

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 22 16 ESPECIES Y ESPACIOS PROTEGIDOS “PASEA LA RIOJA”» 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 16 Especies y espacios protegidos “Pasea La Rioja”, 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 Consejería de Sostenibilidad, Transición Ecológica y Portavocía del Gobierno pone en marcha el proyecto **Pasea La Rioja** (www.pasea.larioja.org), una nueva web que aglutina la información y que se constituye como central de reservas de las actividades de educación ambiental que se realizan desde el Gobierno regional y su nueva Red de Centros de Interpretación de la Naturaleza.

La **educación ambiental es una de las prioridades del Gobierno de La Rioja** para propiciar la toma de conciencia social sobre los retos ambientales a los que nos enfrentamos, especialmente la crisis climática y la crisis de biodiversidad, y mejorar el conocimiento sobre los valores del medio ambiente riojano, y sobre los beneficios que nos aporta la

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
12-7-9.02-0020/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0382841
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

naturaleza a través de los servicios de los ecosistemas.

A partir de ahora, los riojanos y riojanas y visitantes de todas las edades van a tener más fácil que nunca **conectar con la naturaleza y descubrir la riqueza natural, paisajística y etnográfica de nuestro territorio.**

Junto con la central de reservas, desde el Gobierno de La Rioja se ha promovido la creación de la **Red de Centros de Interpretación de la Naturaleza** que la Dirección General de Biodiversidad va a gestionar a través de la web Pasea La Rioja. Esta red no solo incluye los centros que actualmente dependen de la administración medioambiental riojana, sino que ahora se suman al proyecto otros centros dependientes de pequeños ayuntamientos relacionados con la interpretación etnográfica, los usos tradicionales del monte o la biodiversidad de la zona.

- **Espacios naturales:** Red Natura, Reserva Natural de los Sotos de Alfaro y sus cigüeñas, Parque Natural de Sierra de Cebollera; los árboles singulares de La Rioja; las áreas naturales como Carrascal de Villarroya, Carrizal de Cofín, zonas húmedas y yagas de la Degollada y El Recuenco, Dolinas de Zenzano, Laguna de Hervías; y el territorio Reserva de la Biosfera).
- **Centros de Interpretación de la Naturaleza:** Parque Natural de la Sierra de Cebollera en Villoslada de Cameros; Reserva Natural de los Sotos del Ebro y sus Cigueñas en Alfaro; Museo de la Trashumancia de la Venta de Piqueras en Lumbreras de Cameros); Museo Etnográfico de San Andrés (Lumbreras en Cameros); Casa del Maestro (Ventrosa), Mirador del Buitre (Arnedillo), Rancho del Esquileo (Brieva de Cameros).

Con Pasea La Rioja y su programa de actividades, se quiere hacer una invitación a disfrutar de los paisajes, la fauna y de la naturaleza riojana. Pero también quiere que estas experiencias sirvan para que el usuario vea y sienta cómo ha evolucionado nuestro territorio, nuestros pueblos y comarcas, y sea consciente de sus valores y de todo lo que tiene para ofrecernos. Pasear por La Rioja para dejarnos atrapar por su riqueza natural y también para contribuir a llevar gente a las calles y plazas, a activar el comercio local y la hostelería, a dinamizar, en lo posible, la vida de los pueblos. Pasea La Rioja contribuirá a la **activación socioeconómica de nuestros pueblos a través del turismo sostenible y de valorización de nuestros espacios naturales y nuestra biodiversidad.**

La campaña se prevé en fechas cercanas al 5 de junio, **Día Mundial del Medio Ambiente.**

3.2. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación cuenta con los siguientes objetivos de comunicación:

- El principal objetivo de la campaña es el de dar a conocer los diferentes espacios naturales de La Rioja y la rica biodiversidad de nuestra Comunidad, a través del proyecto Pasea La Rioja y la red de Centros de Interpretación de la Naturaleza que lo integran.

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
12-7-9.02-0020/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0382841
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

Otros objetivos secundarios de la campaña son:

- Promover la educación ambiental. Concienciar sobre la importancia de la biodiversidad y los ecosistemas y necesidad de conservación para nuestra sociedad, economía y bienestar.
- Difundir la posibilidad de reservar una experiencia de educación ambiental en un solo clic. Pasea La Rioja (www.pasealarioja.org) es una herramienta sencilla que permite a los usuarios reservar actividades en la naturaleza a través del ordenador o de un dispositivo móvil las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

3.3. Públicos objetivos

Se establece como público objetivo primario para la campaña de comunicación institucional a la sociedad riojana en general 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.

Como público secundario a familias y centros educativos para involucrar a los escolares en el cuidado de los espacios naturales y en la importancia de la biodiversidad, su valor y los beneficios que nos aporta. Y a público de ciudades limítrofes que deseen disfrutar de una experiencia de educación ambiental y conocer los valores naturales de la región.

* 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
12-7-9.02-0020/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0382841
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

Prensa escrita regional		OJD u PGD	Especificaciones sobre formato	32% 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 1º acum. para La Rioja L-V		17% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	45% - 48% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	41% - 44% 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		
12-7-9.02-0020/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0382841		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaría General Técnica				
2					

	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	5% - 8% del porcentaje del sector.
Radio temático de alcance autonómico		EGM 1º acum. para La Rioja L-V		10% de inversión publicitaria prevista
	Radio temático de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	19% - 22% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	18% - 21% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	17% - 20% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	17% - 20% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	14% - 17% del porcentaje del sector.

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje

Diarios digitales regionales de información general		OJD Interactiva*		19% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		47% - 50% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		30% - 33% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		11% - 14% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		1% - 3% del porcentaje del sector.
Diarios digitales temáticos regionales		OJD Interactiva		1% de la inversión publicitaria prevista
	Primer medio digital temático regional	OJD Interactiva		97-100% de la inversión publicitaria prevista

(*) Audiencia media acumulada últimos seis meses hasta marzo 2022

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
12-7-9.02-0020/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0382841
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

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		3% 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	32% - 35% del 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			18% 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	5% - 8% sobre el porcentaje del sector
	Urbano: <ul style="list-style-type: none"> Impresión de vinilos para laterales y trasera. 1 autobús durante un mínimo de 14 días. Colocación y retirada de vinilos. 	Unidades	16% - 19% sobre el porcentaje del sector
	Mupis: <ul style="list-style-type: none"> Unidades de colocación en un mínimo de 22 mupis de Logroño durante 1 semana. Producción y colocación 	Unidades	61% - 64% 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 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0020/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0382841
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	<p>Scroll Digital:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratación de mínimo 2 Scroller Digital durante 1 semana. 	Unidades	6% - 9% 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.

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.

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
12-7-9.02-0020/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0382841
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

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)
 - 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 30 de mayo al 7 de junio 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	
12-7-9.02-0020/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0382841	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				