



RF.º: CP/19/042

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA EXTRAORDINARIA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «VACUNACIÓN DE LA GRIPE», DE LA CONSEJERÍA DE SALUD

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 “**Vacunación de la gripe**”, de la Consejería de Salud.

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.

3. Descripción de la campaña de publicidad

3.1. Presentación

La gripe es una enfermedad infecciosa aguda de las vías respiratorias causada por un virus. Entre sus características más importantes está su elevada capacidad de transmisión de una persona a otra. Se presenta generalmente en invierno y de una forma epidémica, es decir, que cada año nos

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 1 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000330	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0679229
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



enfrentamos a una temporada en la que puede producirse una gran actividad y circulación del virus de la gripe (predominantemente en los meses de noviembre a marzo).

Hay que vacunarse cada año de la gripe. Los anticuerpos producidos en respuesta a la vacunación antigripal van disminuyendo con el tiempo y pueden no ser suficientes para garantizar la adecuada protección al año siguiente de la vacunación. Además, el proceso evolutivo normal del virus de la gripe incluye una serie de variaciones antigénicas menores que suponen una diferencia en un pequeño número de aminoácidos en las proteínas hemaglutinina y neuraminidasa. La consecuencia de estas pequeñas variaciones es que la vacuna antigripal debe ser modificada anualmente adaptándola a las cepas que se estima circularán en cada temporada.

La fecha de comienzo de la campaña de vacunación viene determinada por la época en que habitualmente comienza a circular el virus, es decir en los meses de octubre-noviembre en el hemisferio norte y en el hemisferio sur en marzo-abril. La campaña de vacunación se iniciará a finales del mes de octubre y se mantendrá hasta el mes de diciembre.

3.2. Enfoque de comunicación

Mediante esta campaña publicitaria no solo se pretende reducir impacto de la gripe en la región a través de la vacunación de la población de mayor riesgo de contagio, sino también de los profesionales del sector sanitario, que se encuentran en contacto con este grupo de personas.

Para llevarla a cabo, se buscará un tono evocador para concienciar a la población sobre la importancia de vacunarse contra la gripe.

3.3. Objetivos de comunicación

Los objetivos van dirigidos fundamentalmente a proteger a las personas que tienen un mayor riesgo de presentar complicaciones en caso de padecer la gripe, a las que pueden transmitir la enfermedad a otras que tienen un alto riesgo de complicaciones; y a aquellas que, por su ocupación, proporcionan servicios esenciales en la comunidad.

Objetivos generales de comunicación:

- Reducir el impacto de la gripe en la región a través de la vacunación de la población con un mayor riesgo de contagio.
- Reducir la mortalidad y morbilidad asociada a la gripe en nuestra comunidad autónoma.

3.4. Públicos objetivos

Se establecen los siguientes públicos objetivos 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. 2 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000330	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0679229
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



- **Público objetivo primario:**

- 1- **Personas de edad igual o superior a 60 años de edad.** En este rango de edad figuran 85.961 personas en nuestra comunidad autónoma, según los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja.

- **Públicos objetivos secundarios:**

1. **Personas menores de 60 años que presentan un alto riesgo de complicaciones derivadas de la gripe** (personas con enfermedades crónicas cardiovasculares o pulmonares, mujeres embarazadas, etc.).
2. **Personas que pueden transmitir la gripe a aquellas que tienen un alto riesgo de presentar complicaciones** (trabajadores de los centros, servicios y establecimientos sanitarios; personas que por su ocupación trabajan en instituciones geriátricas o en centros de atención de enfermos crónicos; personas que proporcionen cuidados domiciliarios a pacientes de alto riesgo o mayores; etc.)
3. **Otros grupos en los que se recomienda la vacunación** (personas que trabajan en servicios públicos esenciales, como la Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado; docentes; personas que trabajan en los servicios de emergencias sanitarias; etc.).

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, la empresa 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2019/000330	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0679229
1	Director Comunicación y Portavoz del Gobierno		
2			



Tabla de sectores, soportes e inversión

a) Prensa escrita.

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		OJD		96% sobre la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de difusión en la Comunidad Autónoma de La Rioja	OJD	Color	55-60% sobre el porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en la Comunidad Autónoma de La Rioja	OJD	Color	25-30% sobre el porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en la Comunidad Autónoma de La Rioja	OJD	Color	15-20% sobre el porcentaje del sector.

b) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			4% sobre la inversión publicitaria prevista
	Autobús metropolitano: Impresión de vinilos para laterales de 2 autobuses. Colocación de vinilos.	Unidades	95-100% 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 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000330	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0679229
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



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 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 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 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 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.

4.4. Presentación de propuestas

Las propuestas técnicas y económicas deberán ser remitidas al correo electrónico publicidad@larioja.org antes de las 11 horas del viernes 8 de noviembre.

4.5. Criterios de valoración

El menor de los precios ofertados teniendo en cuenta que la inversión mínima en medios debe ser de 16.324,11€ (IVA incluido).

En caso de empate, se tendrá en cuenta por orden los siguientes puntos:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 5 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000330	Pleigo PT	Publicidad institucional	2019/0679229
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



- Menor tiempo de pago a los medios, una vez abonada la factura por parte del Gobierno.
- Mayor número de días de campaña.

5. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **18.137,90 € (IVA incluido)**.

5.1. 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, 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 está obligada a respetar los criterios de distribución de la inversión publicitaria previstos en el presente pliego.
4. La empresa 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.
5. 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.
6. La empresa facilitará una previsión de pagos y posterior justificación del pago a los medios de comunicación pudiéndose imponer penalidades si no se paga en los plazos.
7. La empresa deberá remitir los importes totales de cada uno de los soportes contratados para la presente campaña de publicidad.
8. Antes de ejecutar la campaña, la empresa presentará la **“Táctica de medios”** en la que se señalen:
 - a. Los sectores y soportes publicitarios incluidos.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 6 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000330	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0679229
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



- 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 del 12 al 17 de noviembre de 2019 (ambos inclusive) para prensa diaria y hasta el 22 de noviembre (incluido) para prensa semanal y publicidad exterior.**

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 Institucional

Teléfono de contacto

941291100 ext. 33407

619490685

Email de contacto

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. 7 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2019/000330	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0679229
1	Director Comunicación y Portavoz del Gobierno		
2			