

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 37 DÍA DEL MUNDO RURAL. 15 DE MAYO» DE LA CONSEJERÍA DE POLÍTICA LOCAL, INFRAESTRUCTURAS Y LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN

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 25 37 DÍA DEL MUNDO RURAL. 15 DE MAYO», de la Consejería de Política Local, Infraestructuras y Lucha contra la Despoblación.

La difusión de la presente campaña se ejecutará previsiblemente del **10 al 18 de mayo**, con más intensidad el día 15 de mayo.

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

La campaña de publicidad del Día del Mundo Rural tiene como objetivo resaltar los aspectos más positivos y enriquecedores del medio rural. Se pretende mostrar los pueblos y localidades rurales como una opción atractiva

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0046/2025	Pliego PT	Contratación electrónica		2025/0291724
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano		27/03/2025 14:00:04
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: NRF5CICXIME29LW	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		27/03/2025 14:00:32

y viable para vivir, destacando sus ventajas tanto para los habitantes actuales como para aquellos que buscan nuevos horizontes.

La campaña se enfocará en las oportunidades laborales, la calidad de vida, el entorno natural y la cercanía de las comunidades rurales, presentándolos como alternativas reales frente al modelo de vida urbano. A través de esta iniciativa, se busca contribuir a la lucha contra la despoblación, promoviendo la idea de que el mundo rural tiene mucho que ofrecer y es una opción válida y deseable para la sociedad riojana en su conjunto.

3.2. Objetivos de comunicación

Los objetivos de la campaña son los siguientes:

- **Destacar los atractivos del medio rural:** resaltar los beneficios de vivir en los pueblos, como la calidad de vida, el entorno natural y la cercanía de las personas.
- **Fomentar la vida en entornos rurales y combatir la despoblación:** animar a las personas a mudarse al mundo rural y contribuir a frenar la despoblación, mostrando que es una opción viable y atractiva.

3.3. Público objetivo

Se establece como público objetivo para la campaña de comunicación a toda 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 325.987 personas*, de las que 165.065 son mujeres y 160.922 son hombres.

*Datos provisionales de la Encuesta Continua de Población a 1 de octubre de 2024.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0046/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0291724	
Cargo		Firmante /Observaciones	Fecha/hora	
1	Secretario General Técnico	Victor Manuel Garrido Cano	27/03/2025 14:00:04	
2	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: NRF5CICXIME29LW	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	27/03/2025 14:00:32

El licitador que resulte adjudicatario del expediente adquiere la obligación de destinar un importe mínimo de inversión en la táctica publicitaria de **22.539,45 €.**

TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN

a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		EGM		29% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	3er acumulado 2024	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	80-82% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	3er acumulado 2024	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	16-18% del porcentaje del sector.

b) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM		31% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	3er acumulado 2024 (de L a D)	Cuña 20''. Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	40,3-43,3% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	3er acumulado 2024 (de L a D)	Cuña 20''. Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	28,8-31,8% 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
12-7-9.02-0046/2025	Pliego PT	Contratación electrónica		2025/0291724
Cargo		Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano		27/03/2025 14:00:04
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV:	NRF5CICXIME29LW	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	27/03/2025 14:00:32

	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	3er acumulado 2024 (de L a D)	Cuña 20''. Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	22,9-24,9% del porcentaje del sector.
--	--	-------------------------------	---	---------------------------------------

c) **Medios digitales**

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
	Diarios digitales regionales de información general	OJD Interactiva*		31% 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	50-52% 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	26,5-28,5% 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	15,5-17,5% 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	1-2% del porcentaje del sector.

*Navegadores únicos promedio en OJD interactiva en los últimos doce meses (marzo 2024-febrero 2025)

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	
12-7-9.02-0046/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0291724	
Cargo	Firmante /Observaciones			Fecha/hora
1 Secretario General Técnico	Victor Manuel Garrido Cano			27/03/2025 14:00:04
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: NRF5CICXIME29LW			Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion

Medios 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	52,9-54,9% 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	21,6-23,6% 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	19,5-21,5% del porcentaje del sector

*Navegadores únicos promedio en OJD interactiva en los últimos doce meses (marzo 2024 -febrero 2025)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0046/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0291724	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico	Victor Manuel Garrido Cano		27/03/2025 14:00:04	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: NRF5CICXIME29LW		Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	27/03/2025 14:00:32

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		1,25% de la inversión publicitaria prevista
	RRSS del Diario digital de información general regional con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, X e Instagram		post	50,6% del porcentaje del sector.
	RRSS del Diario digital de información general regional con segundo mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, X e Instagram		post	49,4% del porcentaje del sector.

e) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			3,75% sobre la inversión publicitaria prevista
	Mupis (área metropolitana): <ul style="list-style-type: none"> Producción y colocación en una cara de 13 marquesinas de autobuses metropolitanos 	Unidades	43-46% sobre el porcentaje del sector
	Autobús metropolitano: <ul style="list-style-type: none"> Impresión de vinilos removibles para laterales de 1 autobús Colocación y retirada de vinilos 		51%-54%

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	Nº Documento	
12-7-9.02-0046/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0291724	Fecha/hora
Cargo		Firmante /Observaciones		
1 Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano	27/03/2025 14:00:04	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: NRF5CICXIME29LW	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	27/03/2025 14:00:32	

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

La empresa presentará, en el plazo de 15 días naturales desde el término de la ejecución de la difusión 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			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0046/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0291724	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico	Víctor Manuel Garrido Cano		27/03/2025 14:00:04	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: NRF5CICXIME29LW	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	27/03/2025 14:00:32	

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 difusión de la campaña tendrá una duración de **nueve días**, y se ejecutará previsiblemente entre el **10 y el 18 de mayo**. Con más intensidad el **día 15 de mayo**.

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	
12-7-9.02-0046/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0291724	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico	Víctor Manuel Garrido Cano		27/03/2025 14:00:04	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV:	NRF5CICXIME29LW	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	27/03/2025 14:00:32