

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 23 01 INVERSIONES EMPRESARIALES Y AYUDAS ADER» DE LA CONSEJERÍA DE DESARROLLO AUTONÓMICO.

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 23 01 Inversiones empresariales y ayudas ADER”, de la Consejería de Desarrollo Autonomico.

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 Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja, creada en 1997, es una entidad pública del Gobierno de La Rioja, adscrita a la Consejería de Desarrollo Autonomico, encargada de desarrollar la política de promoción económico-industrial, principalmente en el ámbito de la pequeña y mediana empresa (PYME) de La Rioja.

ADER es una organización con vocación de desarrollar acciones, poner a disposición herramientas y ofrecer servicios que permitan abordar la realidad empresarial e industrial de La Rioja, hacerla crecer y posicionarla al nivel de las más desarrolladas, tanto de España, como Europa o diferentes países del mercado internacional. Su fin es el fomento del desarrollo económico regional, favoreciendo la consolidación y creación de empresas y generando una atmósfera adecuada para la prosperidad de las compañías riojanas.

Para lograr este fin, desde la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja se ofrecen y prestan servicios activos,

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	
12-7-9.02-0053/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/1105454	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaría General Técnica				
2				

concediendo ayudas económicas y apoyando a la financiación de las empresas para:

- Aumentar la dimensión y capacidad del tejido productivo.
- Mejorar la competitividad y productividad de nuestras empresas.
- Extender la innovación y el desarrollo industrial.
- Dinamizar nuevos proyectos.
- Promover la inversión empresarial en nuestra Comunidad.
- Impulsar el emprendimiento.
- Apoyar la globalización de nuestras empresas.
- Generar empleo de calidad.
- Modernizar el comercio-ciudad.

De esta manera, acompañando a las empresas en las diferentes etapas de su desarrollo, desde ADER se pretende consolidar una región más equilibrada, próspera y sostenible.

3.2. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación tendrá como objetivos los siguientes ejes:

- Trasladar a la sociedad riojana que las vacunas salvan vidas y que nos permiten ser más fuertes frente a los virus y vivir con normalidad nuestro día a día.
- Captar la atención de la población menos comprometida con las vacunas para lograr que se vacunen y poder garantizar así la protección de toda la sociedad.

3.3. Públicos objetivos

Se establecen como público objetivo primario para la campaña de comunicación institucional 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. Y como público objetivo secundario al conjunto del sector empresarial, empresas, pymes y autónomos.

*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

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
12-7-9.02-0053/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/1105454
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

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		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022	Especificaciones sobre formato	37% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de prensa escrita diaria con mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom		69% - 72% del porcentaje del sector.
	Diario de prensa escrita diaria con segunda mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom		25% - 28% del porcentaje del sector.

b) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022		22% 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. 3 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0053/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/1105454		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaría General Técnica				
2					

	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	41% - 44% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	34% - 37% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	16% - 19% del porcentaje del sector.
Radio temática de alcance autonómico		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022		9% de inversión publicitaria prevista
	Radio temática de alcance autonómico con mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	21% - 24% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con segunda mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	20% - 23% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	L-V 4 o 5 días	Cuña 20"	13% - 16% 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
12-7-9.02-0053/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/1105454
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	habitual en La Rioja	y sáb y/o dom		
	Radio temática de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	10% - 13% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con quinta mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	9% - 12% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con sexta mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	9% - 12% del porcentaje del sector.

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022		22% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom		43% - 46% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segunda mayor audiencia habitual en La Rioja.	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom		31% - 34% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información	L-V 4 o 5 días		10% - 13% del

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0053/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/1105454
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	general regional con tercera mayor audiencia habitual en La Rioja	y sáb y/o dom		porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarta mayor audiencia habitual en La Rioja.	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom		4% - 7% del porcentaje del sector.

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		2% 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.
	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
--------	---------	----------	------------

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
12-7-9.02-0053/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/1105454
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

Publicidad exterior y medios no convencionales			8% sobre la inversión publicitaria prevista
	Autobús metropolitano: <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de vinilos para laterales de autobús. • 1 autobús • Colocación y retirada de vinilos. 	Unidades	6% - 9% sobre el porcentaje del sector
	Mupis: <ul style="list-style-type: none"> • Unidades de colocación en un mínimo de 17 mupis de Logroño durante 15 días. • Producción y colocación 	Unidades	88% - 91% 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.

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
12-7-9.02-0053/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/1105454
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

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
 - c. El coste total de la propuesta de táctica de medios (expresada sin IVA)

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
12-7-9.02-0053/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica		2022/1105454
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica				
2				

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 23 de enero al 12 de febrero de 2023** (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	
12-7-9.02-0053/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/1105454	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				