



INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 23 18 Transporte público» de la Consejería de Política Local, Infraestructuras y Lucha contra la Despoblación

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 23 18 Transporte público”, de la Consejería de Política Local, Infraestructuras y Lucha contra la Despoblación.

2. Definición y descripción del contrato

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

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.

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 Gobierno de La Rioja, a través de la Consejería de Política Local, Infraestructuras y Lucha Contra la Despoblación, ha realizado una apuesta decidida en pro del transporte público, desarrollando a tal efecto el Sistema de Transporte de viajeros en autobús en la Comunidad Autónoma de La Rioja.

El citado Sistema de Transporte es un instrumento dinámico que ha ido configurándose a lo largo del tiempo, con el objetivo de atender las necesidades de movilidad de los riojanos. Está integrado por los siguientes elementos:

- El Transporte Interurbano: 14 líneas que comunican a más de 150 municipios de toda La Rioja,
- El Transporte Metropolitano: 8 líneas que conectan Logroño con los municipios del área metropolitana, y
- El Transporte Rural: que facilita la comunicación de más de sesenta pueblos y aldeas que agrupan a cerca de 6.000 habitantes con las cabeceras de comarca.

Como principales objetivos del Sistema de transporte público de viajeros en autobús podemos destacar:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 1 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional	2023/0815778
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

1. El **fomento del uso del transporte público de viajeros en autobús** en la Comunidad Autónoma de La Rioja. Para ello, se ha llevado a cabo una política tarifaria basada en una importante reducción del precio del billete para numerosos colectivos: estudiantes, familias numerosas, mayores de 65 años, entre otros, y en la congelación del precio de dichos billetes para el público en general.
2. La **reducción del número de desplazamientos en vehículo privado entre las distintas localidades riojanas**, lo que redundará en una reducción del número de accidentes, de las emisiones contaminantes y en el incremento de la sostenibilidad, compartiendo así plenamente el objetivo principal fijado por la Comisión Europea en el marco de la “Estrategia de movilidad sostenible e inteligente: encauzar el transporte europeo de cara al futuro”
3. La **mejora continua y con visión de futuro**: incorporación de nuevos medios materiales, nuevos sistemas tecnológicos, nuevas infraestructuras...

3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación de la campaña son:

- Trasladar al ciudadano la idea de que **el uso del autobús**, en sus distintas modalidades: interurbano, metropolitano y líneas rurales, **es la mejor opción para lograr unos desplazamientos más eficientes, seguros y sostenibles**.
- Poner de manifiesto las grandes **ventajas** del Sistema de Transporte de viajeros en autobús frente al uso del vehículo particular: **económicas, medioambientales, intentando cambiar la tendencia de uso hacia el transporte público**.
- **Fidelizar a los ciudadanos que ya lo utilizan y aumentar el número de viajeros** que se suman al Sistema de Transporte de Viajeros.

3.3. Públicos objetivos

Se establece como público objetivo de esta campaña institucional, la población riojana en general, ya que se trata de un servicio útil para todas las franjas de edades. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público en 316.806 personas, de las que 155.883 son hombres y 160.924 son mujeres.

* Datos del Instituto de Estadística de La Rioja a 1 julio de 2022

Como público secundario se establece los usuarios del servicio (estudiantes, mayores de 65 años, trabajadores...), ya que se busca su fidelización.

4. Contenido de las prestaciones

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
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional	2023/0815778
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

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

Supone la determinación de los tipos de formatos o espacios publicitarios y número de ellos para la campaña de publicidad institucional.

La táctica de medios incluirá los sectores y soportes en los que se realizará la inversión publicitaria y el porcentaje de la misma para la totalidad de la campaña. Para la elaboración de la táctica de medios, la empresa deberá cumplir los criterios técnicos detallados en la tabla de soportes, formatos e inversión que incluye el presente informe. Estos criterios han sido elaborados según la estrategia publicitaria del Gobierno de La Rioja, atendiendo a los públicos objetivos a los que se pretende llegar con la presente campaña.

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	31% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Siempre en las páginas dedicadas a información regional y local	69-72% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Siempre en las páginas dedicadas a información regional y local	25-28% 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. 3 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional	2023/0815778
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

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
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	41-44% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	34-37% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	16-19% del porcentaje del sector.
Radio temática de alcance autonómico		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022		10% de inversión publicitaria prevista
	Radio temática de alcance autonómico con mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	21-24% 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
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional		2023/0815778
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional				
2				

	Radio temática de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	20-23% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	13-16% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	10-13% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	9-12% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con sexta mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Cuña 20" No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM	9-12% del porcentaje del sector.

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022 y OJD Interactiva*		30% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Como mínimo, el 30% de las inserciones	45-48% del porcentaje del sector.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional	2023/0815778
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

	número de usuarios únicos de La Rioja.		contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	32% - 35% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	8% - 11% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	3% -6% del porcentaje del sector.

*Media entre la audiencia media acumulada en OJD interactiva en los últimos seis meses hasta agosto 2023 y los datos de audiencias frecuentes del Estudio de Audiencias de Medios de Comunicación de La Rioja 2022.

Diarios digitales locales de información general	OJD Interactiva*		1% 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. 6 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional	2023/0815778
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

	Diario digital local de información general con mayor número de usuarios únicos de La Rioja	OJD Interactiva	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	54-57% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con segundo número de usuarios únicos de La Rioja	OJD Interactiva	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	39-43% del porcentaje del sector

*Media entre la audiencia media acumulada en OJD interactiva en los últimos seis meses hasta agosto 2023

d) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			6% sobre la inversión publicitaria prevista
	Autobús metropolitano: <ul style="list-style-type: none"> Impresión de vinilos para laterales de 3 autobús Colocación y retirada de vinilos 	Unidades	100% sobre el porcentaje del sector

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. 7 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional	2023/0815778
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
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 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 cada ola, un informe de post-evaluación de la actividad publicitaria. Este informe contendrá:

- 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.
- 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 8 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional		2023/0815778
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

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:

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

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 **14.950,00 € (IVA no incluido)**.

A la táctica publicitaria o plan de medios se destinará como máximo un importe de **13.590,91€ (IVA no incluido)** equivalente al 90% del importe total máximo de campaña.

Los servicios de agencia no podrán superar el 10% del importe de la táctica publicitaria, que asciende a **1.359,09 € (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 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

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
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional		2023/0815778
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

Administración; pudiéndose requerir por aquélla, justificante del pago realizado en cualquier momento tras la finalización del plazo indicado.

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)
 - 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 tendrá una **duración de 10 días, del 19 al 29 octubre.**

7. Contacto técnico

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

Persona de contacto:

Susana Conde Escorihuela

Directora de Publicidad Institucional

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	
00848-2023/000091	Informe	Publicidad institucional	2023/0815778	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2				