

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 22 21 VIVIENDA ASEQUIBLE» DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, MUNDO RURAL, TERRITORIO Y POBLACIÓN.

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 21 Vivienda asequible”, de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.

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 Gobierno de La Rioja considera prioritaria una política de vivienda más social que nunca para que alcance a las personas y colectivos que más lo necesiten, porque la vivienda es un elemento crucial en el bienestar de la ciudadanía y en su calidad de vida y, por ello, ha de ser la base de una sociedad democrática que aspira a la justicia social.

La política de vivienda del Gobierno de La Rioja se enfoca a convertir la vivienda el quinto pilar del Estado del Bienestar – junto con la salud, la sanidad, las pensiones y el trabajo-. Para cumplir el tantas veces nombrado artículo 47 de la Constitución Española: toda la ciudadanía tiene derecho a disfrutar de una vivienda digna y adecuada y los poderes públicos promoverán las condiciones necesarias y establecerán las normas pertinentes para hacer efectivo ese derecho.

Por este motivo, el Gobierno de La Rioja valora la oportunidad que el Plan Estatal para el Acceso a la Vivienda 2022-

| 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 | |
| 12-7-9.02-0031/2022 | Pliego PT | Contratación electrónica | 2022/0615733 | |
| Cargo | Firmante /Observaciones | | Fecha/hora | |
| 1 Secretaría General Técnica | | | | |
| 2 | | | | |

2025 y el Bono Alquiler Joven suponen para impulsar una política pública de vivienda eminentemente social que presta especial atención a los más vulnerables y a las personas jóvenes para facilitar su emancipación.

El Bono Alquiler Joven es complementario a los programas del Plan Estatal de Acceso a la Vivienda 2022-2025. A través del Bono Joven, el Gobierno de La Rioja recibirá del Gobierno de España 3,4 millones de euros para su implementación en 2022, cantidad que también se ingresará en 2023, con el objetivo de facilitar el acceso a la vivienda de los jóvenes y su emancipación.

El Bono Alquiler Joven se diseña con una ayuda de 250 euros mensuales para las personas jóvenes desde 18 hasta 35 años incluidos, con objeto de facilitar su emancipación. La unidad de convivencia no podrá tener ingresos superiores a 3 veces el IPREM. La ayuda se concede por un plazo de dos años, es decir se trata de una ayuda total de 6.000 euros repartida en 24 mensualidades, tiempo que puede ser suficiente para dar un impulso decidido a los jóvenes. Esta ayuda es expresamente compatible con la ayuda al alquiler del programa de ayuda a los jóvenes y para contribuir al reto demográfico.

3.2. Objetivos de comunicación

El principal objetivo de la campaña de comunicación es el de **aportar información clara y precisa** a las personas jóvenes sobre las condiciones de acceso al **Bono de Alquiler Joven** (rango edad, ayuda de 250 euros/mes, se concede por dos años, hay que acreditar rentas de trabajo), para gestionar adecuadamente sus expectativas; cómo tramitar las solicitudes y plazo.

Otros objetivos secundarios son:

- Generar ilusión y seguridad en los jóvenes en relación a que el acceso a la vivienda y la emancipación a través del alquiler de vivienda puede ser un objetivo alcanzable para la juventud.
- Transmitir que la política de vivienda del Gobierno de La Rioja tiene como prioridad a las personas jóvenes y su derecho al acceso a la vivienda para facilitar su emancipación.

3.3. Públicos objetivos

Se establece como público objetivo para la campaña de comunicación a la población riojana de ambos sexos entre los 18 y 35 años. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 56.590 personas, de las que, 28.459 son hombres y 28.126 son mujeres.

* Datos del IER a 1.1.2022

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.

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small> | | | Pág. 2 / 9 |
|--|--------------------------------|--------------------------|---------------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento |
| 12-7-9.02-0031/2022 | Pleigo PT | Contratación electrónica | 2022/0615733 |
| Cargo | Firmante /Observaciones | | Fecha/hora |
| 1 Secretaria General Técnica | | | |
| 2 | | | |

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 | 29% 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 2º acum. para La Rioja L-V | | 18% de la inversión publicitaria prevista |
| | Radio de corte generalista de alcance autonómico con | | Cuña 20" | 47% - 50% 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. 3 / 9 |
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento |
| 12-7-9.02-0031/2022 | Pliego PT | Contratación electrónica | 2022/0615733 |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | Fecha/hora |
| 1 Secretaria General Técnica | | | |
| 2 | | | |

| | | | | |
|---|--|--|----------|---|
| | mayor audiencia | EGM | | |
| | Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia | EGM | Cuña 20” | 29% - 32% del porcentaje del sector. |
| | Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia | EGM | Cuña 20” | 15% - 18% del porcentaje del sector. |
| Radio temática de alcance autonómico | | EGM 2º acum. para La Rioja L-V | | 10% de inversión publicitaria prevista |
| | Radio temática de alcance autonómico con mayor audiencia | EGM | Cuña 20” | 24% - 27% del porcentaje del sector. |
| | Radio temática de alcance autonómico con segunda mayor audiencia | EGM | Cuña 20” | 22% - 25% del porcentaje del sector. |
| | Radio temática de alcance autonómico con tercera mayor audiencia | EGM | Cuña 20” | 16% - 19% del porcentaje del sector. |
| | Radio temática de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia | EGM | Cuña 20” | 12% - 15% del porcentaje del sector. |
| | Radio temática de alcance autonómico con quinta mayor audiencia | EGM | Cuña 20” | 11% - 14% 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 / 9 |
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento |
| 12-7-9.02-0031/2022 | Pleigo PT | Contratación electrónica | 2022/0615733 |
| 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 | | OJD Interactiva* | | 20% de la inversión publicitaria prevista |
| | Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja. | OJD Interactiva | | 48% - 51% 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 | | 10% - 13% 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 |
| Diarios digitales locales de información general | | OJD Interactiva* | | 3% 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 |
| 12-7-9.02-0031/2022 | Pleigo PT | Contratación electrónica | | 2022/0615733 |
| 1 Secretaria General Técnica | | | | |
| 2 | | | | |

| | | | | |
|--|--|-----------------|--|--------------------------------------|
| | Diario digital local de información general con mayor número de usuarios únicos de La Rioja. | OJD Interactiva | | 38% - 41% del porcentaje del sector. |
| | Diario digital local de información general con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja. | OJD Interactiva | | 24% - 27% del porcentaje del sector. |
| | Diario digital local de información general con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja. | OJD Interactiva | | 20% - 23% del porcentaje del sector. |
| | Diario digital local de información general con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja. | OJD Interactiva | | 6% - 9% del porcentaje del sector. |

(*) Audiencia media acumulada últimos seis meses hasta junio 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 | | 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 | 41% - 44% del porcentaje del sector. |
| | RRSS del Diario digital de información general regional con segundo mayor número de seguidores en sus cuentas | | post | 32% - 35% 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 |
| 12-7-9.02-0031/2022 | Pliego PT | Contratación electrónica | 2022/0615733 |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | Fecha/hora |
| 1 Secretaria General Técnica | | | |
| 2 | | | |

| | | | | |
|--|--|--|------|--------------------------------------|
| | de Facebook, Twitter e Instagram | | | |
| | RRSS del medio digital regional de temática infantil con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook e Instagram | | post | 10% - 13% 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. • 2 autobuses. • Colocación y retirada de vinilos. | Unidades | 11% - 14% 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 / 9 |
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento |
| 12-7-9.02-0031/2022 | Pleigo PT | Contratación electrónica | 2022/0615733 |
| Cargo | | Firmante /Observaciones | Fecha/hora |
| 1 Secretaria General Técnica | | | |
| 2 | | | |

| | | | |
|--|---|----------|--|
| | <p>Autobús urbano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de vinilo para trasera de 1 autobús. • Colocación y retirada de vinilo. | Unidades | 11% - 14% sobre el porcentaje del sector |
| | <p>Mupis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unidades de colocación en un mínimo de 16 mupis de Logroño durante 15 días. • Producción y colocación | Unidades | 69% - 72% 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:

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small> | | | Pág. 8 / 9 |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento |
| 12-7-9.02-0031/2022 | Pliego PT | Contratación electrónica | 2022/0615733 |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | Fecha/hora |
| 1 Secretaria General Técnica | | | |
| 2 | | | |

- 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)
 - 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 5 al 18 de septiembre de 2022** (ambos inclusive)

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small> | | | Pág. 9 / 9 |
|--|-------------------------|--------------------------|--------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento |
| 12-7-9.02-0031/2022 | Pleigo PT | Contratación electrónica | 2022/0615733 |
| Cargo | Firmante /Observaciones | | Fecha/hora |
| 1 Secretaria General Técnica | | | |
| 2 | | | |