



RF.º: CP/19/018

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «TRANSPORTES DE LA RIOJA», DE LA CONSEJERÍA DE FOMENTO Y POLÍTICA TERRITORIAL

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 “Transportes de La Rioja”, de la Consejería de Fomento y Política Territorial.

2. Definición y descripción del contrato

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

- 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 la empresa en la oferta técnica presentada al presente pliego de prescripciones. Esta contratación comprende también 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 de la táctica publicitaria** propuesta en la oferta presentada al presente pliego de prescripciones técnicas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000337	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0667883
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Gestión A.G.		
2	Consejera		
3			



3. Descripción de la campaña de publicidad

3.1. Presentación

El Gobierno de La Rioja tiene previsto difundir en 2019 una campaña de comunicación con el objetivo de fomentar el uso del transporte público de viajeros.

Actualmente, la red pública de Transportes de La Rioja cuenta con las siguientes líneas:

- **Transporte Interurbano:** Consta de 14 líneas que comunica más de 150 municipios de La Rioja. Sus recorridos parten de Logroño o facilitan la comunicación con las cabeceras de comarca, donde se concentran la mayoría de los servicios públicos (educación, sanidad, servicios sociales...):
 - Logroño- Laguna de Cameros.
 - Logroño-Robres del Castillo.
 - Logroño-La Villa de Ocón.
 - Nájera-Haro.
 - San Millán de Yécora-Haro.
 - Logroño-Rincón de Soto.
 - Logroño-Estollo.
 - Logroño-Nájera.
 - Logroño-Canales de la Sierra.
 - Haro-Belorado.
 - Cornago-Alfaro.
 - Logroño-Miranda de Ebro.
 - Aguilar del Río Alhama-Arnedo.
 - Logroño-Montenegro de Cameros.

- **Transporte Metropolitano:** Consta de seis líneas que comunican de manera directa los municipios del entorno metropolitano con Logroño, con paradas en El Arco, Beneficiencia, Banco España, Universidad y Hospital San Pedro, y facilitan el acceso a la capital por motivos laborales, acudir al médico... Las rutas de las seis líneas son las siguientes:
 - Cenicero-Fuenmayor-Navarrete-Logroño.
 - Entrena-Navarrete-Logroño.
 - Nalda-Albelda de Iregua-Alberite-Villamediana-Logroño.
 - Clavijo-La Unión-Alberite.
 - Islallana-Nalda-Albelda-Alberite

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000337	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0667883	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				



- Ribafrecha-Alberite-Logroño
 - Murillo de Río Leza-Villamediana-Logroño.
 - Arrúbal-Agoncillo-Logroño.
- **Líneas Rurales:** Cinco líneas regulares que conectan más de 50 pequeños municipios con sus cabeceras de comarca. En la actualidad, está a punto de licitarse un nuevo contrato de Líneas Rurales, con el que se pretende incrementar el número de municipios y los días de la semana de este servicio con el fin de que puedan facilitar la comunicación a todos los pequeños pueblos de La Rioja y durante todos los días del año. Se trata, en muchas ocasiones, del único medio de transporte disponible para las personas mayores que residen en estas localidades. Las rutas que recorren estos autobuses son:
 - Zona de Haro: Ezcaray-Ojacastro-Santurde-Santo Domingo-Hervías-Bañares-San Torcuato-Cidamón-Casas Blancas (Cidamón)-Zarratón-Rodezno-Ollauri-Haro-Villalba de Rioja-Cellórigo-Galbárruli-Castilseco (Galbárruli)-Baños de Rioja.
 - Zona de Santo Domingo de la Calzada: Quintanar de Rioja (Villarta-Quintana)-Villarta Quintana-Grañón-Morales (Corporales)-Corporales-Sto Domingo de la Calzada-Manzanares de Rioja-Gallinero de Rioja (Manzanares)-Santurdejo-Santurde-Pazuengos-Cirueña-Ciriñuela (Cirueña)
 - Zona de Nájera: Cordovín-Alesanco-Azofra-Nájera-Bezares-Arenzana de Arriba-Arenzana de Abajo-Camprovín-Villaverde de Rioja-Ledesma de la Cogolla-Pedroso-Brieva de Cameros.
 - Zona de Arnedo: Bergasillas Somera (Bergasillas Bajera)-Bergasillas Bajera-Bergasa-Arnedo-Villarroya-Muro de Aguas.
 - Zona de Cameros: Hornillos de Cameros-Ajamil de Cameros-Rabanera-Gallinero de Cameros-Pinillos-Almarza de Cameros-Muro en Cameros-Logroño.

3.2. Enfoque de comunicación

Esta campaña pretende incrementar la notoriedad y contribuir a aumentar el número de viajeros del sistema de transporte público de la comunidad autónoma, que consta de las líneas de autobús del Interurbano, Metropolitano y Líneas Rurales.

Asimismo, se pretende sensibilizar a la sociedad acerca de los beneficios que aporta el transporte público en términos de comodidad, rapidez, seguridad y sostenibilidad para desplazarse a cualquier municipio del territorio.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000337	Pleigo PT	Publicidad institucional	2018/0667883
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



De esta manera, se pretende reducir el número de desplazamientos en vehículo privado entre las distintas localidades riojanas para evitar al máximo los accidentes en carretera y mejorar, a su vez el medio ambiente ante la reducción de gases contaminantes a la atmósfera.

La campaña debe trasladar, de una forma clara y precisa, esta información de servicio público. Desde el punto de vista gráfico, la imagen que se incorpore debe contar con presencia o actividad humana. Se evitarán composiciones vacías, así como situaciones de posado fotográfico.

3.3. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación para este año cuenta con los siguientes objetivos generales de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- **Aumentar el grado de conocimiento sobre Transportes de La Rioja y la red pública de transporte;** así como **informar de las diferentes líneas** y frecuencias del transporte metropolitano, interurbano y rural.
- **Fomentar el uso del transporte público** y sensibilizar a la sociedad sobre los beneficios del transporte público para desplazarse de forma cómoda, rápida, segura y sostenible, al tiempo que se contribuye a la protección y cuidado del medio ambiente y evitar la siniestralidad vial.

3.4. Públicos objetivos

El público objetivo al que se dirige esta campaña de comunicación es el **conjunto de la sociedad riojana**, puesto que este medio de transporte público es utilizado por todo tipo de viajeros (familias, trabajadores, estudiantes, mayores de 65 años...).

En este caso, delimitaremos este grupo de población como aquel formado por los riojanos **desde los 16 hasta los 75 años**. Según los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja, esta campaña se dirige a un total de 235.271 riojanos.

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:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 4 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000337	Pleigo PT	Publicidad institucional	2018/0667883
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



4.1. La elaboración de una táctica de medios, acorde con el pliego de cláusulas administrativas particulares, que supone la determinación de los tipos de formatos o espacios publicitarios y número de ellos para la campaña de publicidad institucional, de conformidad con los criterios técnicos incluidos en las presentes prescripciones técnicas.

Para la elaboración de su táctica de medios, el licitador deberá cumplir los **criterios técnicos de la estrategia de medios** del Gobierno de La Rioja. De acuerdo con dichos criterios técnicos de la estrategia de medios y atendiendo a los públicos objetivos a los que se pretende llegar con la presente campaña de publicidad institucional se han determinado los sectores y soportes en los que realizar la inversión publicitaria y el porcentaje de la misma.

Tabla de sectores, soportes e inversión

a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		OJD u PJD		44% sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de difusión en la Comunidad Autónoma de La Rioja	OJD Último dato	Color	47-55% sobre el porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en la Comunidad Autónoma de La Rioja	PJD Último dato	Color	22-30% sobre el porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en la Comunidad Autónoma de La Rioja.	PJD Último dato	Color	10-15% 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. 5 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2018/000337	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0667883
1	Gestión A.G.		
2	Consejera		
3			


b) Medios radiofónicos (*)

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM Último estudio acumulado		21% sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	40-43% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	30-34% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	20-23% sobre el porcentaje del sector.
Radio de corte generalista de alcance local		EGM Último estudio acumulado		8% sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	34-37% sobre el porcentaje del sector.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000337	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0667883
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



	Radio independiente de corte generalista de alcance local con segunda mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	33-37% sobre el porcentaje del sector.
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con tercera mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	23-26% sobre el porcentaje del sector.

(* La táctica propuesta en soportes radiofónicos deberá componerse sin segmentación de públicos (teniendo en cuenta el total de oyentes en La Rioja), en circuito en horario de mañana y tarde.

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Porcentaje
Medios digitales		Comscore u OJD Interactiva	15% sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Diario de información general de carácter digital y autonómico con mayor número de usuarios únicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual usuarios o navegadores únicos	50-52% 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. 7 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000337	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0667883
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



	Diario de información general de carácter digital y autonómico con segundo mayor número de usuarios únicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual usuarios o navegadores únicos	18-20% sobre el porcentaje del sector.
	Diario de información general de carácter digital y autonómico con tercer mayor número de usuarios únicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual usuarios o navegadores únicos	14-18% sobre el porcentaje del sector
	Otros medios digitales de información general de carácter digital y local.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual usuarios o navegadores únicos	8-10% sobre el porcentaje del sector

d) **Publicidad exterior**

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			12% sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Autobús metropolitano: <ul style="list-style-type: none"> Impresión de vinilos para laterales de autobús (máximo 4 autobuses) Colocación de vinilos. 	Unidades	25-30% 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. 8 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000337	Pleigo PT	Publicidad institucional	2018/0667883
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



	Mupis (impresión un máximo de 20 de carteles 120x175 cm y colocación en mupis de Logroño).	Unidades	65-70% sobre el porcentaje del sector.
--	---	----------	--

4.2. Intermediación y compra de formatos o espacios publicitarios

La ejecución de la táctica prevista por el licitador 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.

El Gobierno de La Rioja y la empresa adjudicataria coordinarán la ejecución y el desarrollo de la táctica publicitaria. 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 adjudicataria asumirá los costes de las anomalías, defectos o errores 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 adjudicataria presentará al término un informe de postevaluación de la actividad publicitaria. Este informe contendrá:

- a) Las variables relativas al análisis de los resultados del plan de medios: impactos, cobertura, frecuencia y GRP's, siempre que sean 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 9 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000337	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0667883
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



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. El adjudicatario negociará tácticamente condiciones añadidas, en términos cualitativos y cuantitativos, con los soportes publicitarios o adoptará aquellas negociaciones que el departamento haya alcanzado con algún soporte publicitario.
3. El adjudicatario cumplirá fielmente los criterios objetivos marcados para la distribución de la inversión publicitaria por sectores y soportes. Quedarán excluidas aquellas propuestas que no cumplan con estos criterios ni con las horquillas marcadas con los porcentajes señalados.
4. 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 adjudicataria.
5. El adjudicatario deberá remitir los importes totales de cada uno de los soportes contratados para la presente campaña de publicidad.
6. Una vez formalizado el contrato mediante la aceptación por el contratista de la resolución de adjudicación, el adjudicatario remitirá al responsable del contrato, en un plazo máximo de 24 horas desde la formalización y en todo caso antes de ejecutar la campaña, 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. **La campaña debe enmarcarse durante el mes de febrero de 2019** (las inserciones deberán abarcar dos semanas naturales completas).

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
00848-2018/000337	Pleigo PT	Publicidad institucional		2018/0667883
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				