



**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 21 028 SENSIBILIZACIÓN FRENTE AL EDADISMO (DISCRIMINACIÓN POR EDAD)» DE LA CONSEJERÍA DE SERVICIOS SOCIALES Y GOBERNANZA PÚBLICA.

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 21 028 “Sensibilización frente al Edadismo (Discriminación por edad)” de la Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública.

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.

Las personas mayores son un colectivo prioritario para el Gobierno de La Rioja, las que viven en residencias de personas mayores, pero también el amplio colectivo de personas que viven en sus domicilios. De hecho, el 95 por ciento de las personas mayores en La Rioja residen en sus domicilios.

El número de personas mayores con más de 65 años en La Rioja ha ido aumentando a lo largo de los últimos años; el 18,46 por ciento en 2011; 18,64 por ciento en 2012; 18,96 por ciento en 2013; 19,45 por ciento en 2017; 20,71 por ciento en 2018; 20,91 por ciento en 2019; y 21,04 por ciento en 2020.

Un colectivo que va en aumento y prioritario para el Ejecutivo regional. Y de ahí esta 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. 1 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0038/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0700708
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



Gobierno de La Rioja

institucional. El edadismo es la discriminación por motivos de edad y, según la Organización Mundial de la Salud, es la tercera causa de discriminación mundial, detrás del racismo y sexismo. En el edadismo hay amplios grupos de población que ven mermada su capacidad de tomar decisiones, capacidad que asumen otras generaciones. No se debe tratar a las personas mayores ni con condescendencia ni con autoridad, si no facilitamos su implicación en sus propias vidas, vulneramos sus derechos legítimos.

Los ejemplos del edadismo en el día a día son numerosos, muchos de ellos pasan totalmente desapercibidos, incluso los hemos asumido como algo normal. Por ejemplo, la falta de representación de personas mayores en la televisión y el cine; la presencia de barreras arquitectónicas; discriminación laboral. Quizás esta es una de las muestras más claras de discriminación, hay muchas personas mayores que quieren trabajar y tienen capacidad, pero pasar cierta edad implica un no rotundo para el mercado laboral. Esta discriminación la sufre incluso gente que todavía no ha llegado a los 60 años. La condescendencia es otro ejemplo de edadismo. La vejez se equipara a ignorancia y a una falta de capacidad para pensar e incluso de tomar su propias decisiones. En ocasiones, la edad en sí misma es usada como excusa para coartar su libertad.

Este trato discriminatorio está tan asumido y es casi invisible, hasta el punto que ni siquiera los mayores son conscientes de que sus derechos están siendo vulnerados ni saben cómo deben actuar para exigir la restitución de los mismos. Todavía existe mucho paternalismo e infantilización.

Además, parte de la sociedad tiene una visión negativa de la vejez y del envejecimiento. Los mayores sufren discriminaciones en sanidad, en el empleo, en el acceso a la justicia, en la educación, en la participación pública y, en el peor de los casos, violencia y maltrato.

Prejuicios y estereotipos negativos que el Ejecutivo regional quiere eliminar a través de esta campaña de publicidad porque para el Gobierno de La Rioja el colectivo de personas mayores todavía tiene mucho que aportar y debe ser entendido como una oportunidad. Y es que para el Gobierno de La Rioja las personas mayores tienen un gran valor añadido para la sociedad en general y, particularmente, para las generaciones más jóvenes.

De hecho, el colectivo de personas mayores fue el único sustento económico de muchas familias durante la crisis de 2008, muchos abuelos y abuelas contribuyeron con sus pensiones al sustento económico de sus hijos y nietos. Pero, además, el colectivo de personas mayores no debe concebirse como un gasto, porque a su alrededor hay un buen número de servicios que generan empleo y riqueza. Y, al margen de cuestiones meramente económicas, hoy en día la figura del abuelo y de la abuela, son claves en la conciliación laboral y familiar de sus hijos.

Además, está estudiado que las personas mayores que se ven como una carga para los demás pueden acabar pensando que su vida tiene menos valor y, como consecuencia de ello, son más proclives a la depresión y el

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		
12-7-9.02-0038/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0700708		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaria General Técnica				
2					



Gobierno de La Rioja

aislamiento social. Si la persona que tiene más años, tiene una percepción negativa sobre su proceso de envejecer, como reflejo de lo que la sociedad le muestra, encuentra más dificultades para enfrentarse a los nuevos cambios, con un descenso de 7,5 años de esperanza de vida sobre las personas mayores que tienen una actitud positiva hacia su envejecimiento, percepción que se pretende revertir con esta campaña.

3.3. Públicos objetivos

Se establecen como público objetivo para la campaña de comunicación institucional a personas de la franja de edad a partir de 16 años a los 65 años. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 204.128 personas de las que 102.561 son hombres y 101.563 son mujeres. Se incluiría no solo personas de edad intermedia 30-65, sino también adolescentes y jóvenes, 16-30 años, dada la importancia de una visión positiva de las personas mayores entre los propios jóvenes. Con esta campaña queremos llegar a dos grupos de población. A los más jóvenes, a los que queremos que descubran el valor y potencial del colectivo de personas mayores y al propio colectivo al que también queremos empoderar para que sean conscientes de su labor en la sociedad.

* Datos del INE a 1.1.2021

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	36% 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	
12-7-9.02-0038/2021	Pliego PT	Contratación electrónica		2021/0700708	
Cargo		Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica					
2					



	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
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM 2º acum. para La Rioja L-V		21% 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 audiencia	EGM	Cuña 20"	25% - 28% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	13% - 16% del porcentaje del sector.
Radio temático de alcance		EGM		11% de inversión

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0038/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0700708
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



Gobierno de La Rioja

autonómico		2º acum. para La Rioja L-V		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
Diarios digitales regionales de información general		Comscore u OJD Interactiva*		21% 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.

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		
12-7-9.02-0038/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0700708		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaría General Técnica				
2					



	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		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% - 4% del porcentaje del sector.
Diarios digitales temáticos regionales		OJD Interactiva		1% de la inversión publicitaria prevista
	Primer medio digital temático regional	OJD Interactiva		97-100% de la inversión publicitaria prevista

(*) Audiencia media acumulada últimos seis meses hasta junio 2021

d) Publicidad Exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			10% sobre la inversión publicitaria prevista
	Carteles 50 x 70: <ul style="list-style-type: none"> Impresión de un mínimo de 900 carteles a 4 tintas en papel couche brillo 125g. Distribución y colocación en: 		64% - 67% 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. 6 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0038/2021	Pliego PT	Contratación electrónica	2021/0700708
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			



	<p>-Los centros de mayores de La Rioja (residencias, centros de día y CPA).</p> <p>- En Logroño y cabeceras de comarca.</p>		
	<p>Autobús metropolitano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de vinilos para laterales de autobús • 2 autobuses <p>Colocación y retirada de vinilos.</p>	Unidades	30% - 33% 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.

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

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		
12-7-9.02-0038/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0700708		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaria General Técnica				
2					



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 contratamiento, 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).
 - 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 23 al 30 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.

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		
12-7-9.02-0038/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0700708		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaría General Técnica				
2					



**Gobierno
de La Rioja**

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 9 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
12-7-9.02-0038/2021	Pleigo PT	Contratación electrónica	2021/0700708
1 Secretaria General Técnica			
2			