



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 24 25 FOMENTO DE LA ACTIVIDAD ARTESANA» DE LA CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, EMPRESAS Y TRABAJO AUTÓNOMO.

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 24 25 FOMENTO DE LA ACTIVIDAD ARTESANA», de la Consejería de Economía, Innovación, Empresas y Trabajo Autónomo.

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

El objetivo de comunicación de esta campaña es fomentar la actividad de la artesanía en La Rioja y lograr la suma de nuevos artistas que contribuyan a su consolidación y potenciación, tanto como elemento distintivo de nuestra región como sector de desarrollo económico y de fijación de población en zonas rurales.

Asimismo, se busca informar a la sociedad de la existencia de un nutrido número de artesanos en La Rioja y de los productos que elaboran.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0049/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0560614
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

La artesanía hace referencia a un trabajo que se realiza de forma manual por una persona, sin ayuda de una máquina y donde cada pieza o producto es distinta a las demás. De hecho, el sector artesano desarrolla una actividad económica que incorpora valores como la tradición, el saber hacer, la cultura y, además, supone una fuente generadora de empleo y un medio de cohesión social, esencialmente en el mundo rural, constituyendo un recurso turístico y cultural con un gran potencial.

En este sentido, desde el Gobierno de La Rioja se considera necesario adoptar medidas de apoyo a la artesanía para estimular la competitividad de las empresas existentes, así como fomentar la apertura de nuevos talleres. Si queremos consolidar el sector como actividad económica, producto cultural y recurso turístico de La Rioja, resulta imprescindible apoyar al sector y lograr un mayor grado de corresponsabilidad con artesanos y sus asociaciones profesionales.

La Rioja cuenta actualmente con un total de 287 carnets, de los cuales 156 son empresas artesanas y el resto pertenecen a personas físicas o jurídicas, artesanos honorarios y artesanos responsables de la actividad productiva de las empresas artesanas.

Además, el repertorio de artesanos de La Rioja cuenta con 59 oficios diferentes, entre los que destacan por su mayor presencia: pastelero/a, chacinero/a-charcutero/a, alpargatero/a, elaborador/a de conservas vegetales, apicultor/a, elaborador/a de jamón y elaborador/a de conservas cárnicas.

3.2. Objetivos de comunicación

El objetivo de comunicación de esta campaña es fomentar la actividad de la artesanía en La Rioja y lograr la suma de nuevos artistas que contribuyan a su consolidación y potenciación, tanto como elemento distintivo de nuestra región como sector de desarrollo económico y de fijación de población en zonas rurales.

Asimismo, se busca informar a la sociedad de la existencia de un nutrido número de artesanos en La Rioja y de los productos que elaboran.

3.3. Público objetivo

El público objetivo primario es la **población riojana en general**.

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0049/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0560614
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

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, como se detalla en los apartados siguientes. 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. El licitador que resulte adjudicatario del expediente adquiere la obligación de destinar un importe mínimo de inversión en la táctica publicitaria de **18.782,87 €**.

TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN

a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		EGM	Especificaciones sobre formato	30% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	1er acumulado 2024	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	70,5-73,5% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	1er acumulado 2024	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	23,5-26,5% del porcentaje del sector.

b) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM		30% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	1er acumulado 2024 (de L a D)	Cuñía 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	43-46% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	1er acumulado 2024 (de L a D)	Cuñía 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	25-27% 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 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento	
12-7-9.02-0049/2024	Pleigo PT	Contratación electrónica		2024/0560614	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora	
1	Secretario General Técnico				
2					

	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	1er acumulado 2024 (de L a D)	Cuñía 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	25-27% 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 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0049/2024	Pleigo PT	Contratación electrónica		2024/0560614
Cargo	Firmante /Observaciones			Fecha/hora
1 Secretario General Técnico				
2				

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		OJD Interactiva*		30% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Navegadores únicos	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	47,25-50,25% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Navegadores únicos	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	31,25% - 34,25% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Navegadores únicos	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	9% - 13% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Navegadores únicos	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	1,0-2,5% del porcentaje del sector.

*Navegadores únicos promedio en OJD interactiva en los últimos doce meses (jun 23- may 2024)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAeS. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0049/2024	Piiego PT	Contratación electrónica		2024/0560614
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretario General Técnico				
2				

Diarios digitales locales de información general		OJD Interactiva*		3,75% de la inversión publicitaria prevista
	Medio digital local de información general con mayor número de usuarios únicos de La Rioja	Navegadores únicos	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	40,5-43,5% del porcentaje del sector.
	Medio digital local de información general con segundo número de usuarios únicos de La Rioja	Navegadores únicos	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	27-30% del porcentaje del sector
	Medio digital local de información general con tercer número de usuarios únicos de La Rioja	Navegadores únicos	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	23,5-26,5% del porcentaje del sector

* Navegadores únicos promedio en OJD interactiva en los últimos doce meses (junio 23- mayo 2024)

e) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior			6,25% sobre la inversión publicitaria prevista
	<p>Mupis:</p> <ul style="list-style-type: none"> Producción y colocación de un mínimo de 10 mupis durante una semana 	Unidades	70,5-72,5% sobre el porcentaje del sector
	<p>Autobús metropolitano:</p> <ul style="list-style-type: none"> Impresión de vinilos para laterales de 1 autobús. Colocación y retirada de vinilos. 	Unidades	25,5-27,5% sobre el porcentaje del sector

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 6 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento		
12-7-9.02-0049/2024	Piiego PT	Contratación electrónica	2024/0560614		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretario General Técnico				
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 de la campaña publicitaria, 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** tras la finalización de la campaña, 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.
- Indicar el cumplimiento de los compromisos adquiridos con los criterios de adjudicación.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 7 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0049/2024	Piiego PT	Contratación electrónica	2024/0560614
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

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.
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 consecutivos, previsiblemente del 20 de julio al 30 de julio.**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 8 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0049/2024	Pliego PT	Contratación electrónica		2024/0560614
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Secretario General Técnico			
2				