

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 22 17 DÍA DE EUROPA» DE LA CONSEJERÍA DE HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.

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 17 Día de Europa”, de la Consejería de Hacienda y Administración Pública.

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.

Cada 9 de mayo, celebramos el Día de Europa. Esta fecha marca el aniversario de la histórica “Declaración Schuman”, en la que se expuso la idea de una nueva forma de cooperación política en Europa que haría inconcebible la guerra entre naciones europeas.

El Tratado de Lisboa recoge como valores fundamentales de la **Unión Europea** el respeto a la **dignidad humana, la libertad, la democracia, la igualdad y los derechos humanos** y establece que la Unión tiene como finalidad promover la paz y el bienestar de sus pueblos.

El Gobierno de La Rioja es plenamente europeísta y por eso se creó la Dirección General de Fondos Europeos y la Oficina de Bruselas. La Unión Europea ha movilizado una cantidad de recursos sin precedentes, a través de Next Generation EU, y para lograr una gestión más eficaz de los fondos, esta dirección general y su experiencia será clave.

El [Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia](#) de la economía española prevé la movilización de más de 140.000 millones de euros de inversión pública hasta 2026, con una fuerte concentración de las inversiones y reformas

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
12-7-9.02-0016/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0268034
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaría General Técnica			
2			

en la primera fase del plan Next Generation EU, que cubre el periodo 2021-2023, con el fin de impulsar la recuperación y lograr un máximo impacto contracíclico.

El programa de trabajo de la Comisión Europea establece los próximos pasos de una agenda más ecológica, justa, digital y resiliente. También presta especial atención a nuestra joven generación mediante la propuesta del **Año Europeo de la Juventud 2022**.

El 9 de mayo de 2020 dieron comienzo los trabajos de la [Conferencia sobre el Futuro de Europa](#), que pretende sentar las bases de la reforma de las instituciones europeas en los próximos años, de sus capacidades competenciales y financieras, de sus principios y de sus procedimientos de decisión. La Conferencia sobre el Futuro de Europa brinda una oportunidad única en el momento preciso para que los ciudadanos europeos debatan sobre los retos y las prioridades de Europa. El Parlamento Europeo, el Consejo y la Comisión Europea se han comprometido a escuchar a la ciudadanía y a dar seguimiento, en sus respectivos ámbitos de competencia, a las recomendaciones formuladas.

Desde las administraciones públicas, debemos hacer pedagogía de la importancia que tiene pertenecer a este gran espacio común, un espacio que debemos construir entre todos. Por ello, estamos participando de forma muy activa en la Conferencia sobre el Futuro de Europa, teniendo La Rioja un papel protagonista, ya que fue uno de los primeros territorios en abordar los debates ciudadanos.

Otro de los compromisos que este Gobierno ha asumido con la Comisión Europea, para acercar la Unión Europea a la ciudadanía, es la apertura desde 2021 de un punto de información, Europe Direct La Rioja. Este punto forma parte de una red de más de 400 repartidos por los 27 estados miembros.

Europe Direct La Rioja es dependiente de la Consejería de Hacienda y Administración Pública, está ubicado en el Instituto Riojano de la Juventud, y está destinado a acercar las instituciones europeas al ciudadano de a pie. Esta red ofrece:

- Información general sobre temas de la UE.
- Respuestas sobre cualquier política de la Unión Europea.
- Información práctica sobre cualquier tema relacionado con la Unión.

3.2. Objetivos de comunicación

El principal objetivo de la campaña es:

- Visibilizar la Unión Europea y difundir entre los públicos objetivos sus valores y objetivos.

También se quieren conseguir los siguientes objetivos de comunicación secundarios:

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
12-7-9.02-0016/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0268034
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

Informar sobre:

- La UE y La Rioja
- NGEU y Dirección General de Fondos Europeos
- Conferencia sobre el Futuro de Europa
- Año Europeo de La Juventud
- Europe Direct La Rioja

3.3. Públicos objetivos

Se establecen los siguientes públicos objetivos para la presente campaña de publicidad:

- **Público primario:** jóvenes de entre 18 y 35 años. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **56.554 personas**, de las que 28.365 son hombres y 28.190 son mujeres.
- **Público secundario:** 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 **315.811 personas**, de las que 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres.

* 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
--------	---------	--------	--------------------------------	------------

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
12-7-9.02-0016/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0268034
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

Prensa escrita regional		OJD u PGD	Especificaciones sobre formato	27% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato		44% - 47% del porcentaje del sector.
	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
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM 3º acum. para La Rioja L-V		14% 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAeS. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 4 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0016/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0268034
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	6% - 9% del porcentaje del sector.
Radio temático de alcance autonómico		EGM 3º acum. para La Rioja L-V		10% de inversión 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		OJD Interactiva* o Comscore		29% 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 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0016/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0268034
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva o Comscore		47% - 50% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva O Comscore		30% - 33% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva O Comscore		11% - 14% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva O Comscore		1% - 3% del porcentaje del sector.

(*) Audiencia media acumulada últimos seis meses hasta febrero 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
	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		post	32% - 35% del

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0016/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0268034
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	información general regional con segundo mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, Twitter e Instagram			porcentaje del sector.
	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	5% - 8% del porcentaje del sector.

e) Publicidad Exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			16% sobre la inversión publicitaria prevista
	Autobús metropolitano: <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de vinilos para laterales de autobús • 1 autobús • Colocación y retirada de vinilos. 	Unidades	4% - 7% 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
12-7-9.02-0016/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0268034
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	<p>Autobús urbano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de vinilos para laterales y trasera de autobús • 1 autobús durante un mínimo de 15 días <p>Colocación y retirada de vinilos.</p>	Unidades	15% - 18% sobre el porcentaje del sector
	<p>Mupis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unidades de colocación en un mínimo de 15 mupis de Logroño durante 15 días. • Producción y colocación 	Unidades	65% - 68% sobre el porcentaje del sector
	<p>Pantallas Digitales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratación de mínimo 1 Scroller Digital durante 15 días. 	Unidades	4% - 7% 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 en formato PDF/A 1.7 Firma PAeS. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 8 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0016/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0268034
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
 - c. El coste total de la propuesta de táctica de medios (expresada sin IVA)

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	
12-7-9.02-0016/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0268034	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				

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 2 al 15 de mayo de 2022** (ambos inclusive)

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	
12-7-9.02-0016/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0268034	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				