

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL CP 22 47 “PLAN DE TRANSFORMACIÓN” DE LA OFICINA DE LA PRESIDENTA.

1. Objeto del contrato.

En el Plan de Publicidad Institucional 2022, como instrumento de planificación de la Publicidad del Gobierno de la Rioja, están previstas a propuesta de La Oficina de la Presidenta las campañas CP 22 44 El valle de la lengua; CP 22 45 Proyecto Ciudad del envase y el Embalaje; CP 22 46 Proyecto Enoregión; CP 22 47 Territorio Digital de Servicios, relacionadas cada una de ellas con cada uno de los cuatro proyectos estratégicos del mismo nombre incluidos en el Plan de transformación de La Rioja. El Plan de Transformación es la respuesta del Gobierno de La Rioja ante las oportunidades vinculadas al fondo Next Generation EU, articulado por la Unión Europea y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia España Puede, diseñado por el Gobierno de España como hoja de ruta para promover el desarrollo económico y social.

La planificación temporal prevista en el Plan de Publicidad para la ejecución de dichas campañas no sería la más adecuada actualmente, dado que la previsión de las fechas para la difusión de los proyectos, así como las de la disposición de los fondos no están determinadas con exactitud, siendo estas premisas determinantes para la difusión de las campañas. Por ello, teniendo en cuenta que las cuatro campañas tienen objetivos comunes y que se pretende comunicar las oportunidades de financiación vinculadas al desarrollo de los proyectos, dirigidas a la población riojana como público objetivo primario, se considera desde la Oficina de La Presidenta que, por motivos de eficiencia en la utilización de los recursos públicos y de viabilidad en la preparación, tramitación y ejecución del contrato de difusión de las campañas, sería más eficaz unificar las cuatro campañas en una única campaña de publicidad atendiendo a la difusión de los cuatro proyectos que se encuentran incluidos en el Plan de Transformación.

La campaña se denominará CP 22 47 “Plan de Transformación”, el importe estimado de dicha campaña será la suma de los importes de cada una de las campañas y la ejecución de la misma se llevará a cabo entre los meses de noviembre de 2022 a febrero de 2023 en olas de difusión que coincidirán con las fechas en las que se prevea la comunicación de cada proyecto en concordancia con las fechas de disposición de los fondos, por olas semanales.

Así, 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 47” PLAN DE TRANSFORMACIÓN”, de la Oficina de la Presidenta.

2. Definición y descripción del contrato.

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.01-0039/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0821035
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

- a) La **elaboración de una táctica de medios** que incluya la campaña de publicidad institucional anteriormente mencionada, 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 **Plan de Transformación de La Rioja** es la respuesta del Gobierno de La Rioja ante las oportunidades vinculadas al fondo **Next Generation EU**, articulado por la Comisión Europea como reacción al impacto de la pandemia, y el **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia España Puede**, diseñado por el Gobierno de España como hoja de ruta para promover el desarrollo económico y social.

En este contexto, el Plan de Transformación plantea no solo el reto de **acelerar la recuperación** de la comunidad autónoma, sino también de impulsar su transformación y su modernización con el objetivo de construir **La Rioja de la próxima generación**.

Para ello, contempla **cuatro grandes proyectos estratégicos**, que están fundamentados en características diferenciales de la comunidad autónoma, que son intensivos en **digitalización y sostenibilidad** y cuyo despliegue conlleva un impacto global en el desarrollo de la región. Los cuatro proyectos son Enorregión, Valle de la Lengua, Ciudad del Envase y el Embalaje y Territorio Digital de Servicios.

El proyecto **Enorregión** tiene como objetivo impulsar una **transformación verde y digital** que mejore la competitividad del sector vitivinícola y busca recuperar el patrimonio vitivinícola como parte de una oferta enoturística diferencial. En definitiva, el proyecto aspira a consolidar a La Rioja como referente mundial de **industria vitivinícola, turismo enológico y generación de conocimiento en torno al vino**.

El proyecto **Valle de la Lengua** persigue contribuir, desde La Rioja, al **despliegue del potencial del español** como herramienta de desarrollo territorial en un escenario caracterizado por la digitalización y la globalización. Para ello, con los **monasterios de San Millán** de la Cogolla como núcleo, promueve actuaciones en el ámbito del aprendizaje, la cultura, el turismo, la ciencia y las oportunidades de negocio, especialmente en la inteligencia artificial.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.01-0039/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0821035
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

El proyecto **Ciudad del Envase y el Embalaje**, fundamentado en el distrito empresarial del envase y el embalaje existente en la comunidad autónoma, tiene como objeto **liderar la transformación** que el sector debe acometer para alinearse con los objetivos del Pacto Verde Europeo y acelerar la digitalización de la industria como **palanca de competitividad**.

El proyecto **Territorio Digital de Servicios** ha sido diseñado para ofrecer a los riojanos los **mejores servicios** en todos los pilares del estado de bienestar e impulsar la **economía de los cuidados personalizados** gracias a la digitalización, de manera que resulten accesibles a cualquier persona, independientemente de su lugar de residencia y atendiendo a sus necesidades específicas.

Los cuatro proyectos han ido desplegándose y materializándose en distintas actuaciones durante meses, aprovechando diversas fuentes de financiación y con la participación de **Gobierno, administraciones locales, entidades y empresas**. En la actualidad los cuatro proyectos se encuentran ya **en marcha y se están registrando los primeros desarrollos concretos** en sus principales líneas de actuación.

Por ello, esta campaña tiene por objeto **explicar las claves** del Plan de Transformación de La Rioja y sus cuatro grandes proyectos estratégicos y comunicar las líneas de actuación que se encuentran ya **en proceso de desarrollo** y aquellas que van a ponerse en marcha, para que el sector empresarial y la sociedad en general conozcan los objetivos y propuestas de los proyectos, se sumen a su despliegue y aprovechen las posibilidades de financiación o apoyo que se vayan activando, tanto a nivel regional como nacional o europeo.

En este contexto, es importante incidir en que se trata de **grandes proyectos de región**, que son **complejos** e implican a **multitud de agentes** y que responden a una **oportunidad única para Administración, empresas y ciudadanos de La Rioja**. Además, contemplan **cientos de acciones** concretas que conllevan un **proceso de ejecución** que se prolongará hasta el año 2026.

Resulta clave el mensaje de **excepcionalidad** que justifica la campaña, ya que no se trata de un programa al uso, sino que el Plan aspira a impulsar un **proceso de modernización de carácter integral** en La Rioja, lo que implica al conjunto de los ciudadanos y al conjunto de la comunidad autónoma.

Por ello, resulta esencial transmitir de manera muy clara **por qué** se están poniendo en marcha estos cuatro proyectos y en qué consiste cada uno de ellos, así como las líneas de actuación que ya se han activado o que se prevé activar próximamente, así como las oportunidades de financiación o desarrollo de iniciativas que surjan en el marco del Plan. Es una buena ocasión para involucrar a empresas y ciudadanos en un plan cuya materialización tendrá un **impacto extraordinario en el desarrollo económico y social** de la comunidad autónoma y, por tanto, en todos **los riojanos y las riojanas**.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.01-0039/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0821035
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

3.2. Objetivos de comunicación

Esta campaña busca los siguientes objetivos generales:

- Difundir los **objetivos** y las **actuaciones** que se están llevando a cabo en el marco del Plan de Transformación de La Rioja y los cuatro proyectos estratégicos que lo integran.
- Informar sobre las **líneas de actuación** en las que se está trabajando y los avances concretos registrados en cada una de ellas, así como sus consecuencias en el desarrollo de la región y las oportunidades que ofrecen.
- Transmitir que el Plan de Transformación es un plan con una dimensión y un impacto excepcional y que responde a una **oportunidad extraordinaria** en el marco de los fondos Next Generation EU que ciudadanía y empresas también deben aprovechar.
- Trasladar que se trata de **complejos y a largo plazo**, integrados por cientos de acciones y que requieren de un proceso de ejecución que se va a ir desarrollando en los próximos meses y años, y para el cual va a ser imprescindible la implicación de la sociedad y el tejido empresarial.
- Aclarar que son proyectos impulsados desde el Gobierno de La Rioja, pero que **implican a multitud de agentes**, nacionales y autonómicos, y que competen al conjunto de la ciudadanía y son estratégicos para La Rioja.
- Abordar las implicaciones que los proyectos tienen en ámbitos muy cercanos y esenciales para ciudadanos y empresas, como la reindustrialización y la dinamización de la **economía**, la **cohesión social y territorial**, el reto demográfico, la generación de **oportunidades** y la **sostenibilidad**, tanto medioambiental como económica.

Se incluyen a continuación objetivos específicos para cada proyecto:

- Proyecto Enorregión:
 - Comunicar la amplitud y **diversidad del sector del vino** y las posibilidades y fortalezas que tiene la industria de la región para impulsar una transformación digital y sostenible.
 - Mostrar el **liderazgo de La Rioja** en vitivinicultura a través de ejemplos innovadores en ámbitos como digitalización y sostenibilidad, con el fin de darlos a conocer a la ciudadanía y movilizar a las empresas para que impulsen procesos transformadores en estas dimensiones.
 - Incidir en las posibilidades que ofrece el **turismo sostenible y digitalizado** a través de ejemplos y experiencias innovadoras.
 - Promover la **implicación** de los agentes del sector del vino y su cadena de valor, los municipios y la población en general para que contribuyan al despliegue del proyecto.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 4 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.01-0039/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0821035
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

- Divulgar las actuaciones desarrolladas dentro de las distintas líneas de actuación del proyecto (industria, turismo, conocimiento e investigación), con el fin de **extender la transformación** a otros ámbitos y áreas de la región y estimular la iniciativa privada.
- Difundir las **oportunidades de financiación o generación de negocio** que surjan en el marco del proyecto.

• Proyecto Valle de la Lengua:

- Difundir el potencial del español como **motor de desarrollo territorial** en áreas como aprendizaje, turismo, cultura y oportunidades de negocio, con especial incidencia en la inteligencia artificial.
- Explicar la **importancia de los monasterios** de San Millán de la Cogolla en la historia del español y cómo se convierte ahora, mil años después, en el fundamento de un proyecto de futuro.
- Explicar el **impacto del proyecto** en términos de reto demográfico, sostenibilidad y oportunidades de negocio en todo el Valle de la Lengua, desde San Millán hasta Nájera.
- Abordar la **vocación nacional y global** del proyecto y, en este marco, la trascendencia del PERTE Nueva Economía de la Lengua en el despliegue del Valle de la Lengua.
- Dar a conocer las **líneas de actuación en marcha y las previstas** con el fin de movilizar e implicar a los agentes de interés en todos los ámbitos de actuación del proyecto: aprendizaje, cultura, ciencia, turismo, inteligencia artificial...
- Difundir las **oportunidades de financiación o generación de negocio** que surjan en el marco del proyecto.

• Ciudad del Envase y el Embalaje:

- Transmitir a la ciudadanía las características, la relevancia y la madurez del **sector del envase riojano**.
- Mostrar la **diversidad** de subsectores que incluye: madera y corcho, metal, cartón y papel, plásticos, fabricación de etiquetas...
- Dar cuenta de la **dimensión** del sector del envase y el embalaje, cuya **cadena de valor** incluye clientes de sectores estratégicos de La Rioja.
- Profundizar en los **retos** que afronta el sector, en ámbitos como packaging conectado, economía circular y reciclabilidad, nuevos diseños con nuevas funciones (como envases comestibles o multisensoriales), materiales alternativos y plásticos sostenibles, industria 4.0 (robótica, inteligencia artificial, big data) y packaging innovador y envases personalizados...
- Dar a conocer las **actuaciones** que se realicen, especialmente en el proceso de puesta en marcha del **Centro Nacional de Tecnologías del Envase**, para movilizar a empresas, entidades de interés, administraciones u otros agentes que puedan aportar el desarrollo del proyecto.
- Difundir las **oportunidades de financiación o generación de negocio** que surjan en el marco del proyecto.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 5 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.01-0039/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0821035
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

• Territorio Digital de Servicios:

- Difundir el **despliegue de conectividad** a internet de alta velocidad que se está llevando a cabo en La Rioja y las posibilidades que ofrece para proporcionar los mejores servicios al ciudadano y para garantizar la igualdad de oportunidades en el ámbito rural y urbano.
- Detallar las ventajas y las actuaciones que se están desarrollando para implementar en La Rioja un **sistema de movilidad regional inteligente y sostenible**.
- Ejemplificar y dar a conocer los servicios que se pueden prestar a la ciudadanía gracias a la digitalización y las nuevas tecnologías en todos los ámbitos: administración pública, salud, educación, servicios sociales...
- Incidir en la dimensión de **lucha contra la despoblación y reto demográfico** del proyecto Territorio Digital de Servicios.
- Comunicar las **oportunidades de financiación o generación de negocio** que surjan en el marco del proyecto.

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.

** 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 que se desarrollará por olas de difusión, **sin determinar las fechas de publicación** ya que se estará a las directrices indicadas desde el Gobierno de La Rioja atendiendo a las necesidades de comunicación de los proyectos del Plan de Transformación y que se informarán con la debida antelación a la empresa adjudicataria.

Para la elaboración de la táctica de medios correspondiente a toda la campaña de publicidad, 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 para la totalidad de la campaña, como se detalla en los apartados siguientes.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 6 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.01-0039/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0821035
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

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	44% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato	Branded Content y publicidad convencional	44% - 47% del porcentaje del sector.
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	OJD Último dato	Branded Content y publicidad convencional	41% - 44% del porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato	Branded Content y publicidad convencional	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		23% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de		Branded Content y	47% - 50% del

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 7 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.01-0039/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0821035
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	cuñas 20"	porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Branded Content y cuñas 20"	29% - 32% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Branded Content y cuñas 20"	15% - 18% del porcentaje del sector.
Radio temático de alcance autonómico		EGM 2º acum. para La Rioja L-V		9% de inversión publicitaria prevista
	Radio temático de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Branded Content y cuñas 20"	24% - 27% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Branded Content y cuñas 20"	22% - 25% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Branded Content y cuñas 20"	16% - 19% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	EGM	Branded Content y cuñas 20"	12% - 15% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con quinta	EGM	Branded Content y cuñas 20"	11% - 14% del porcentaje del

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 8 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.01-0039/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0821035
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	mayor audiencia			sector.
--	-----------------	--	--	---------

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		OJD Interactiva*		24% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva	Branded content y publicidad convencional	48% - 51% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva	Branded content y publicidad convencional	30% - 33% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva	Branded content y publicidad convencional	10% - 13% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva	Branded content y publicidad convencional	1% - 3% del porcentaje del sector.

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

4.2. Intermediación y compra de formatos o espacios publicitarios.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 9 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaría General Técnica				
2					

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 la información y/o contactos para el branded content, 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 de cada ola, 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 la información y/o contactos o 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 el término de cada ola publicitaria, 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.

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 10 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
12-7-9.01-0039/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0821035		
1 Secretaria General Técnica					
2					

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 irá presentando, en el plazo máximo de 48 horas, la “Táctica de medios” de cada ola, a medida que se vayan abriendo convocatorias. Y 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 una planificación cuatrimestral que recoja la actividad publicitaria: tipo de inserción, soporte y sector publicitario.

6. La campaña se enmarcará entre los meses de **noviembre de 2022 a febrero de 2023**, llevándose a cabo por olas de difusión que se planificarán desde el Gobierno de La Rioja de acuerdo a las necesidades de comunicación de cada proyecto con una duración semanal por cada ola.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 11 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.01-0039/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0821035	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				