



**INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 22 26 CIENCIA E INNOVACIÓN» DE LA CONSEJERÍA DE DESARROLLO AUTONÓMICO.**

**1. Objeto del contrato**

El presente informe 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 26 Ciencia e innovación”, de la Consejería de Desarrollo Autonomico.

**2. Definición y descripción del contrato**

El objeto del contrato de difusión comporta los siguientes servicios y actividades profesionales requeridos:

- 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**

Con esta campaña de divulgación, el Gobierno de La Rioja se plantea el objetivo de **promover el interés por la ciencia, la investigación, el desarrollo y la innovación entre toda la sociedad riojana con especial incidencia entre los más jóvenes. Hay que tener en cuenta que el Gobierno de La Rioja organiza junto a la Universidad de La Rioja y el Ayuntamiento de Logroño la Semana de la Ciencia y la Innovación de La Rioja. Por lo que resulta de interés y oportuno promover el portal web [www.ciencialarioja.es](http://www.ciencialarioja.es) en el que se centraliza la información sobre las actividades del proyecto conjunto ‘Ciencia La Rioja’. Todas las actividades están dirigidas a la sociedad en general, aunque se hace un énfasis muy especial en niños y jóvenes con el objetivo de crear y reforzar las vocaciones científicas.**

Para el Ejecutivo regional resulta primordial promover la pasión y el interés por la ciencia, incentivar la inquietud, la capacidad crítica, la reflexión y la curiosidad, sembrar ese “gusanillo entre los más pequeños y

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
00848-2022/000112	Informe	Publicidad institucional	2022/0851216
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

jóvenes riojanos, promocionar las actividades participativas y la empatía en familia, divulgar los conocimientos de forma amena e impulsar la confianza en el método científico para que alcance a toda la población.

Como Gobierno debemos impulsar la actividad investigadora en la comunidad autónoma para promocionar y retener el talento altamente especializado. Para eso es fundamental apoyar la transferencia del conocimiento entre centros tecnológicos, universidades y empresas mediante programas de becas o ayudas predoctorales y postdoctorales que faciliten la retención e incorporación del talento en las empresas de la región. Es necesario apoyar, incentivar y crear un clima favorable para **fomentar las vocaciones científicas**. De esa manera lograremos que surjan nuevas ideas y que su materialización y consolidación posicionen a La Rioja como un lugar generador de desarrollo en todos los ámbitos (laboral, económico, digital, científico, productivo, sanitario, entre otros).

La campaña de divulgación busca promover el interés por la ciencia, la investigación, el desarrollo y la innovación con los siguientes ejes claves:

- Dar a conocer las actividades de divulgación científica promovidas por el Gobierno de La Rioja.
- Promover el interés por la ciencia y su método, especialmente entre los más jóvenes.
- Potenciar la creatividad y el talento innovador de la comunidad estudiantil.
- Fomentar las vocaciones científicas de los jóvenes riojanos
- Desarrollar la capacidad de observación y la creatividad
- Contribuir a descubrir vocaciones científicas
- Erradicar mitos
- Facilitar la transferencia de conocimiento desde los centros generadores del mismo a la sociedad en general

### 3.2. Objetivos de comunicación

El principal objetivo de campaña es promover el interés por la ciencia, la investigación, el desarrollo y la innovación entre toda la sociedad riojana con especial incidencia entre los más jóvenes para potenciar la creatividad y el talento innovador de la comunidad estudiantil, así como fomentar las vocaciones científicas de los jóvenes riojanos.

### 3.3. Públicos objetivos

Se establecen 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.

Tenemos como público objetivo secundario a las familias con hijos de cualquier edad, pero principalmente las familias con hijos en primaria y secundaria, ya que son ellos los que en primer lugar pueden inculcarles la curiosidad e inquietud por la ciencia. Corresponden al grupo formado por mujeres y hombres de los 32 a los 65 años. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por 154.096 personas de las que 77.192 son hombres y 76.905 son mujeres.

\* Datos del IER a 1.1.2022

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
00848-2022/000112	Informe	Publicidad institucional	2022/0851216
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

#### 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 informe 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**, determinando los sectores y soportes en los que se realizará 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>30% de la inversión publicitaria prevista</b>
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato	Al menos un formato de portada el 10 de noviembre	44% - 47% del porcentaje del sector.
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	OJD Último dato	Al menos un formato de portada el 10 de noviembre	41% - 44% del porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato	Al menos un formato de portada	6% - 9% del porcentaje del sector.

##### b) Medios radiofónicos

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
00848-2022/000112	Informe	Publicidad institucional		2022/0851216
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional				
2				

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Radio de corte generalista de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b> 2º acum. para La Rioja L-V		<b>18%</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.
<b>Radio temática de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b> 2º acum. para La Rioja L-V		<b>8%</b> 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.

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 4 / 10</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
00848-2022/000112	Informe	Publicidad institucional	2022/0851216
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

	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
<b>Diarios digitales regionales de información general</b>		<b>OJD Interactiva*</b>		<b>20%</b> de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		45% - 48% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		34% - 37% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		9% - 12% 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.
<b>Diarios digitales temáticos regionales</b>		<b>OJD Interactiva*</b>		<b>1%</b> de la inversión publicitaria prevista

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2022/000112	Informe	Publicidad institucional	2022/0851216
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

	Primer medio digital temático regional	OJD Interactiva		97-100% de la inversión publicitaria prevista
--	--	-----------------	--	---

(\*) Audiencia media acumulada últimos seis meses hasta septiembre 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>4% de la inversión publicitaria prevista</b>
	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		post	5% - 8% 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.			Pág. 6 / 10
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>N° Documento</b>
00848-2022/000112	Informe	Publicidad institucional	2022/0851216
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

	seguidores en sus cuentas de Facebook e Instagram.			
--	--	--	--	--

e) **Publicidad exterior**

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			19% sobre la inversión publicitaria prevista
	<b>Autobús metropolitano:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Impresión de vinilos para laterales de autobús.</li> <li>1 autobús.</li> <li>Colocación y retirada de vinilos.</li> </ul>	Unidades	7% - 10% sobre el porcentaje del sector
	<b>Carteles 40x60:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Impresión de un mínimo de 900 carteles a 4 tintas en papel couche brillo 125g.</li> <li>Distribución y colocación de un mínimo de 300 carteles en Logroño y 250 en cabeceras de comarca</li> <li>Entrega de 350 carteles en centros educativos y Centros Tecnológicos de La Rioja</li> </ul>	Unidades	30% - 33% sobre el porcentaje del sector
	<b>Mupis:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Unidades de colocación en un mínimo de 15 mupis de Logroño durante 1 semana.</li> <li>Producción y colocación</li> </ul>	Unidades	54% - 57% sobre el 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.			Pág. 7 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2022/000112	Informe	Publicidad institucional	2022/0851216
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

#### 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. Postevaluación 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 rating point. Este último, en el caso de poder determinarse con las fuentes de medición existentes para los soportes publicitarios seleccionados.

#### 4.4. Criterios de valoración

a) **Diferencia del importe total de la inversión** publicitaria prevista en el contrato y el coste total de la táctica propuesta por la empresa. **Hasta 60 puntos.**

Y se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Puntuación} = 60 \times \left[ 1 - \frac{\text{Inversión Publicitaria Total} - \text{Coste de Táctica propuesta a valorar}}{\text{Inversión publicitaria total}} \right]$$

Se excluirán las propuestas cuyo coste de la táctica publicitaria sea superior al establecido en el apartado 5. Propuesta económica, de este informe.

b) **Un porcentaje por los servicios que prestará la empresa.** Esta cuantía económica no podrá ser superior al 10% del importe económico de la táctica presentada por la empresa. **Hasta 40 puntos.**

Y se aplicará la siguiente fórmula:

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
00848-2022/000112	Informe	Publicidad institucional	2022/0851216
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			



$$\text{Puntuación} = 40 \times \frac{\text{Porcentaje más bajo de las propuestas presentadas}}{\text{Porcentaje propuesto por el licitador a valorar}}$$

Serán excluidas las proposiciones que oferten un porcentaje superior al 10% del importe económico de la táctica publicitaria presentada por la empresa.

**En caso de empate**, resultará seleccionada la empresa que acredite mayor porcentaje de trabajadores con discapacidad en la plantilla de la empresa, superior al que les imponga la normativa. Si continuara persistiendo el empate, se aplicarán los criterios establecidos en el artículo 147.2 de la Ley 9/2017 de 8 de noviembre, de contratos del sector público por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014.

### 5. Oferta económica

El importe total máximo de la propuesta económica no deberá superar los **14.989,26€ (IVA no incluido)**.

A la táctica publicitaria o plan de medios se destinará como máximo un importe de **13.626,60€ (IVA no incluido)** equivalente al 90,91% del importe total máximo de campaña.

Los servicios de agencia no podrán superar el 10% del importe de la táctica publicitaria, que asciende a **1.362,66€ (IVA no incluido)**.

En la propuesta económica se incluirá el importe correspondiente al 21% de IVA como partida independiente.

### 6. Obligaciones de la empresa

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 contratamiento, 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:

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	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2022/000112	Informe	Publicidad institucional	2022/0851216	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2				

- 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 7 al 13 de noviembre de 2022** (ambos inclusive).

### 7. Contacto técnico

La empresa puede dirigirse a la Oficina de la Presidenta para consultar sus dudas, trasladar sus sugerencias y solicitar el material creativo.

#### Persona de contacto

Marta Miguel García  
941291100 (ext. 34064) - 669729236  
mmiguelg@larioja.org

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	
00848-2022/000112	Informe	Publicidad institucional	2022/0851216	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2				