



**Gobierno
de La Rioja**

Hacienda y
Administración Pública

Secretaría General Técnica

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 21 014 LA MUJER TRABAJADORA Y EL 14 DE ABRIL», CONSEJERÍA DE IGUALDAD, PARTICIPACIÓN Y AGENDA 2030.

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 compra de espacios y post-evaluación de la campaña de publicidad institucional CP 21 014 “La Mujer trabajadora y el 14 de abril” de la Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030.

2. Definición y descripción del contrato.

El objeto del contrato de difusión publicitaria comporta los siguientes servicios y actividades profesionales requeridas:

- 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 post-evaluación del plan de medios propuesto en el presente pliego de prescripciones técnicas.

3. Descripción de la campaña de publicidad.

La Segunda República es una etapa de la historia de España la cual inicia el 14 de abril de 1931, fecha de la proclamación de la República y culmina el 1 de abril de 1939.

Este período de tiempo supuso la primera experiencia democrática de España, así como la llegada de la República supuso para todas las mujeres, importantes consecuencias.

Desde el final de la Primera Guerra Mundial nace el fenómeno de la mujer moderna. En España, las modernas son mujeres cultas, feministas o con nociones sobre la emancipación de la mujer. Durante los años 20 se crean

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0014/2021	Pliego PT	Contratación electrónica		2021/0137871
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica	Glikeya Pino Tarragona		26/02/2021 15:36:45	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: TEWJPPCGTIOMUZ3 Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion				26/02/2021 15:37:14



instituciones que promueven el conocimiento femenino y el debate.

Con el cambio político de 1931, se planteó la transformación democrática, lo que suponía, en el gobierno republicano-socialista, la promulgación de leyes efectivas ante la igualdad de derechos entre hombres y mujeres.

La primera norma legal que consagró dicho principio fue la constitución donde aparecían diversos artículos que expresaban: La oposición del sexo como un fundamento de privilegio jurídico (art. 25); El derecho de admisión de todos los ciudadanos en empleos y cargos públicos (art. 40); Obligación de estado como regulador del trabajo de los mueres y su protección de la maternidad (art. 46); Igualdad de derechos de ambos sexos en el matrimonio (art. 43). Gracias a este último artículo (art. 43), se elaboró una ley de divorcio de carácter progresista; aprobada en 1932.

El nuevo marco legal republicano, supuso grandes cambios en la vida de las mujeres, y gracias a las mujeres que lucharon por dichos derechos. Fue el marco histórico en donde se vio cómo sus derechos respecto a los hombres avanzaban, donde se generó un cambio de valores y se impulsó y logró la presencia de la mujer estuviera en la vida pública, política, así como que pudiera acceder a trabajos cualificados, lograr el acceso a la educación de forma igualitaria, todo ello con el colofón de lograr por primera vez en la historia, de la mano de Clara Campoamor, el voto de la mujer en 1933.

3.2. Objetivos de comunicación

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

- Poner en valor el papel de las mujeres durante la Segunda República Española, una época de gran apogeo del feminismo.
- Dar a visibilidad la labor de las mujeres a través de algunas de las mujeres relevantes durante dicho período en diferentes ámbitos: políticas, sindicalistas, escritoras, intelectuales, etc.
- Despertar el interés sobre la labor de la mujer en el ámbito de la memoria democrática, fomentar el conocimiento sobre la mujer en la historia.
- Concienciar sobre la labor esencial de estas mujeres en sus ámbitos (la conquista de derechos, la escritura, etc.)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES , Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 2 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento			Nº Documento
12-7-9.02-0014/2021	Pliego PT	Contratación electrónica			2021/0137871
Cargo		Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica		Glikeya Pino Tarragona			26/02/2021 15:36:45
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: TEWJPPCGTIOMUZ3 Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion					26/02/2021 15:37:14



3.3. Públicos objetivos

Se establecen como público objetivo para la campaña de comunicación institucional a la sociedad riojana en general. 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.

Al definirse un grupo primario con tanta amplitud, se concluye en la necesidad de desagregarlo por segmentos más concretos de edad:

- **Público primario:** Riojanos y riojanas en edad activa, que comprende **entre los 16 hasta los 65 años**. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de población está formado por 203.736 personas, de las que 102.415 son hombres y 101.317 son mujeres.
- **Público secundario:** Resto de la ciudadanía de la comunidad autónoma.

* Datos del INE a 1.1.2020

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 pliego 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, determinando 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	31% de 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. 3 / 9	
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento			
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora				
12-7-9.02-0014/2021	Pliego PT	Contratación electrónica		2021/0137871			
1 Secretaria General Técnica	Glikeya Pino Tarragona		26/02/2021 15:36:45				
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: TEWJPPCGTIOMUZ3 Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion				26/02/2021 15:37:14			



	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	OJD Último dato		56% - 59% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato		22% - 25% del porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato		13% - 16% del porcentaje del sector.

b) medios radiofónicos.

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM 3^a acumulado para La Rioja L-D		24% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	46% - 49% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	24% - 27% 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. 4 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0014/2021	Pliego PT	Contratación electrónica		2021/0137871
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica		Glikeya Pino Tarragona		26/02/2021 15:36:45
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: TEWJPPCGTIOMUZ3		Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion		26/02/2021 15:37:14



	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	21% - 24% del porcentaje del sector.
Radio temático de alcance autonómico		EGM		8% de inversión publicitaria prevista
	Radio temático de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	25% - 28% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	22% - 25% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	16% - 19% del porcentaje del sector.
	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"	10% - 13% del porcentaje del sector.

d) Medios digitales.

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
--------	---------	--------------------	--------------------------------	------------

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 5 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0014/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0137871
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica	Glikeya Pino Tarragona		26/02/2021 15:36:45
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: TEWJPPCGTIOMUZ3 Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion			26/02/2021 15:37:14



Diarios digitales regionales de información general		Comscore u OJD Interactiva*		26% 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		28% - 31% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		17% - 20% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		0% - 2% del porcentaje del sector.

(*) Audiencia media hasta diciembre 2020

e) Publicidad Exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			11% 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. 6 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0014/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0137871
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica	Glikeya Pino Tarragona		26/02/2021 15:36:45
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: TEWJPPCGTIOMUZ3 Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion			26/02/2021 15:37:14



	Mupis: <ul style="list-style-type: none"> • Unidades de colocación en un mínimo de 20 mupis de Logroño • Producción y colocación 	Unidades	68% - 71% sobre el porcentaje del sector
	Scroller Digital: Contratación de 2 Scroller Digital durante una semana.	Unidades	8% - 11% sobre el porcentaje del sector.
	Autobús metropolitano: <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de vinilos para laterales de autobús • 2 autobuses • Colocación y retirada de vinilos. 	Unidades	15% - 18% sobre el porcentaje del sector.

4.2. Intermediación y compra de formatos o espacios publicitarios.

La empresa adjudicataria 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 adjudicataria 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES , Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 7 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0014/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0137871		
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica		Glikeya Pino Tarragona	26/02/2021 15:36:45		
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: TEWJPPCGTIOMUZ3		Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion	26/02/2021 15:37:14		



sonoras para la correcta ejecución y desarrollo de la actividad publicitaria.

La empresa adjudicataria 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. Post-evaluación de la táctica publicitaria.

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

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.
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, antes de ejecutar la campaña en un 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).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 8 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0014/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0137871		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica	Glikeya Pino Tarragona		26/02/2021 15:36:45		
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: TEWJPPCGTIOMUZ3			Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion		26/02/2021 15:37:14



**Gobierno
de La Rioja**

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 5 al 14 de abril de 2021** (ambos inclusive).

6. Abono al contratista del precio del contrato.

El precio del contrato se abonará en un pago único, una vez se haya presentado el informe de post-evaluación de la campaña publicitaria y previa conformidad de la factura por el responsable del contrato.

Sólo se abonará el importe correspondiente a aquellas prestaciones de las que se acredite su efectiva realización.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES , Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 9 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0014/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0137871	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica	Glikeya Pino Tarragona		26/02/2021 15:36:45	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: TEWJPCGTIOMUZ3			Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion	26/02/2021 15:37:14