvenes.
- Potenciar la creatividad y el talento innovador de la comunidad estudiantil.
- Fomentar las vocaciones científicas de los jóvenes riojanos
- Desarrollar la capacidad de observación y la creatividad
- Contribuir a descubrir vocaciones científicas
- Erradicar mitos
- Facilitar la transferencia de conocimiento desde los centros generadores del mismo a la sociedad en general

El objetivo es alcanzar al mayor número posible de la población riojana (carteles, prensa escrita y digital, cuñas en radio, televisión, banner en diarios digitales y presencia en redes sociales). Como se quiere hacer especial incidencia entre los más jóvenes sería adecuado distribuir el cartel y la información en los centros escolares (colegios, institutos y Universidad).

3.3. Públicos objetivos

Se establecen como público primario para la campaña de comunicación institucional Divulgación Científica, a la

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
12-7-9.02-0043/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0823383
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



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 **316.197 personas**, de las que 155.766 son hombres y 160.431 son mujeres.

Tenemos como público objetivo secundario a las familias con hijos de cualquier edad, pero principalmente las familias con hijos en primaria y secundaria, ya que son ellos los que en primer lugar pueden inculcarles la curiosidad e inquietud por la ciencia. Corresponden al grupo formado por mujeres y hombres de los 32 a los 65 años. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por 154.823 personas de las que 77.601 son hombres y 77.223 son mujeres.

* Datos del IER a 1.1.2021

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	33% 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	PGD		26% - 29% 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		
12-7-9.02-0043/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0823383		
1 Secretaria General Técnica					
2					



**Gobierno
de La Rioja**

	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 2º acum. para La Rioja L-V		15% de la inversión publicitaria prevista
	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.
Radio temático de alcance autonómico		EGM 2º acum. para La Rioja L-V		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"	17% - 20% 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	Nº Documento
12-7-9.02-0043/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0823383
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



**Gobierno
de La Rioja**

	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.

c) Medios digitales.

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		Comscore u OJD Interactiva*		23% 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		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		13% - 16% 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
12-7-9.02-0043/2021	Pliogo PT	Contratación electrónica	2021/0823383
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		2% - 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

(*) Audiencia media acumulada últimos seis meses hasta agosto 2021

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		Tasa de alcance por publicación		4% de la inversión publicitaria prevista
	RRSS del Diario digital de información general regional con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, Twitter e Instagram		post	42% - 45% del porcentaje del sector.
	RRSS del Diario digital de información general regional con segundo mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, Twitter e Instagram		post	31% - 34% 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
12-7-9.02-0043/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0823383
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



	RRSS del medio digital regional de temática infantil con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook e Instagram		post	9% - 12% del porcentaje del sector.
	RRSS del medio digital regional de temática de ocio y cultura con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook e Instagram.		post	6% - 9% del porcentaje del sector

e) Publicidad Exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			14% sobre la inversión publicitaria prevista
	Carteles 50 x 70: <ul style="list-style-type: none"> Impresión de un mínimo de 1.300 carteles a 4 tintas en papel couche brillo 125g. Distribución y colocación de un mínimo de 500 carteles en Logroño y 500 en otras poblaciones. Entrega de carteles en centros educativos y Centros Tecnológicos de La Rioja 	Unidades	42% - 45% sobre el porcentaje del sector

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	Nº Documento
12-7-9.02-0043/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0823383
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



	Mupis: <ul style="list-style-type: none"> • Unidades de colocación en un mínimo de 15 mupis de Logroño y Haro • Producción y colocación 	Unidades	44% - 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	5% - 8% 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.

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág 8 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0043/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0823383		
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					



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 contratamiento, 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. 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 8 al 18 de noviembre 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.

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		
12-7-9.02-0043/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0823383		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					



**Gobierno
de La Rioja**

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	
12-7-9.02-0043/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0823383	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				