



INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 21 25 BOLSA DE ALQUILER E HIPOTECA» DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, MUNDO RURAL, TERRITORIO Y POBLACIÓN.

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 21 25 Bolsa de Alquiler e Hipoteca”, de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.

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.
- 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 Gobierno de La Rioja comparte con el Gobierno de España el **compromiso con una política de vivienda más social** que nunca y la consideración del papel esencial que la vivienda debe cobrar en los distintos planes de reactivación y recuperación económica y social.

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
00848-2021/000059	Informe	Publicidad institucional	2021/0520481
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			



El Gobierno regional está firmemente convencido de la contribución que la vivienda y la edificación y, en concreto, **la actividad rehabilitadora y la regeneración urbana**, cumplirán en la recuperación duradera, **la transformación de la economía española en clave verde y digital** y, en la generación de empleo de calidad.

Con los **programas de rehabilitación que se apoyarán con fondos europeos** se contribuye a alcanzar el nivel de actividad de rehabilitación de otros países, en los ya que existen diferentes planes, para impulsar esta actividad, por lo que en conjunto el sector podría generar 400.000 nuevos empleos.

Además, un porcentaje muy elevado de las empresas de rehabilitación de nuestro país son PYMES, lo que dinamizaría el tejido económico de la pequeña y mediana empresa en la región.

La rehabilitación implica actuaciones que se pueden implementar a corto plazo; tienen **capacidad de generar actividad y empleo** –porque la rehabilitación es un sector muy intensivo en mano de obra- y son **acciones que pueden realizar una contribución auténtica a la sostenibilidad ambiental**.

La Comisión Europea aboga por la estrategia ‘oleada de renovación’ que mejore la **eficiencia energética de los edificios**. La Unión Europea aspira a duplicar las tasas de rehabilitación energética en los próximos 10 años con el fin de lograr una mayor eficiencia energética y de los recursos a través de importantes tasas de ahorro energético, reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y mejorar la **calidad de vida de las personas** que viven en los edificios. Con estas actuaciones se quiere también generar la creación de **empleos verdes** adicionales en el sector de la construcción.

En España, el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia invertirá en agenda urbana casi 7.000 millones de euros en programas de rehabilitación energética e integral de viviendas, edificios y barrios en tornos urbanos y rurales, la segunda mayor inversión del Plan.

Los programas de Agenda Urbana y Rural permitirán **dan un impulso de casi 2.000 millones de euros a la rehabilitación energética de edificios con un enfoque integral** y algunas actuaciones de accesibilidad y habitabilidad en general.

España también ha remitido su hoja de ruta con la ‘Estrategia a largo plazo para la rehabilitación energética en el sector de la edificación’, que actualiza los compromisos de informes previos de 2014 y 2017. El sector de la edificación supone, en su conjunto, el 30 por ciento del consumo de energía en España. Sin embargo, solo el 1 por ciento de los edificios se renueva cada año de manera eficiente desde el punto de vista energético, por lo que es fundamental adoptar medidas eficaces para que Europa sea climáticamente neutra de aquí a 2050, como subraya la Comisión Europea y como comparte España y nuestra región.

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
00848-2021/000059	Informe	Publicidad institucional	2021/0520481
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			



3.2. Objetivos de comunicación

La campaña de publicidad cuenta con los siguientes objetivos generales de comunicación:

- **Posicionar la rehabilitación, y dentro de esta la rehabilitación energética especialmente, y la regeneración urbana** como oportunidad para construir un futuro más sostenible, más inclusivo y más cohesionado.

El Gobierno regional quiere posicionar en la sociedad en su conjunto y en los agentes del sector de la construcción a la rehabilitación, la rehabilitación energética especialmente, y la regeneración urbana como una oportunidad para potenciar la eficiencia energética, mejorar la habitabilidad, fomentar la accesibilidad y aumentar la confortabilidad de nuestras viviendas y nuestros barrios, nuestras ciudades y nuestros pueblos, los espacios de convivencia y, en definitiva, mejorar la calidad de vida. La actividad rehabilitadora y la regeneración urbana generan proyectos sostenibles e innovadores para crear espacios públicos de calidad.

- **Incidir en que la rehabilitación y la regeneración urbana son una prioridad porque son un compromiso con la reactivación económica, también con el bienestar.** Un compromiso con la mejora de los espacios en los que vivimos, nos relacionamos y trabajamos en el medio urbano y en el medio rural y a favor de unos territorios más cohesionados. Generan un reequilibrio territorial y una recuperación socioeconómica de los barrios y entornos.
- **Es una oportunidad histórica** de alcanzar los niveles de rehabilitación y regeneración urbana de países de nuestro entorno. Es el momento de abordar la rehabilitación y la regeneración urbana para cumplir con los **objetivos del Pacto Verde de la UE y la transformación en clave verde de la región**. Con la rehabilitación energética, reducimos el consumo final de energía, contribuimos al cumplimiento de los objetivos de energía y clima y, en paralelo, impulsamos la reactivación económica.
- La rehabilitación y la regeneración urbana es un asunto que engloba a todos para generar un acceso democrático a los servicios y equipamientos. Desde el Gobierno regional, estamos alineados con el Gobierno nacional y con la Unión Europea en la apuesta por aumentar la actividad rehabilitadora en los próximos años con recursos, con una **política coordinada entre las administraciones** y con la necesaria **colaboración público-privada** y con un **protagonismo del ciudadano y la sociedad en un proceso participativo**. Y desde un compromiso con las poblaciones más vulnerables, para no dejar a nadie atrás.

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
00848-2021/000059	Informe	Publicidad institucional	2021/0520481
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			



- La actividad rehabilitadora se va ver potenciada también con un **tratamiento fiscal favorable vía deducción en IRPF.**

Objetivo específicos de campaña:

- La campaña se centrará en un **enfoque de divulgación de la oportunidad histórica que ofrecerán los fondos europeos y el Plan de Transformación para la rehabilitación y regeneración urbana** por su capacidad transformadora en los social, económico y medioambiental. Como objetivo secundario de la campaña, la página web de la campaña incluirá una llamada a la acción a una convocatoria que estará abierta hasta el 31 de julio para apoyar la rehabilitación energética.
- El Gobierno de La Rioja ya está apoyando esta apuesta necesaria por la rehabilitación energética. El **programa de ayudas del Gobierno de La Rioja a actuaciones de rehabilitación energética** en edificios completos existentes por un importe total de 2,15 millones de euros para 2021 y 2022, de los que 1,15 millones están adscritos al ejercicio 2021, incentivará sin duda estas intervenciones y contribuirá a alcanzar los objetivos medioambientales establecidos en la normativa europea mediante el ahorro energético, la mejora de la eficiencia energética y el aprovechamiento de las energías renovables.
- **Las ayudas, con un plazo de solicitud hasta el 31 de julio de 2021,** se destinarán a **actuaciones en edificios completos** existentes y ubicados en la Comunidad Autónoma de La Rioja, **construidos con anterioridad a 2007**, para uno de los siguientes usos:
 - edificios de vivienda unifamiliar
 - edificios de tipología residencial colectiva de vivienda
 - edificios de uso administrativo, docente o cultural.

3.3. Públicos objetivos

Se establecen como público objetivo para la campaña de comunicación institucional a la población riojana de entre 20 y 75 años, ambos incluidos. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **223.318 personas.**

* Datos del INE a 1.07.2021

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 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2021/000059	Informe	Publicidad institucional	2021/0520481
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			



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.

TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN

a) **Prensa escrita**

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		OJD u PGD	Especificaciones sobre formato	34% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	OJD Último dato		53% - 56% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato		26% - 29% del porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato		12% - 15% del porcentaje del sector.

b) **Medios radiofónicos**

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM 1º acum. para La Rioja L-D		20% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista		Cuña 20"	48% - 51% del

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 5 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2021/000059	Informe	Publicidad institucional	2021/0520481
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			



	de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM		porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	25% - 28% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	18% - 21% del porcentaje del sector.
Radio temático de alcance autonómico		EGM 1º acum. para La Rioja L-D		10% de inversión publicitaria prevista
	Radio temático de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	23% - 26% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	21% - 24% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	17% - 20% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	15% - 18% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	19% - 12% 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 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2021/000059	Informe	Publicidad institucional	2021/0520481
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			



c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		Comscore u OJD Interactiva*		23% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		47% - 50% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		27% - 30% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		14% - 17% del porcentaje del sector.
	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.

(*) Audiencia media acumulada últimos seis meses hasta abril 2021

d) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			13% sobre 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. 7 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento
00848-2021/000059	Informe	Publicidad institucional	2021/0520481
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			



	<p>Autobús metropolitano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de vinilos para laterales de 1 autobús • Colocación y retirada de vinilos. 	Unidades	11% - 14% sobre el porcentaje del sector.
	<p>Mupis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unidades de colocación en un mínimo de 15 mupis de Logroño y Haro • Producción y colocación 	Unidades	83% - 86% 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 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 8 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2021/000059	Informe	Publicidad institucional	2021/0520481
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			



La empresa presentará, en **el plazo de 15 días naturales** desde término de la campaña, un informe de post-evaluación de la actividad publicitaria. Este informe contendrá:

- A) 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.
- B) Las variables relativas a los análisis de rentabilidad: coste por mil y el coste por ranting 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.

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.

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
00848-2021/000059	Informe	Publicidad institucional	2021/0520481
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			



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 **14.989,26 € (IVA no incluido)**.

A la táctica publicitaria o plan de medios se destinará como máximo un importe de **13.626,60 € (IVA no incluido)** equivalente al 90,91% del importe total máximo de campaña.

Los servicios de agencia no podrán superar el 10% del importe de la táctica publicitaria, que asciende a **1.362,66 € (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 contratamiento, 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.

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
00848-2021/000059	Informe	Publicidad institucional	2021/0520481
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			



5. La empresa presentará, en el plazo máximo de 24 horas desde la adjudicación del contrato, la “Táctica de medios” en la que se señalen:
- Los sectores y soportes publicitarios incluidos.
 - 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
 - El coste total de la propuesta de táctica de medios (expresada sin IVA)
 - 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 30 de junio al 7 de julio de 2021** (ambos inclusive)

7. 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

941291100 (ext. 33407) - 619490685

tatirodriguez@larioja.org

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 11 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2021/000059	Informe	Publicidad institucional	2021/0520481
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			