

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 22 23 MOVILIDAD SOSTENIBLE» 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 23 Movilidad Sostenible”, 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.

El transporte desempeña un papel esencial en la sociedad y en la economía porque es clave para nuestra calidad de vida. El servicio del transporte público de viajeros es una de las mejores herramientas de cohesión territorial y de movilidad con las que cuenta el Gobierno de La Rioja, para favorecer los desplazamientos y comunicaciones de los riojanos dentro de la Comunidad Autónoma de una manera segura, sostenible, económica, accesible y de calidad.

El Gobierno de La Rioja impulsa una movilidad sostenible a través de diferentes iniciativas, una de ellas es el impulso del transporte público de viajeros mediante líneas de autobús, microbús o taxi a la demanda. Este objetivo contribuye al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) marcados en la Agenda 2030 y, en concreto, al objetivo número 11, Ciudades y Comunidades Sostenibles, proporcionando el acceso a un transporte público seguro y accesible y reduciendo el impacto ambiental en las ciudades.

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
12-7-9.02-0032/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0631574
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaría General Técnica			
2			

En el terreno medioambiental, el transporte público es clave para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero ya que el autobús genera menos emisiones, en términos de viajero por kilómetro, que el vehículo privado. Fomentando y haciendo más accesible el uso del transporte público contribuimos, sin duda, a la reducción de emisiones y a la movilidad sostenible.

En la actual coyuntura, la invasión rusa de Ucrania ha disparado el **alza de precios de los combustibles**, que han llegado a doblar su precio y encarecen sobremanera los desplazamientos privados, mientras el transporte público, gracias a que está siendo subvencionado por el Ministerio y la Comunidad Autónoma de La Rioja, y a un notable esfuerzo en contención de precios, se mantiene como una gran alternativa claramente más económica.

De hecho, desde el 1 de abril se aplican descuentos de 20 céntimos de euro en el billete individual del transporte metropolitano y se han congelado el resto de tarifas de rural y el interurbano. Además, a partir de septiembre se aplicará un descuento del 30% a los bonos mensuales del metropolitano para quienes lo usan de forma más habitual y se ha universalizado el precio de los todos los trayectos con el carnet para estudiantes en 0,5 euros por trayecto cuando las tarifas anteriores oscilaban entre 1,6 € hasta los casi 5 €.

Tenemos por delante el reto de recuperar la confianza de los ciudadanos en un transporte seguro. Consideramos que la sostenibilidad ambiental y los objetivos de la Comisión Europea de cero emisiones en 2050, se conseguirán reduciendo las emisiones generadas por el uso del vehículo privado, fomentando el uso del transporte público y combinándolo con fórmulas alternativas como la bici, el patinete eléctrico y el transporte compartido (Rural CAR).

En este sentido, el Ejecutivo Riojano a través de la Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica dispone de una serie de servicios de transporte público, para atender las diversas necesidades de los municipios riojanos.

El sistema de transporte de viajeros de nuestra Comunidad Autónoma está estructurado en tres niveles:

- 1.Interurbano:** 14 líneas que comunican a más de 150 municipios de toda La Rioja.
- 2.Metropolitano:** 6 líneas que conectan Logroño con los municipios del área metropolitana.
- 3.Líneas Rurales:** Más de 60 pequeños pueblos conectados con sus cabeceras de comarca.

El contexto en el que se enmarca esta campaña es el de impulso y fomento de la utilización del transporte público en detrimento del vehículo privado por su contribución a reducir las emisiones y por ser una opción más económica.

Con esta campaña se pretende aumentar el número de viajeros en el sistema de transporte y fidelizar a los ciudadanos que ya lo utilizan. Asimismo, se busca sensibilizar a la sociedad acerca de los beneficios que aporta el transporte público en términos de seguridad, economía y sostenibilidad para desplazarse entre municipios.

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
12-7-9.02-0032/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0631574
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

3.2. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación cuenta con los siguientes objetivos:

- Favorecer el uso del transporte público y, por tanto, contribuir al incremento del número de viajeros. En especial, se pretende ganar a usuarios que renuncien al viaje individual del coche por el precio de los combustibles y a estudiantes de la ESO, FP y Universitarios que, con el Carnet de Estudiante, tienen un precio de 0,50 € en cualquier trayecto.
- Vincular el uso del transporte público a la sostenibilidad y, por tanto, a disminuir la contaminación. Cuidas el medio ambiente si viajas más en transporte público y si reduces el uso de vehículo particular.

Otros objetivos que se quieren conseguir son:

- Poner en valor este servicio con la reactivación de actividad acorde con el final del verano y el inicio del curso escolar.
- Acercar el servicio a la sociedad como un servicio de transporte bajo en emisiones, de calidad, moderno, económico y accesible.
- Fidelizar a las personas que ya son usuarias habituales.

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.

Se establecen como **público objetivo** para la campaña de comunicación institucional a la **sociedad riojana en general** ya que se trata de un servicio útil para todas las franjas de edades y colectivos usuarios del servicio (trabajadores, familias, estudiantes, mayores de 65 años...). El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.896 personas de las que 155.538 son hombres y 160.357 son mujeres.

En especial, se pretende sumar a:

-**Estudiantes** de entre 12-25 años, por las grandes rebajas de precio que obtienen con el carnet de Estudiante. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 44.895 personas de las que 22.943 son hombres y 21.947 son mujeres.

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	
12-7-9.02-0032/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0631574	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				

-**Usuarios tradicionales del coche**, que buscan alternativa al alza de precios, y son permeables a otros argumentos medioambientales, la movilidad combinada y la seguridad.

* 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.

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	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.

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
12-7-9.02-0032/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0631574
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

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		20% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	47% - 50% del porcentaje del sector.
	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		11% 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	EGM	Cuña 20"	16% - 19% del

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
12-7-9.02-0032/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0631574
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	mayor audiencia			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.

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

(*) 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 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	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

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
12-7-9.02-0032/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0631574
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

e) Publicidad Exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			13% sobre la inversión publicitaria prevista
	Autobús metropolitano: <ul style="list-style-type: none"> Impresión de vinilos para laterales de autobús. 3 autobuses. Colocación y retirada de vinilos. 	Unidades	28% - 31% sobre el porcentaje del sector
	Mupis: <ul style="list-style-type: none"> Unidades de colocación en un mínimo de 17 mupis de Logroño durante 1 semana. Producción y colocación 	Unidades	66% - 69% 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 8 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0032/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0631574
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

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 el 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 <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 9 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0032/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0631574
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

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 1 al 11 de septiembre** (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	
12-7-9.02-0032/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0631574	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				