

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 21 036 VACUNACIÓN COVID», CONSEJERÍA DE SALUD Y PORTAVOCÍA DEL GOBIERNO.**

**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 21 036 Vacunación COVID” de la Consejería de Salud y Portavocía del Gobierno.

**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 campaña de vacunación frente al COVID-19 resulta fundamental en el contexto actual dado que la vacunación **es una herramienta clave para acabar con esta pandemia.**

Las vacunas frente a COVID-19 autorizadas por la Unión Europea **son seguras y han demostrado que tienen un impacto positivo en la evolución de la enfermedad** ya que:

- Protegen frente a la enfermedad: Todas las vacunas autorizadas en la Unión europea tienen una efectividad frente a hospitalización superior al 80% habiendo demostrado disminuir de forma importante el porcentaje de personas que necesitan ser hospitalizadas tras contraer la enfermedad (datos de estudios realizados en la vida real).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0028/2021	Pliego PT	Contratación electrónica		2021/0472054
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Secretaria General Técnica			
2				



**Gobierno  
de La Rioja**

- La vacunación frente a COVID-19 no sólo protege a la persona vacunada sino que posiblemente también evita que la persona vacunada infecte a otras personas (se están realizando estudios en este momento para conocer mejor su impacto en la transmisión).

Se hace, por tanto, imprescindible subrayar la necesidad de la vacunación como **una acción colectiva y solidaria** para proteger frente al coronavirus y superar la pandemia, además de promover el uso de vacunas frente a otras enfermedades para proteger a las personas de todas las edades.

Más información:

[https://www.mscbs.gob.es/profesionales/saludPublica/prevPromocion/vacunaciones/covid19/Actualizacion\\_EstrategiaVacunacion\\_PreguntasYRespuestas.htm](https://www.mscbs.gob.es/profesionales/saludPublica/prevPromocion/vacunaciones/covid19/Actualizacion_EstrategiaVacunacion_PreguntasYRespuestas.htm)

Información sobre seguridad de las vacunas tras la autorización en:

<https://www.aemps.gob.es/medicamentos-de-uso-humano/farmacovigilancia-de-medicamentos-de-uso-humano/informacion-de-sospechas-de-reacciones-adversas-a-medicamentos-de-uso-humano/informacion/>

### 3.2. Objetivos de comunicación

La campaña de publicidad cuenta con los siguientes objetivos generales de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- El principal objetivo es incentivar a la población a vacunarse:
  - incidiendo en la seguridad de la vacuna
  - las garantías para su distribución
  - la explicación del proceso vacunal (fases, grupos diana...)
- Convencer a los riojanos que tengan dudas o cierta apatía para que acudan a recibir su dosis correspondiente para protegerse a sí mismos frente al virus.
- Conseguir que el 70% de la población se vacune para alcanzar la inmunidad de grupo.

Lo que persigue la campaña es que los ciudadanos reciban el llamamiento para vacunarse como un imperativo, por necesidad de protección propia y como un gesto de responsabilidad colectiva. Como una manera de

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 2 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0028/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0472054		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaria General Técnica				
2					



vencer la batalla frente a esta pandemia.

Esta campaña deberá estar alineada con las que ponga en marcha el Ministerio de Sanidad.

Asimismo, esta campaña deberá convivir con los mensajes de prevención sanitaria, para los que habrá otra campaña publicitaria.

### 3.3. Públicos objetivos

Se establecen como público objetivo para la campaña de comunicación institucional a 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 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 definir segmentos más concretos de edad:

- **Público objetivo primario:** Población riojana de entre 16 y 50 años. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **137.135** personas, de las que 69.272 son hombres y 67.863 son mujeres.

\* 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0028/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0472054	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				



**Gobierno  
de La Rioja**

**TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN.**

**a) Prensa escrita.**

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Prensa escrita regional</b>		OJD u PGD	<b>Especificaciones sobre formato</b>	<b>35%</b> 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
<b>Radio de corte generalista de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b> 1º acum. para La Rioja L-D		<b>19%</b> de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	48% - 51% 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 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0028/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0472054		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					



	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.
<b>Radio temático de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b> <b>1º acum. para La Rioja L-D</b>		<b>10%</b> 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.

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 5 / 10</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0028/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0472054
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretaria General Técnica			
2			



## Gobierno de La Rioja

### c) Medios digitales.

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Diarios digitales regionales de información general</b>		<b>Comscore u OJD Interactiva*</b>		<b>20%</b> 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.
<b>Diarios digitales temáticos regionales</b>		<b>OJD Interactiva</b>		<b>1%</b> de la inversión publicitaria prevista
	Primer medio digital temático familiar regional	OJD Interactiva		90-100% de la inversión publicitaria prevista
<b>Diarios digitales locales de información general</b>		<b>OJD Interactiva</b>		<b>3%</b> 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. 6 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
12-7-9.02-0028/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0472054		
1 Secretaria General Técnica					
2					



	Diario digital local de información general con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		36 - 38% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital local de información general con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		25 - 28% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital local de información general con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		17 - 20% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital local de información general con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		11 - 14% de la inversión publicitaria prevista

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

#### d) Publicidad Exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			12% sobre la inversión publicitaria prevista
	<b>Carteles 50 x 70:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Impresión de un mínimo de 280 carteles a 4 tintas en papel couche brillo 125g.</li> <li>Distribución y colocación en Centros de Salud, hospitales y consultorios de La Rioja.</li> </ul>	Unidades	19% - 20% 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. 7 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0028/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0472054		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					



	<b>Carteles A3:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresión de un mínimo de 250 carteles a 4 tintas en papel couche brillo 125g.</li> </ul>		
	<b>Autobús metropolitano:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresión de vinilos para laterales de 1 autobús</li> <li>• Colocación y retirada de vinilos.</li> </ul>	Unidades	7% - 8% sobre el porcentaje del sector.
	<b>Mupis:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidades de colocación en un mínimo de 15 mupis de Logroño y Haro</li> <li>• Producción y colocación</li> </ul>	Unidades	72% - 73% 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 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAeS. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 8 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0028/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0472054		
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					



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. 9 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0028/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0472054		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaria General Técnica				
2					



**Gobierno  
de La Rioja**

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 campaña debe enmarcarse preferentemente **del 8 al 18 de julio de 2021** (ambos inclusive) si las necesidades sanitarias así lo requieren, pudiéndose enmarcar en otras fechas dentro del marco de vacunación.

#### **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. 10 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0028/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0472054	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				