



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 24 31 TENENCIA RESPONSABLE DE ANIMALES DE COMPAÑÍA» DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, MUNDO RURAL Y MEDIO AMBIENTE.

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 31 Tenencia responsable de animales de compañía” de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural y Medio Ambiente.

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 Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural y Medio Ambiente pone en marcha esta campaña que quiere **transmitir los valores de la tenencia responsable de animales de compañía y fomentar la adopción.**

La tenencia de animales de compañía en el hogar es cada vez más frecuente en nuestra sociedad y conlleva responsabilidades que es necesario tener en cuenta antes de tomar la decisión de compartir la vida con un animal. Los animales requieren de cariño, paciencia y tiempo disponible para compartir.

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
12-7-9.02-0084/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0927394
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

El abandono de animales es consecuencia de la irresponsabilidad de sus titulares que los desatienden a su suerte. Esto representa un grave problema de salud pública y seguridad vial.

Por desgracia, cada año son miles los animales abandonados que necesitan ayuda para poder disfrutar de una vida digna en un hogar. Una de las maneras más efectivas de dar una segunda oportunidad a estos animales, es la adopción.

El **Centro de acogida de animales del Gobierno de La Rioja**, ubicado en el municipio riojano de Cañas, es el espacio que se ha preparado para la recogida de los animales abandonados (a excepción de Logroño), contando para ello con el personal, protocolos, medios materiales e instalaciones necesarias donde se les da acogida, ayuda veterinaria y compañía, pero estos animales necesitan de un hogar.

Los animales del Centro de acogida han sido recogidos de la calle, sin recursos, probablemente tras haber vivido experiencias difíciles. Sin embargo, al ser adoptados, el cariño y agradecimiento a su nueva familia es tal que se convertirá en tu amigo más fiel, recuperando la confianza en el ser humano.

3.2. Objetivos de comunicación

El objetivo de comunicación prioritario de esta campaña es **facilitar la información** necesaria **para todo aquel** que **esté pensado en tener un animal de compañía para que lo haga de una forma responsable**, ya que la tenencia de un animal de compañía conlleva responsabilidades que son importantes tener en cuenta antes de tomar la decisión de adoptar.

Asimismo, se busca **fomentar la adopción de un animal de compañía**. En este sentido se plantea hacer hincapié en los beneficios que supone la adopción para el animal, al que se le ofrece un entorno más favorable, pero también para la persona que adopta tanto a nivel físico, como mental e incluso social.

Todo aquel interesado en adoptar un perro puede dirigirse al **Centro de Acogida de animales del Gobierno de La Rioja**, ubicado en **Cañas**. La **adopción es el objetivo final de los animales que están en este centro**, pero las personas que lo deseen también pueden comenzar a interesarse por la tenencia responsable, mediante **paseos** con los perros allí alojados, o con la **acogida temporal**. Estas modalidades les permiten conocer a los animales y familiarizarse con ellos, de forma previa a formalizar un proceso de adopción.

3.3. Público objetivo

Se establecen los siguientes públicos objetivos para la presente campaña de publicidad:

Se establece como **público objetivo primario** las familias riojanas y personas interesadas en tener un animal de compañía.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 2 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0084/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0927394
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Secretario General Técnico		
2			

Como público secundario, la campaña se dirige a la sociedad riojana en general, formada por 324.319 personas, de las que 160.122 son hombres y 164.197 mujeres (Datos provisionales a 1 de abril de 2024 de la Encuesta continua de población del Instituto de Estadística de La Rioja).

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

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 **33.809,17 €**.

TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN

a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		EGM	Especificaciones sobre formato	27% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	2º acumulado 2024	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	65,5-67,5% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	2º acumulado 2024	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	30,5-32,5% 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	2º acumulado 2024 (de La D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	44-47% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	2º acumulado 2024 (de La D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	26-29% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	2º acumulado 2024 (de La D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	21-24% del porcentaje del sector.

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	47,50-50,50% 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	28-31% 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	13% - 16% 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	1,00-2,50% del porcentaje del sector.
--	--	--------------------	--	---------------------------------------

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

Diarios digitales locales de información general		OJD Interactiva*		4% 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	48-51% 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	22,75-24,75% 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	21,25-24,25% del porcentaje del sector

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 5 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0084/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0927394
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

Medios digitales regionales de información temática		OJD Interactiva*		1% de la inversión publicitaria prevista
	Medio digital regional de temática infantil 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	100% del porcentaje del sector.

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

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		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	49,75% - 51,75% 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	45,25% - 48,25% 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. 6 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0084/2024	Pleigo PT	Contratación electrónica	2024/0927394
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

e) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			6% sobre la inversión publicitaria prevista
	Mupis: <ul style="list-style-type: none"> Producción y colocación de 10 mupis durante una semana 	Unidades	38,9-41,9% sobre el porcentaje del sector
	Trípticos y carteles <ul style="list-style-type: none"> Impresión de al menos 5.000 trípticos en tamaño abierto A4, cerrado 21x10. Papel couché de 150 gr. Impresión a 4+4 tintas. Impresión de al menos 200 carteles de 40x60. Papel couché de 150 gr. Impresión 4+0 tintas Entrega de ambos materiales en consejería de Agricultura, centros educativos de La Rioja y ayuntamientos de las cabeceras de comarca. 	Unidades	55,1-58,1% 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 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.

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
12-7-9.02-0084/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0927394
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Secretario General Técnico		
2			

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:

- 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.
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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 8 / 9
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0084/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0927394
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

- 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 14 días, **previsiblemente del 9 al 22 de diciembre**.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 9 / 9
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0084/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0927394
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			