



**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 22 02 FOMENTO DEL AUTOCONSUMO Y EFICIENCIA ENERGÉTICA» DE LA CONSEJERÍA DE SOSTENIBILIDAD, TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y PORTAVOCÍA DEL GOBIERNO.

### 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 22 02 Fomento del autoconsumo y eficiencia energética”, de la Consejería de Sostenibilidad, Transición ecológica y Portavocía del Gobierno.

### 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.

La crisis climática, junto con la crisis de biodiversidad, es el mayor reto de nuestro tiempo y afectará a las futuras generaciones.

El cambio climático es una amenaza para nuestros ecosistemas nuestros paisajes, nuestra agricultura,

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		
12-7-9.02-0011/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0159146		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaria General Técnica				
2					



nuestra economía y nuestra salud.

Las temperaturas globales ya han aumentado 1°C desde la revolución industrial y los efectos del cambio climático son ya evidentes, también en nuestra Comunidad: las sequías, olas de calor, inundaciones o la pérdida de biodiversidad.

El consenso científico advierte sobre nuestro deber colectivo de no superar el incremento de 1'5°C con respecto a la temperatura media de la era preindustrial, para ello, es imprescindible la descarbonización de la economía a través de las energías renovables, el ahorro y la eficiencia energética y el cambio de modelo de consumo y producción.

Las energías renovables también disminuyen la contaminación y sus efectos perjudiciales para la salud, y reducen las emisiones de gases de efecto invernadero ayudándonos a avanzar en la transición ecológica hacia un modelo de energía más sostenible para luchar contra el cambio climático.

### **El objetivo de una región que aspira a ser un territorio avanzado en eficiencia energética**

En los dos últimos años, el Gobierno de La Rioja ha impulsado el desarrollo de las energías renovables para luchar contra el cambio climático, respetando el patrimonio natural y el paisaje de la comunidad, incrementando las solicitudes de autoconsumo- alcanzando un total de 461 instalaciones-, y multiplicando por cinco veces las instalaciones que había en La Rioja en 2019.

Un impulso que el Gobierno espera incrementar con la ayuda de los fondos europeos del Mecanismo para la Recuperación y la Resiliencia con el propósito de fomentar la transformación verde de nuestra sociedad.

A este respecto, el Ejecutivo regional, junto al Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE), pone a disposición de la ciudadanía, empresas, autónomos y entidades locales, ayudas para promover la instalación de placas solares, instalaciones térmicas más sostenibles y el ahorro energético que vienen a fomentar el autoconsumo con el objetivo prioritario de mejorar la eficiencia energética y disminuir el consumo de energía primaria.

En definitiva, esta campaña persigue promover el despliegue de las energías renovables, tanto térmicas como eléctricas, en los distintos sectores consumidores, fomentar un mayor control del consumo mediante el desarrollo de los sistemas de almacenamiento detrás del contador y el impulso a la industria y al sector empresarial asociado.

### **3.2. Objetivos de comunicación**

Los principales objetivos que se quieren alcanzar a través de la campaña son:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 11
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0011/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0159146
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretaria General Técnica			
2			



- **Promover el autoconsumo en las viviendas, empresas y ayuntamientos** como herramienta que favorece la transición energética y que aporta beneficios a sus usuarios.
- **Informar sobre la convocatoria y condiciones de las ayudas** para la ejecución de instalaciones ligadas al autoconsumo y al almacenamiento, con fuentes de energías renovables (EERR), así como a la implantación de sistemas térmicos renovables en el sector residencial.
- **Explicar las ventajas económicas, sociales y medioambientales** de este tipo de instalaciones tanto para particulares como para empresas o entidades locales. Respecto a las económicas, por ejemplo, destacar la disminución de la factura de la luz y la independencia de futuras oscilaciones de precios.
- **Proporcionar información sobre el contacto** (teléfono, correo electrónico u otros puntos de información) puesto a disposición de los ciudadanos por parte de la Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica para asesorarles.

Otros objetivos son:

- Transmitir que las energías renovables contribuyen a luchar contra el cambio climático y proteger el medio ambiente.

Por ejemplo: una instalación de autoconsumo estándar de 5 kilovatios para una vivienda con almacenamiento:

- Se evitan hasta unas 1.8 toneladas anuales de CO2 emitidas a la atmósfera, ahorran unos 650 litros de diésel y su efecto equivale al de 85 árboles en ahorro de emisiones.
  - Cubre prácticamente el 100% de la demanda.
  - Puede suponer un ahorro por usuario de hasta el 50% de la factura eléctrica.
- Difundir la idea de que, si todos luchamos contra el cambio climático, La Rioja puede ser un territorio avanzado en eficiencia energética. El momento de actuar es ahora.
  - Transmitir que las empresas, entidades locales y ciudadanos puedan hacer del autoconsumo una vía más de recuperación económica y mejora de la competitividad, impulso en I+D+i y creación de puestos de trabajo de calidad a nivel nacional tras la crisis sanitaria actual.

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	
12-7-9.02-0011/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0159146	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				



### 3.3. Públicos objetivos

Se establece como público objetivo para la campaña de comunicación institucional a la sociedad riojana. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **315.811 personas**, de las que 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres.

Y principalmente, a personas físicas que posean una vivienda y sean propietarias del edificio (segundas viviendas, casas en entorno rural, etc.). También a empresas, autónomos, organizaciones y ayuntamientos.

\* Datos del IER a 1.7.2021

### 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	Especificaciones sobre formato	33% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato		53% - 47% 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		
12-7-9.02-0011/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0159146		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					



	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	OJD Último dato		41% - 44% del porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato		6% - 9% 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> 3º acum. para La Rioja L-V		<b>20%</b> de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	43% - 46% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	42% - 45% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	6% - 9% del porcentaje del sector.
<b>Radio temático de alcance</b>		<b>EGM</b>		<b>9%</b> de inversión

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0011/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0159146
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



autonómico		3º acum. para La Rioja L-V		publicitaria prevista
	Radio temático de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	20% - 23% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	20% - 23% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	15% - 18% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	15% - 18% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	15% - 18% 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 6 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0011/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0159146		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaría General Técnica				
2					



	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		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		12% - 15% 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.

(\*) Audiencia media acumulada últimos seis meses hasta enero 2022

**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

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 7 / 11
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0011/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0159146
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretaria General Técnica			
2			



	RRSS del Diario digital de información general regional con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, Twitter e Instagram		post	54% - 57% 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	41% - 43% del porcentaje del sector.

**e) Publicidad Exterior**

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			14% 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 durante 15 días.</li> <li>• Producción y colocación</li> </ul>	Unidades	65% - 68% 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. 8 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0011/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0159146		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					





	<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	11% - 14% sobre el porcentaje del sector
	<b>Autobús urbano:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresión de vinilos para laterales y trasera 1 autobús durante 2 semanas.</li> </ul> Colocación y retirada de vinilos.	Unidades	15% - 18% sobre el porcentaje del sector

#### 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 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 9 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0011/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0159146
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



#### 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.
  - 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

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		
12-7-9.02-0011/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0159146		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					



**Gobierno  
de La Rioja**

- 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 4 al 17 de abril de 2022** (ambos inclusive). **Siendo más intensa en sus inserciones durante la primera semana.**

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	
12-7-9.02-0011/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0159146	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				