



## **INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 20 043 INTEGRACIÓN AMBIENTAL», DE LA CONSEJERÍA DE SOSTENIBILIDAD Y TRANSICIÓN ECOLÓGICA.**

### **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 “**Integración Ambiental**” de la Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica

### **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 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.
- b) La **postevaluación del plan de medios** propuesto en el presente informe 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 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2020/000035	Informe	Publicidad institucional	2020/0362996
1	Director Comunicación y Portavoz del Gobierno		
2			



### 3. Descripción de la campaña de publicidad

#### 3.1. Presentación

En los años 70 se establece la definición de **desarrollo sostenible** como definición de progreso económico.

En 1992, el concepto de **sostenibilidad** adquiere carácter institucional con motivo de la celebración de la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo.

Se ha avanzado mucho desde entonces en **la integración del medio ambiente en todas las políticas y en el cuidado de nuestro entorno.**

Así, actualmente, el **Pacto Verde Europeo**, parte integrante de la estrategia de la Comisión Europea para aplicar la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, da paso a una nueva estrategia de crecimiento para la UE y pretende su transición hacia una sociedad equitativa y próspera que responda a los desafíos del cambio climático y la degradación del medio ambiente, mejorando la calidad de vida de las generaciones presentes y venideras.

La concienciación y el fomento de la participación y la implicación de ciudadanos, instituciones y empresas en el cuidado del medio ambiente es esencial para conseguirlo.

Además, hay un motivo esencial: la pandemia de coronavirus (COVID-19) que está afectando en la actualidad al mundo entero es un hecho del que existen pocos precedentes.

Cuando un ecosistema está en equilibrio, las enfermedades conviven con sus hospedadores de una manera más o menos 'armoniosa'. Si se destruye o altera, algunas enfermedades saltan de especie infectando a las personas. Si a esto añadimos la globalización, cada vez será más fácil la aparición de pandemias como la que acabamos de vivir.

La salud humana está íntimamente relacionada con la salud de los animales y a su vez con la del medio ambiente. Naciones Unidas avaló el concepto "One Health", con el objeto de promover proyectos y políticas basadas en tres pilares interrelacionados: la salud humana, la salud de los animales y la salud del medio ambiente.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2020/000035	Informe	Publicidad institucional	2020/0362996
1	Director Comunicación y Portavoz del Gobierno		
2			



Esta campaña pretende concienciar, implicar y hacer participar a la sociedad en general en la conservación del medio natural y el respeto al medio ambiente, entendiéndose por ello que la pérdida y degradación de los ecosistemas locales afecta a la salud y al equilibrio de todo el planeta.

### 3.2. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación cuenta con los siguientes objetivos de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Poner en valor los recursos naturales de La Rioja.
- Informar a la sociedad sobre las acciones que realiza el Gobierno de La Rioja en materia de medio ambiente (informar del futuro Programa Marco de Medio Ambiente para así fomentar la participación en su diseño).
- Informar sobre las propuestas de la UE en este nuevo período que comienza y en el que el medio ambiente es protagonista.

### 3.3. Públicos objetivos

Se establecen como público objetivo 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 **315.926 personas**, de las que **155.656 son hombres** y **160.270 son mujeres** a 1 de enero de 2020

## 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 informe se 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2020/000035	Informe	Publicidad institucional	2020/0362996
1	Director Comunicación y Portavoz del Gobierno		
2			



### TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN

#### a) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Radio de corte generalista de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b> Último estudio publicado para La Rioja L-V		24% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	37% - 40% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	32% - 35% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	22% - 25% del porcentaje del sector.
<b>Radio temático de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b> Último estudio publicado para La Rioja L-V		10% de inversión publicitaria prevista
	Radio temático de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	27% - 30% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	14% - 17% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	12% - 15% del porcentaje del sector.

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 4 / 11</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>N° Documento</b>
00848-2020/000035	Informe	Publicidad institucional	2020/0362996
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



	Radio temático de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	12% - 15% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	11% - 14% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con sexta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	6% - 9% del porcentaje del sector.

**b) Medios digitales**

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Diarios digitales regionales de información general</b>		<b>Comscore u OJD Interactiva</b>		35% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		44% - 47% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		26% - 29% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		18% - 21% del porcentaje del sector.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000035	Informe	Publicidad institucional	2020/0362996
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		1% - 3% del porcentaje del sector.
<b>Medios digitales temáticos regionales</b>		<b>Comscore u OJD Interactiva</b>		1% de la inversión publicitaria prevista
	Medio digital temático regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		100% del porcentaje del sector.
<b>Diarios digitales locales de información general</b>		<b>Comscore u OJD Interactiva</b>		7% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital local de información general con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		32% - 35% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		28% - 31% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		20% - 23% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		8% - 11% del porcentaje del sector.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000035	Informe	Publicidad institucional	2020/0362996
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



c) **Publicidad exterior**

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			21% sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	<b>Mupis:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Emplazamiento y colocación en un mínimo de 15 mupis de Logroño y Haro</li></ul>	Unidades	77% - 81% sobre el porcentaje del sector
	<b>Autobús metropolitano:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Impresión de vinilos para laterales de autobús</li><li>2 autobuses</li><li>Colocación de vinilos y retirada.</li></ul>	Unidades	15% - 18% sobre el porcentaje del sector.

d) **Otros**

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad en Redes Sociales			2% sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	<b>Campaña publicitaria en RRSS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Diseño de la campaña publicitaria en Facebook e Instagram y contratación</li></ul>		0% - 100 % sobre el porcentaje del sector.

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 7 / 11</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>N° Documento</b>
00848-2020/000035	Informe	Publicidad institucional	2020/0362996
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



#### 4.2. Intermediación y compra de formatos o espacios publicitarios

La empresa asume 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 al término un informe de postevaluación de la actividad publicitaria. Este informe contendrá las variables relativas al análisis de los resultados del plan de medios: impactos, cobertura, frecuencia, siempre que sean posible 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:

$$\text{Puntuación} = 60 \times \left[ 1 - \frac{\text{Inversión Publicitaria Total} - \text{Coste de Táctica propuesta a valorar}}{\text{Inversión publicitaria total}} \right]$$

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 8 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000035	Informe	Publicidad institucional	2020/0362996
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
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:

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

En caso de empate, resultará adjudicataria la empresa que acredite mayor porcentaje de trabajadores con discapacidad en la plantilla de la empresa, superior al que les imponga la normativa.

#### 4.5. Presentación de propuestas

Las propuestas técnicas y económicas deberán ser remitidas al correo electrónico [publicidad@larioja.org](mailto:publicidad@larioja.org) y [sgt.hac@larioja.org](mailto:sgt.hac@larioja.org) **antes de las 9h del miércoles 8 de julio.**

#### 5. Oferta económica

El importe total máximo de la propuesta económica no deberá superar los **18.000 € (IVA incluido).**

A la táctica publicitaria o plan de medios se destinará como máximo el 90.91% del importe total máximo de campaña, que asciende a 16.363,64 € (IVA incluido)

Los servicios de agencia no podrán superar el 10% del importe de la táctica publicitaria, que asciende a 1.636,36 € (IVA incluido).

#### 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 9 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000035	Informe	Publicidad institucional	2020/0362996
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



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 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. Está 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 20 de julio al 2 de agosto de 2020** (ambos inclusive).

## 6. Contacto técnico

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

### Persona de contacto

Tati Rodríguez-Moroy, Directora de Publicidad

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 10   11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2020/000035	Informe	Publicidad institucional	2020/0362996
1	Director Comunicación y Portavoz del Gobierno		
2			



**Gobierno  
de La Rioja**

Oficina de la Presidenta

Dirección de Comunicación  
Ciudadana y Portavocía del  
Gobierno

**Teléfono de contacto**

941291100 (ext. 33407)

619490685

**Email de contacto**

tatirodriguez@larioja.org

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 11 / 11
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2020/000035	Informe	Publicidad institucional	2020/0362996
1	Director Comunicación y Portavoz del Gobierno		
2			