

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 21 041 PLAN DE TRANSFORMACIÓN» 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 planificación, compra de espacios y postevaluación de la campaña de publicidad institucional “CP 21 041 Plan de Transformación”, 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 postevaluación del plan de medios propuesto en el presente informe de prescripciones técnicas.

3. Descripción de la campaña de publicidad.

3.1. Presentación.

El **Plan de Transformación de La Rioja** es la respuesta del Gobierno de La Rioja ante las oportunidades vinculadas al fondo **Next Generation EU**, articulado por la Comisión Europea como reacción al impacto de la pandemia, y el **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia España Puede**, diseñado por el Gobierno de España como hoja de ruta para promover el desarrollo económico y social.

En este contexto, el Plan de Transformación plantea no solo el reto de **acelerar la recuperación** de la comunidad autónoma, sino también de impulsar su transformación y su modernización con el objetivo de construir **La Rioja de la próxima generación**.

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		
12-7-9.02-0053/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0916094		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaria General Técnica				
2					



Gobierno de La Rioja

Para ello, contempla **cuatro grandes proyectos estratégicos**, que están fundamentados en características diferenciales de la comunidad autónoma, que son intensivos en **digitalización y sostenibilidad** y cuyo despliegue conlleva un impacto global en el desarrollo de la región. Los cuatro proyectos son Enorregión, Valle de la Lengua, Ciudad del Envase y el Embalaje y Territorio Digital de Servicios.

El proyecto **Enorregión** tiene como objetivo impulsar una **transformación verde y digital** que mejore la competitividad del sector vitivinícola por la vía de la reducción de costes, la eficiencia en consumos, la minimización del impacto de las actividades en toda la cadena de valor, la mejora global de la imagen de marca, el reposicionamiento del producto y la consolidación como **destino turístico, industrial y de generación de conocimiento de referencia mundial**.

El proyecto **Valle de la Lengua** persigue contribuir, desde La Rioja, al **despliegue del potencial del español** como herramienta de desarrollo territorial en un escenario caracterizado por la digitalización y la globalización. Para ello, con los **monasterios de San Millán** de la Cogolla como núcleo, promueve actuaciones en el ámbito del aprendizaje, la cultura, el turismo, la ciencia y las oportunidades de negocio, especialmente en la inteligencia artificial.

El proyecto **Ciudad del Envase y el Embalaje**, fundamentado en el distrito empresarial del envase y el embalaje existente en la comunidad autónoma, tiene como objeto **liderar la transformación** que el sector debe acometer para alinearse con los objetivos del Pacto Verde Europeo y acelerar la digitalización de la industria como **palanca de competitividad**.

El proyecto **Territorio Digital de Servicios** ha sido diseñado para ofrecer a los riojanos los **mejores servicios** en todos los pilares del estado bienestar e impulsar la **economía de los ciudades personalizados** gracias a la digitalización, de manera que resulten accesibles a cualquier persona, independientemente de su lugar de residencia y atendiendo a sus necesidades específicas.

Estos cuatro proyectos han evolucionado durante meses de trabajo con el objetivo de hacerlos **más competitivos y más transformadores**. Ha sido una fase intensa de planificación que, tras la aprobación definitiva del Plan España Puede y con la **apertura de las primeras convocatorias dotadas con fondos europeos**, ha dejado **paso a una fase de ejecución**. En la actualidad, se encuentran **en proceso de despliegue y se están registrando los primeros avances concretos** en sus principales líneas de actuación.

Por ello, esta campaña tiene por objeto **explicar las claves** del Plan de Transformación de La Rioja y sus cuatro grandes proyectos estratégicos y comunicar las líneas de actuación que se encuentran ya **en proceso de despliegue**, para que la sociedad en general y sector empresarial conozcan los objetivos y propuestas de los proyectos, así como las posibilidades de financiación o apoyo que se vayan activando.

En este contexto, es importante incidir en que se trata de **grandes proyectos de región**, que son **complejos** e implican a **multitud de agentes** y que responden a una **oportunidad única para Administración, empresas y**

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
12-7-9.02-0053/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica		2021/0916094
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Secretaría General Técnica			
2				



Gobierno de La Rioja

ciudadanos de La Rioja. Además, contemplan **cientos de acciones** concretas, que han requerido una larga fase de planificación y que conllevan un **proceso de ejecución** que se prolongará hasta el año 2026.

Resulta clave el mensaje de **excepcionalidad** que justifica la campaña, ya que no se trata de un plan o un programa al uso, sino que el Plan aspira a impulsar un **proceso de modernización de carácter integral** en La Rioja, lo que implica al conjunto de los ciudadanos y al conjunto de la comunidad autónoma.

Por ello, resulta esencial transmitir de manera muy clara **por qué se ha puesto en marcha el Plan de Transformación**, por qué han sido desarrollados estos cuatro proyectos y en qué consiste cada uno de ellos, así como las líneas de actuación que ya se han activado. Es una buena ocasión, por tanto, para contar cómo se ha pasado de la planificación a la acción **con ejemplos concretos** y para involucrar a los ciudadanos en un plan cuya materialización tendrá un **impacto extraordinario en el desarrollo económico y social** de la comunidad autónoma y, por tanto, en todos **los riojanos y riojanas**.

3.2. Objetivos de comunicación

Esta campaña busca los siguientes objetivos generales:

- Difundir los **objetivos** y las **actuaciones** que se están llevando a cabo en el marco del Plan de Transformación de La Rioja.
- Explicar a los ciudadanos y al sector empresarial **en qué consiste** el Plan de Transformación y sus cuatro grandes proyectos estratégicos, para que los conozcan y contribuyan a su desarrollo, que también va a necesitar de su implicación.
- Comunicar el **proceso que ha hecho posible** el desarrollo del Plan de Transformación.
- Informar sobre las **líneas de actuación** en las que se está trabajando y los avances concretos registrados en cada una de ellas, así como sus consecuencias en el desarrollo de la región.
- Transmitir que el Plan de Transformación es un plan con una dimensión y un impacto excepcional y que responde a una **oportunidad extraordinaria** en el marco de los fondos Next Generation EU.
- Trasladar que se trata de **proyectos complejos**, integrados por cientos de acciones y que requieren de un proceso de planificación y ejecución que se va a ir desarrollando en los próximos meses y años.
- Aclarar que son proyectos impulsados desde el Gobierno de La Rioja, pero que **implican a multitud de agentes**, nacionales y autonómicos, y que competen al conjunto de la ciudadanía.
- Abordar las implicaciones que los proyectos tienen en ámbitos muy cercanos y esenciales para ciudadanos y empresas, como la **cohesión social y territorial**, el reto demográfico, la generación de

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0053/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica		2021/0916094
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Secretaria General Técnica			
2				



oportunidades y la sostenibilidad.

Se incluyen a continuación objetivos específicos para cada proyecto:

- Proyecto Enorregión:
 - Comunicar la amplitud y **diversidad del sector del vino** en la comunidad autónoma.
 - Mostrar el **liderazgo de La Rioja** en vitivinicultura a través de ejemplos innovadores en ámbitos como digitalización y sostenibilidad, con el fin de darlos a conocer a la ciudadanía y movilizar a las empresas para que impulsen procesos transformadores en estos ámbitos.
 - Incidir en las posibilidades que ofrece el **turismo sostenible y digitalizado** a través de ejemplos y experiencias innovadoras.
 - Promover la **implicación** de los agentes del sector del vino y su cadena de valor, los municipios y la población en general para que contribuyan al despliegue del proyecto.

- Proyecto Valle de la Lengua:
 - Difundir el potencial del español como **motor de desarrollo territorial** en áreas como aprendizaje, turismo, cultura y oportunidades de negocio, con especial incidencia en la inteligencia artificial.
 - Explicar la **importancia de los monasterios** de San Millán de la Cogolla en la historia del español y cómo se convierte ahora, mil años después, en el fundamento de un proyecto de futuro.
 - Explicar el **impacto del proyecto** en términos de reto demográfico, sostenibilidad y oportunidades de negocio en un territorio como el valle del Cárdenas y su entorno.
 - Abordar la **vocación nacional y global** del proyecto Valle de la Lengua y, en este marco, la trascendencia del PERTE En Español-Valle de la Lengua en el despliegue del Valle de la Lengua.

- Ciudad del Envase:
 - Transmitir a la ciudadanía las características, la relevancia y la madurez del **sector del envase riojano**.
 - Mostrar la **diversidad** de subsectores que incluye: madera y corcho, metal, cartón y papel, plásticos, fabricación de etiquetas...
 - Dar cuenta de la **dimensión** del sector del envase y el embalaje, cuya **cadena de valor** incluye clientes de sectores estratégicos de La Rioja.
 - Profundizar en los **retos** que afronta el sector, en ámbitos como packaging conectado, economía circular y reciclabilidad, nuevos diseños con nuevas funciones (como envases comestibles o multisensoriales), materiales alternativos y plásticos sostenibles, industria 4.0 (robótica, inteligencia artificial, big data) y packaging innovador y envases personalizados...

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0053/2021	Pliego PT	Contratación electrónica		2021/0916094
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica				
2				



Gobierno de La Rioja

- Territorio Digital de Servicios:

- Difundir el **despliegue de conectividad** a internet de alta velocidad que se está llevando a cabo en La Rioja y los nuevos sistemas que pueden utilizarse para llegar a áreas remotas.
- Mostrar qué ventajas tiene y qué va a permitir un **sistema de movilidad regional inteligente y sostenible**.
- Ejemplificar qué servicios se pueden prestar mediante un **proyecto de cuidados personalizados** coordinado y en red.
- Incidir en la dimensión de **lucha contra la despoblación y reto demográfico** del proyecto Territorio Digital de Servicios.

3.3. Públicos objetivos

Se establece como público primario para la campaña de comunicación institucional Plan de Transformación de La Rioja 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 **316.197 personas**, de las que 155.766 son hombres y 160.431 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**, 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		40% 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. 5 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
12-7-9.02-0053/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0916094		
1 Secretaria General Técnica					
2					



**Gobierno
de La Rioja**

	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	OJD Último dato	Branded Content	53% - 56% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato	Branded Content	26% - 29% del porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato	Branded Content	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		30% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Micro	53% - 56% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Micro	25% - 28% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Micro	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. 6 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0053/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0916094
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			


c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		Comscore u OJD Interactiva*		30% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva	Branded Content	45% - 48% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva	Branded Content	30% - 33% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva	Branded Content	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	Branded Content	1% - 3% del porcentaje del sector.

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

4.2. Intermediación y compra de formatos o espacios publicitarios.

La ejecución de la táctica prevista por la empresa 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 formatos o espacios publicitarios contratados.

Al término de la prestación del servicio, la empresa deberá aportar los justificantes de la actividad publicitaria

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		
12-7-9.02-0053/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0916094		
1 Secretaria General Técnica					
2					



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. Post-evaluación de la táctica publicitaria.

La empresa presentará, en **el plazo de 15 días naturales** desde término de la campaña, un informe de post-evaluación de la actividad publicitaria. Este informe contendrá:

- A) Las variables relativas al análisis de los resultados del plan de medios: impactos, cobertura, frecuencia, siempre que sea posible determinarse con las fuentes de medición existentes para los soportes publicitarios seleccionados.
- B) 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, en el 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.

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		
12-7-9.02-0053/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0916094		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaria General Técnica				
2					



- 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 9 al 19 de diciembre de 2021** (ambos inclusive).

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	
12-7-9.02-0053/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0916094	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				