

## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 22 14 PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE» 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 14 Programas operativos FEDER y FSE”, 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.

La campaña de publicidad tiene como objetivo informar de la aprobación del Programa Operativo de La Rioja, y de la apuesta de la UE y el Gobierno de La Rioja, por la cohesión territorial, a través de la aprobación de este programa para 2021-2027, así como divulgar las operaciones de interés estratégico indicadas.

El Programa Operativo de La Rioja para FEDER y FSE+ correspondiente al periodo 2021-2027 se está elaborando y se aprobará de acuerdo a la regulación básica recogida en el **Reglamento de Disposiciones Comunes** (Reglamento (UE) 2021/1060) y cada Fondo cuenta con una reglamentación específica: FTJ (**Reglamento (UE) 2021/1056**), FSE + (**Reglamento (UE) 2021/1057**), FEDER (**Reglamento (UE) 2021/1058**), FEMPA (**Reglamento (UE) 2021/1139**)

España recibirá dentro del Marco Financiero Plurianual 2021-2027 un total de 36.245 millones para la política de cohesión.

La Rioja se encuentra entre las regiones en transición, regiones con un PIB per cápita entre el 75% y el 100% de la media

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
12-7-9.02-0041/2022	Pliego PT	Contratación electrónica		2022/0843162
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Secretaria General Técnica			
2				

UE 27, y recibirá 97 millones de euros, lo que supone un incremento de fondos del 8,1% respecto al periodo anterior.

Estos fondos van dirigidos a garantizar la cohesión económica, social y territorial dentro de la Unión Europea.

A través del FEDER se financian actuaciones dirigidas a reducir las disparidades entre los niveles de desarrollo de las distintas regiones de la Unión y a reducir el retraso de las zonas menos favorecidas, mediante la participación en el ajuste estructural de los territorios y la reconversión de regiones industriales en declive, incluidas, entre otras medidas, promover un desarrollo sostenible y afrontar los retos medioambientales.

El FSE+, por su parte, persigue el objetivo de apoyar a los Estados miembros y regiones para alcanzar elevados niveles de empleo, una protección social justa y una mano de obra capacitada y resiliente, preparada para el mundo del trabajo, además de unas sociedades inclusivas y cohesionadas orientadas hacia la erradicación de la pobreza y al cumplimiento de los principios establecidos en el pilar europeo de derechos sociales.

Para este periodo 2021-2027 **se han fijado cinco prioridades de inversión:**

Las inversiones en desarrollo regional se centrarán especialmente en los objetivos 1 y 2. Entre el 65 % y el 85 % de los recursos del FEDER se asignarán a estas prioridades, en función de la riqueza relativa de los Estados miembros:

- OP1. Una Europa más inteligente, mediante la innovación, la digitalización, la transformación económica y el apoyo a las pequeñas y medianas empresas;
- OP2. Una Europa más ecológica y libre de carbono, que aplique el Acuerdo de París e invierta en transición energética, energías renovables y la lucha contra el cambio climático;
- OP3. Una Europa más conectada, con un transporte estratégico y redes digitales;
- OP4. Una Europa más social, que haga realidad el pilar europeo de derechos sociales y que apoye el empleo de calidad, la educación, las capacidades educativas y profesionales, la inclusión social y la igualdad de acceso a la asistencia sanitaria;
- OP5. Una Europa más cercana a los ciudadanos, que respalde estrategias de crecimiento de gestión local y que contribuya a un desarrollo urbano sostenible en toda la UE.

El FEDER, FSE+ y FTJ contribuirán a reforzar la cohesión económica, social y territorial de la Unión europea persiguiendo dos objetivos:

- La inversión en crecimiento y empleo, orientada a fortalecer el mercado laboral y las economías regionales a través de FEDER, FSE+ y Fondo de Transición Justa (FTJ);
- La cooperación territorial europea, orientada a reforzar la cooperación transfronteriza, transnacional e interregional dentro de la Unión a través de FEDER (Interreg)

El artículo 2 (5) del RDC 2021/1060, de 24 de junio de 2021, define las operaciones de importancia estratégica como “una operación que aporta una contribución significativa a la hora de conseguir los objetivos de un programa y que está sujeta a medidas de seguimiento y comunicación particulares”.

Las operaciones de Interés Estratégico son las siguientes:

- **INNOVACIÓN ABIERTA, COLABORATIVA Y SOSTENIBLE (INACOS).**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0041/2022	Pliego PT	Contratación electrónica		2022/0843162
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Secretaría General Técnica			
2				

Con un presupuesto previsto de 1.000.000 de euros, combina diversas actuaciones que subvencionan proyectos preferentemente colaborativos, con participación de empresas, y/o centros de conocimiento (Centros Tecnológicos, Universidades, Centros de Investigación), para el desarrollo de proyectos de I+D+i relacionados y vinculados a las acciones estratégicas regionales formuladas por el Gobierno de La Rioja, y diversos retos vinculados los sectores estratégicos de la S3 de La Rioja. Gestiona ADER

- **Proyectos de I+D+i en salud de digitalización e investigación.**  
Con un presupuesto previsto de 7.450.000 de euros combina diversas actuaciones que subvencionan proyectos preferentemente colaborativos. Gestiona FRS
- **Proyecto ATENEA (Acción para la Transición Energética en Edificios Administrativos).**  
Con un presupuesto previsto de 5.500.000 de euros, persigue la ejecución de actuaciones integrales sobre un conjunto de edificios públicos situados en La Rioja con el propósito de mejorar la eficiencia energética general y fomentar el empleo de energías renovables en los referidos edificios. Gestiona DG patrimonio, DGFyOB
- **NUEVAS INSTALACIONES DE TRATAMIENTO DE RESIDUOS MUNICIPALES (NITREMU)**  
Con un presupuesto previsto 5.000.000 de euros, persigue la construcción y puesta en marcha de dos nuevas instalaciones de tratamiento de residuos que incrementarán las capacidades de preparación para el reciclado de los residuos municipales.  
Gestiona Consorcio de aguas.
- **ESCUELA DE PASTORES DE BRIEVA DE CAMEROS**  
Con un presupuesto previsto de 2.020.465,70€, busca potenciar la formación y la experiencia laboral de jóvenes desempleados en una actividad que necesita de mano de obra cualificada en una zona geográfica afectada por la despoblación. Gestiona DG de Empleo

### 3.2. Objetivos de comunicación

El principal objetivo de la campaña es:

- Informar a la ciudadanía de la aprobación del Programa Operativo de La Rioja 2021-2027, y de la apuesta de la UE y del Gobierno de La Rioja por la cohesión territorial.

Pero también se quieren conseguir los siguientes objetivos de comunicación secundarios:

- Divulgar los proyectos que van a ser Operación de Interés Estratégico:
  - Innovación abierta, colaborativa y sostenible (INACOS).
  - Proyecto ATENEA (Acción para la Transición Energética en Edificios Administrativos).
  - Nuevas instalaciones de tratamiento de residuos municipales (NITREMU).
  - Proyectos de I+D+i en salud de digitalización e investigación.
  - Escuela de Pastores de Brieva de Cameros.

### 3.3. Públicos objetivos

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAeS. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 9
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0041/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0843162
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretaria General Técnica			
2			

Se establece como público primario para la campaña de comunicación a 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 315.896 personas, de las que, 155.538 son hombres y 160.357 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.

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
<b>Prensa escrita regional</b>		<b>OJD u PGD</b>	<b>Especificaciones sobre formato</b>	<b>42% de la inversión publicitaria prevista</b>
	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 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
12-7-9.02-0041/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0843162		
1 Secretaria General Técnica					
2					

**b) Medios radiofónicos**

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Radio de corte generalista de alcance autonómico</b>		EGM 2º acum. para La Rioja L-V		<b>23%</b> 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.

**c) Medios digitales**

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Diarios digitales regionales de información general</b>		OJD Interactiva*		<b>20%</b> de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La	OJD Interactiva		48% - 51% del porcentaje del sector.

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 5 / 9</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0041/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0843162
<b>Cargo</b>		<b>Firmante / Observaciones</b>	<b>Fecha/hora</b>
1 Secretaria General Técnica			
2			

	Rioja.			
	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.

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

**d) Publicaciones en RRSS en medios digitales**

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Publicaciones en RRSS de los medios digitales regionales de información general y temática</b>		<b>Tasa de alcance por publicación</b>		<b>3%</b> 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	52% - 55% del porcentaje del sector.

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 6 / 9</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0041/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0843162
<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 segundo mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, Twitter e Instagram		post	42% - 45% del porcentaje del sector.
--	--	--	------	--------------------------------------

**e) Publicidad Exterior**

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			12% 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	87% - 90% sobre el porcentaje del sector
	<b>Pantallas Digitales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratación mínimo de 1 Scroller Digital durante 15 días.</li> </ul>	Unidades	7% - 10% 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.

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> 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
12-7-9.02-0041/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0843162
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

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.
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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 8 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0041/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica		2022/0843162
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica				
2				



- 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 12 al 24 de diciembre 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. 9 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0041/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0843162	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				