

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL CP 21 039 “PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES” DE LA CONSEJERÍA DE DESARROLLO AUTONÓMICO.**

### 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 21 039 “Prevención de Riesgos Laborales” de la Consejería de Desarrollo Autonomico.

### 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.

El artículo 40.2 de la Constitución Española encomienda a los poderes públicos, como uno de los principios rectores de la política social y económica, velar por la seguridad e higiene en el trabajo.

Este mandato constitucional conlleva la necesidad de desarrollar una política de protección de la salud de los trabajadores mediante la prevención de los riesgos derivados de su trabajo y encuentra en la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales, su pilar fundamental.

**Hace ya 25 años, en concreto, el 11 de febrero de 1996 que entró en vigor la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales.** Esta ley, articulada sobre los principios de eficacia,

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0034/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0632900		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaria General Técnica				
2					



## Gobierno de La Rioja

coordinación y participación al tiempo que inspirada por los objetivos de responsabilidad y cooperación, vino a cumplir la exigencia de un nuevo enfoque normativo dirigido a poner término a la falta de visión unitaria de la prevención de riesgos laborales en nuestro país, a actualizar regulaciones ya desfasadas, a adecuar la legislación española a la legislación comunitaria sobre seguridad y salud en el trabajo y a regular situaciones nuevas no contempladas con anterioridad.

La **aplicación de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales**, así como de sus disposiciones de desarrollo o complementarias y demás normas relativas a la adopción de medidas preventivas en el ámbito laboral, persigue no sólo la ordenación de las obligaciones y responsabilidades de los actores inmediatamente relacionados con el hecho laboral, sino **fomentar una nueva cultura de la prevención**.

Desde la entrada en vigor de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales los poderes públicos, Estado y comunidades autónomas, los agentes sociales, las empresas y los trabajadores y demás entidades dedicadas a la prevención de riesgos laborales, **han desarrollado un ingente esfuerzo**, en todos los órdenes y cada uno en su ámbito de responsabilidad, que ha dotado a España de un marco homologable en esta materia a la política común de seguridad y salud en el trabajo de la Unión Europea y a las políticas desarrolladas por sus Estados miembros.

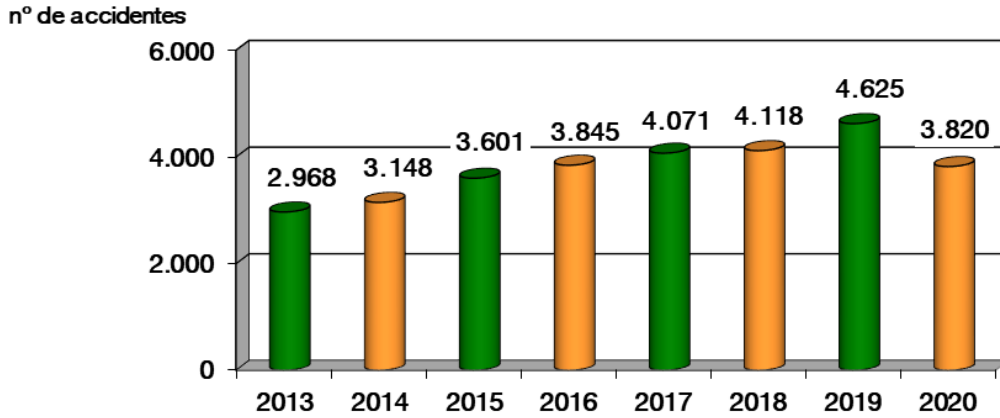
Este esfuerzo debía conducir a la integración de la prevención de riesgos laborales en todos los niveles de la empresa y a fomentar una auténtica cultura de la prevención. **Sin embargo, la experiencia acumulada en la puesta en práctica del marco normativo constata la existencia de ciertos problemas que dificultan su aplicación, que se manifiestan, en términos de accidentes de trabajo, en la subsistencia de índices de siniestralidad laboral indeseados.**

Así, en el periodo **2013 - 2019** se produjo un crecimiento continuado de los accidentes de trabajo tanto en la Comunidad Autónoma de La Rioja (un 55,8%) como en el resto del territorio nacional (incremento del 38,2%, de 459.535 accidentes en 2013 a 635.227 en 2019) coincidiendo con el aumento de la actividad económica y el aumento de la afiliación a la Seguridad Social. No obstante, **en 2020** el número de accidentes se redujo un 17,4% en La Rioja y un 23,6% a nivel nacional.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0034/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0632900	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				



**Evolución de los accidentes de trabajo en la CAR. Años 2013-2020**

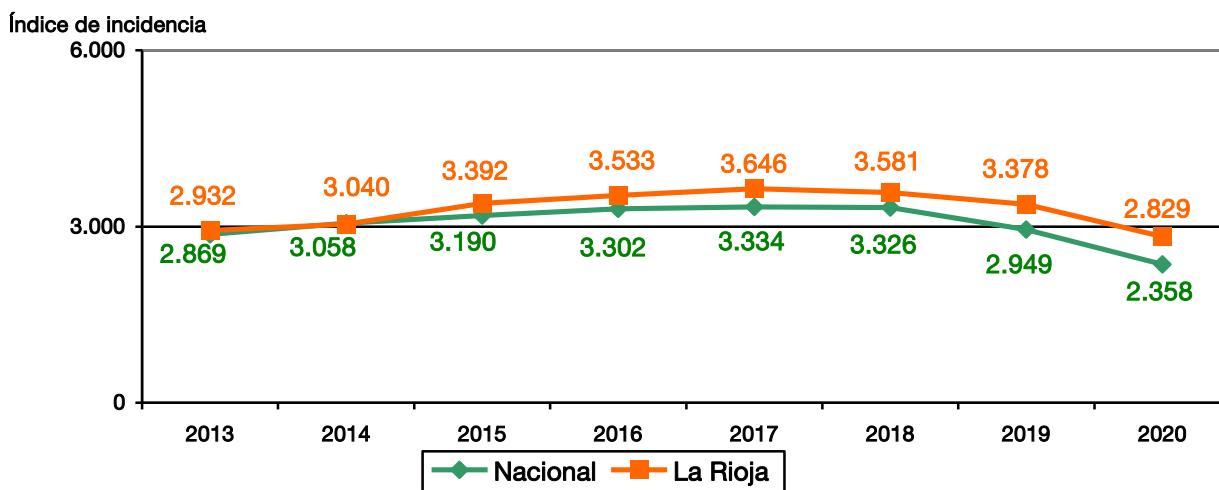


Si tenemos en cuenta la evolución del índice de incidencia (número de accidentes de trabajo acaecidos por cada cien mil trabajadores afiliados a la Seguridad Social en alta laboral y con las contingencias profesionales cubiertas) en nuestra comunidad se observa un incremento hasta el año 2017, pasando de 2.932 a 3.646 (lo que supone un aumento del 24,4%). A partir de ese año el índice desciende hasta 2.829 (un 22,4 %). Sin embargo, en el ámbito nacional se observa un incremento del 16,2% desde 2013 al 2017 y un descenso del 29,3% a partir de dicho año.

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAeS. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 3 / 12</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0034/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0632900
<b>Cargo</b>		<b>Firmante / Observaciones</b>	<b>Fecha/hora</b>
1 Secretaria General Técnica			
2			



### Evolución del Índice de incidencia nacional y de La Rioja. Años 2013-2020



El análisis de los datos pone de manifiesto, entre otras cuestiones, una **falta de integración de la prevención en la empresa**, que se evidencia en muchas ocasiones en el cumplimiento más formal que eficiente de la normativa, y una **falta de concienciación/sensibilización de los empresarios y trabajadores**.

### 3.2. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación sitúa los siguientes objetivos de comunicación:

- Visibilizar la importancia de la seguridad y salud en el trabajo.
- Sensibilizar a toda la sociedad riojana sobre las consecuencias negativas de la NO Prevención de Riesgos laborales.

#### Objetivo específico de campaña

- Poner en valor la cultura de la prevención.

### 3.3. Públicos objetivos

Se establecen como público objetivo para la campaña 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 **316.197 personas** (a fecha 1 de enero de 2021), de las que 155.766 son hombres y 160.430 son mujeres.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0034/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0632900	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				



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

- Habitantes con edades comprendidas entre los 18 y 66 años (edad ordinaria de jubilación): 201.089 (a fecha 1 de enero de 2021)
- Trabajadores: El número medio de afiliaciones al Sistema de la Seguridad Social durante el mes de junio de 2021 alcanzó la cifra de 130.920 personas.
- Empresas: el número de empresas en La Rioja se contabiliza\* en 22.700 (año 2020)

Número de empresas por estrato de asalariados	
Sin asalariados	11.979,00
De 1 a 2	6.385,00
De 3 a 5	2.211,00
De 6 a 9	900,00
De 10 a 19	632,00
De 20 a 49	416,00
De 50 a 99	106,00
De 100 a 199	42,00
De 200 o más	29,00
<b>TOTAL</b>	<b>22.700,00</b>

(\* )Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE). INE

#### 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. 5 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
12-7-9.02-0034/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0632900	
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>		<b>OJD u PGD</b>	<b>Especificaciones sobre formato</b>	<b>36%</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 2º acum. para La Rioja L-V</b>		<b>19%</b> de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	53% - 56% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor	EGM	Cuña 20"	25% - 28% 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. 6 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0034/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0632900		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					



## Gobierno de La Rioja

	audiencia			
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	13% - 16% del porcentaje del sector.
<b>Radio temático de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b> 2º acum. para La Rioja L-V		<b>10%</b> 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"	17% - 20% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	18% - 21% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	13% - 16% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	12% - 15% del porcentaje del sector.

### 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>23%</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. 7 / 12

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0034/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0632900
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



## Gobierno de La Rioja

	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		46% - 49% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		29% - 32% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		13% - 16% 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>Diaros digitales locales de información general</b>		<b>OJD Interactiva</b>		<b>3%</b> de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital local de información general con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		31 - 34% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital local de información general con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		28 - 31% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital local de información general con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		18 - 21% 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. 8 / 12

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0034/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0632900
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			





	Diario digital local de información general con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.			11 - 14% de la inversión publicitaria prevista
--	---	--	--	--

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

#### d) Publicaciones en RRSS en medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Publicaciones en RRSS de los medios digitales regionales de información general y temática</b>		<b>Tasa de alcance por publicación</b>		<b>3%</b> de la inversión publicitaria prevista
	RRSS del Diario digital de información general regional con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, Twitter e Instagram		post	55% - 58% del porcentaje del sector.
	RRSS del Diario digital de información general regional con segundo mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, Twitter e Instagram		post	39% - 42% del porcentaje del sector.

#### d) Publicidad Exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
<b>Publicidad exterior y medios no convencionales</b>			<b>6%</b> 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. 9 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0034/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0632900		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretaria General Técnica					
2					



	<b>Carteles 40 x 60:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresión de un mínimo de 1000 carteles a 4 tintas en papel couche brillo 125g.</li> <li>• Distribución y colocación en comercios y bares de Logroño y cabeceras de comarcas.</li> </ul>	Unidades	54% - 58% sobre el porcentaje del sector
	<b>Pantallas Digitales:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratación mínima de 3 Scroller Digital durante 15 días.</li> </ul>	Unidades	38% - 42% 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 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. 10 / 12
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>		
12-7-9.02-0034/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0632900		
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>		
1 Secretaria General Técnica					
2					



#### 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. 11 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0034/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0632900		
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 30 de agosto al 12 de septiembre 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. 12 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0034/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0632900	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				