



RF.º: CP/18/064

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «FIESTAS LIBRES DE SEXISMO», DE LA CONSEJERÍA DE POLÍTICAS SOCIALES, FAMILIA, IGUALDAD Y JUSTICIA

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 “Fiestas libres de sexismo”, de la Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

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.
- d) 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 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000207	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0450947
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 pone en marcha una campaña de publicidad contra conductas y agresiones sexistas en las diferentes fiestas patronales. De esta forma, el mensaje “Muchas formas de decirlo, un mensaje claro: NoEsNo” se difundirá en los eventos musicales y festivales estivales, gracias a la colaboración de todos los ayuntamientos riojanos y de los promotores musicales.

En concreto, el mensaje se proyectará en los diferentes eventos musicales, festivales estivales y resto de fiestas patronales. De esta forma, se pretende visibilizar un grave problema social que se debe combatir entre todos porque supone vulnerar derechos fundamentales de las mujeres.

3.2. Enfoque de comunicación

La campaña, que se consensuó en la última reunión de la Comisión Técnica de Coordinación de Violencia entre Jóvenes, es una nueva iniciativa del Ejecutivo riojano para sensibilizar en materia de violencia sexual, con el fin de promover el apoyo a las víctimas y rechazar toda actitud machista.

Además, con esta acción se busca cortar de raíz las conductas que atentan contra la libertad de las mujeres en un contexto como las fiestas de los municipios, donde no todo vale con la excusa de la diversión y el consumo abusivo de alcohol, promoviendo el disfrute en el tiempo de ocio, pero de forma respetuosa.

3.3. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación para este año cuenta con el siguiente objetivo de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Prevenir los comportamientos y las agresiones sexuales en la Comunidad Autónoma de La Rioja.

3.4. Públicos objetivos

Se establecen el siguiente público objetivo para la presente campaña de publicidad:

- **Población entre 22 a 35 años.** Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de población está formado por 45.526 personas en La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000207	Pleigo PT	Publicidad institucional	2018/0450947
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Gestión A.G.		
2	Consejera		
3			



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, 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		25% sobre la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de difusión en la Comunidad Autónoma de La Rioja	OJD	Color	55-65% sobre el porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en la Comunidad Autónoma de La Rioja	OJD	Color	35-45% 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. 3 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
00848-2018/000207	Pliogo PT	Publicidad institucional	2018/0450947		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					


b) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte temático musical de alcance autonómico		EGM Último estudio acumulado		35% sobre la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte temático musical con mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	20-25% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con segunda mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	15-20% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con tercera mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	15-20% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con cuarta mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	10-15% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con quinta mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	10-15% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con sexta mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	5-10% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con séptima mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	5-10% 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. 4 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2018/000207	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0450947	
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				


c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Porcentaje
Medios digitales		Comscore u OJD Interactiva	21% sobre la inversión publicitaria prevista
	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	45-55% sobre el porcentaje del sector.
	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	15-20% 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	10-15% sobre el porcentaje del sector
	Otros medios digitales de información general de carácter digital y local.	Comscore u OJD Interactiva	6-10% sobre el porcentaje del sector

d) Publicidad online

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad online		Coste por clic	10% sobre la inversión publicitaria prevista
	Plataformas de publicidad en internet	Coste por clic	40-45% sobre el porcentaje del sector.
	Redes sociales (Facebook e Instagram)	Coste por clic	55-60% 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 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2018/000207	Pliogo PT	Publicidad institucional	2018/0450947		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					


e) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			9% sobre la inversión publicitaria prevista
	Carteles en espacios exteriores: <ul style="list-style-type: none"> • 40x60 cm. • Impresión de 2.000 uds. como máximo. • Colocación en Logroño. 	Emplazamiento (Logroño y cabeceas de comarca) y unidades	45-55% sobre el porcentaje del sector.
	Autobús urbano de Logroño (compra de espacio, producción y colocación de vinilos. 2 autobuses como máximo).	Unidades	45-55% 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.

Al término de la prestación del servicio, la empresa deberá aportar las correspondientes órdenes de compra, justificantes de la actividad publicitaria y facturas emitidas por los soportes publicitarios.

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.

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		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
00848-2018/000207	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0450947		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					



4.3. Postevaluación de la táctica publicitaria

La empresa adjudicataria presentará al término 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 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.

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 durante el proceso de adjudicación.
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. La empresa adjudicataria tiene que aportar y actualizar permanentemente, durante la vigencia del contrato, las tarifas oficiales de los medios y soportes planificados, y tiene que presentarlas acompañando a la propuesta de descuentos.
4. La empresa adjudicataria está obligada a respetar los criterios de distribución de la inversión publicitaria previstos en el presente pliego.
5. 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.
6. 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 7 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000207	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0450947
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Gestión A.G.		
2	Consejera		
3			



7. El adjudicatario justificará ante la Consejería el pago a los medios de comunicación pudiéndose imponer penalidades si no se paga en los plazos.
8. El adjudicatario deberá remitir los importes totales de cada uno de los soportes contratados para la presente campaña de publicidad.
9. Antes de ejecutar la campaña, la empresa adjudicataria 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. Esta información deberá acompañarse de un calendario diario que recoja la actividad publicitaria: tipo de inserción, soporte y sector publicitario. **La campaña debe enmarcarse entre el 15 y el 22 de septiembre de 2018.**

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	
00848-2018/000207	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0450947	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				