

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 22 18 SERVICIOS A EMPRESAS» 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 planificación, compra de espacios y postevaluación de la campaña de publicidad institucional “CP 22 18 Servicio a empresas”, 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 postevaluación del plan de medios propuesto en el presente informe de prescripciones técnicas.

3. Descripción de la campaña de publicidad.

3.1. Presentación.

En el contexto actual, los acuerdos y el trabajo conjunto se han establecido como una positiva fórmula para lograr acometer relevantes asuntos para alcanzar prósperos resultados. Así, desde las administraciones públicas, y en la importante tarea de continuar impulsando políticas activas de empleo para consolidar un mercado laboral estable y de calidad, se trabaja para establecer procesos colaborativos y participativos que permitan desarrollar innovadoras acciones para mejorar la empleabilidad de todas las personas, con especial incidencia entre los colectivos vulnerables en el ámbito laboral como mujeres, jóvenes, mayores de 45 años y desempleados de larga duración.

Esta campaña está dirigida a dar a conocer el **nuevo Servicio a Empresas** puesto en marcha desde las Oficinas de Empleo de La Rioja con la incorporación de la figura del Agente de Empresa.

A través de la Dirección General de Empleo, Diálogo Social y Relaciones Laborales, el Ejecutivo regional ha creado el **Espacio Empresas** para poner a disposición del tejido productivo de La Rioja un nuevo servicio destinado a **prestar**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0021/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0425996		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaria General Técnica				
2					

atención personalizada y de calidad adaptadas a las necesidades de las empresas en cada momento. Así, mediante el **Agente de Empresa se** facilitará asesoramiento profesional y asistencia personalizada para todos los servicios ofertados:

- **¿Buscas profesionales?** Espacio Empresas ofrece un servicio de gestión de ofertas para las empresas que buscan talento, apoyándolas durante el proceso de selección o de recolocación. De esta manera se pone a disposición de las empresas diferentes opciones como gestión sencilla de la oferta de empleo por teléfono, mail o página web; difusión de la oferta entre candidatos, en nuestra web y en redes sociales; apoyo profesional durante el proceso de selección; cesión de espacios para la realización de los procesos de selección; estudio de perfiles profesionales y apoyo técnico a los procesos de recolocación.
- **¿Necesitas ayuda durante el proceso de contratación?** Espacio Empresas asesora a las empresas durante el proceso de contratación. Así, ofrece información sobre ayudas económicas a la contratación: subvenciones y bonificaciones; una guía para el uso de la aplicación **contrat@**: gestión de la autorización y uso de la aplicación, información laboral básica, así como detalle del proceso de inserción de personas con discapacidad.
- **¿Te interesan otros servicios?** Espacio Empresas acompaña a las empresas en la resolución de sus necesidades mediante la derivación a otros servicios del Gobierno de La Rioja. Los usuarios podrán conocer detalles sobre las herramientas de formación y especialización para empleados, las herramientas de innovación e internacionalización de ADER destinadas al mantenimiento y la mejora de la **competitividad** empresarial, los planes de igualdad, así como la importancia de la prevención de riesgos laborales.

En definitiva, se trata de implementar una completa y novedosa herramienta más para canalizar y compartir la información entre todos los agentes que trabajan para mejorar la empleabilidad y reducir el desempleo en La Rioja, en este caso las empresas, con el objetivo de identificar necesidades y oportunidades para los riojanos y las riojanas.

3.2. Objetivos de comunicación

Esta campaña se plantea como principal objetivo de comunicación:

- **Dar a conocer y difundir el nuevo Servicio a Empresas** puesto en marcha desde las Oficinas de Empleo de La Rioja con la incorporación de la figura del Agente de Empresa.

Otros objetivos a conseguir son:

- Promocionar todos los servicios que se ofrecen a empresas desde las diferentes Direcciones Generales del Gobierno de La Rioja, relacionados con la búsqueda de perfiles, ayudas a la contratación, planes de formación, inversiones, innovación e internacionalización, prevención de riesgos y planes de igualdad, entre otros, para ayudarles en su crecimiento, en la incorporación de talento, así como en nuevas oportunidades.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0021/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0425996	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				

- Ofrecer a las empresas servicios de calidad y gratuitos, que les ayuden a resolver sus retos o necesidades con profesionales y ayuda personalizada a medida.

3.3. Públicos objetivos

Se establecen como público primario para esta campaña, a las pequeñas y medianas empresas riojanas, especialmente a sus departamentos de Recursos Humanos y gerencias. El número de empresas de La Rioja se contabiliza* en 22.357.

También es necesario que el mensaje alcance, como público objetivo secundario, 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 **315.811 personas**, de las que 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres.

* Datos del directorio de empresas del INE a 1.1.2021

** Datos del IER a 1.7.2021

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**, determinado 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	35% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato		44% - 47% del porcentaje del sector.
	Diario de información general autonómico con mayor	OJD		41% - 44% del

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
12-7-9.02-0021/2022	Pliego PT	Contratación electrónica		2022/0425996
1 Secretaria General Técnica				
2				

	promedio de distribución en La Rioja	Último dato		porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato		6% - 9% del porcentaje del sector.

b) Medios radiofónicos

c) Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
	Radio de corte generalista de alcance autonómico	EGM 1º acum. para La Rioja L-V		19% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	45% - 48% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	41% - 44% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	5% - 8% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico	EGM 1º acum. para La Rioja L-V		10% de inversión publicitaria prevista
	Radio temático de alcance autonómico con mayor	EGM	Cuña 20"	20% - 23% del

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 4 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0021/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0425996
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	audiencia			porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	20% - 23% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	15% - 18% 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"	15% - 18% del porcentaje del sector.
Radio de corte generalista de alcance local		EGM 1º acum. para La Rioja L-V		3% de la inversión publicitaria prevista
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	54% - 57% del porcentaje del sector.
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	26% - 29% del porcentaje del sector.
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	11% - 14% 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 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0021/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0425996
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

d) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		OJD Interactiva*		21% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		47% - 50% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		30% - 33% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		11% - 14% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		1% - 3% del porcentaje del sector.

(*) Audiencia media acumulada últimos seis meses hasta abril 2022

e) Publicidad Exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			12% 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 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0021/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0425996
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	<p>Autobús metropolitano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de vinilos para laterales de autobús. • 1 autobús. • Colocación y retirada de vinilos. 	Unidades	7% - 10% sobre el porcentaje del sector
	<p>Mupis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unidades de colocación en un mínimo de 15 mupis de Logroño durante 15 días. • Producción y colocación 	Unidades	87% - 90% sobre el porcentaje del sector

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 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 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 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, en el **plazo de 15 días naturales** desde término de la campaña, un informe de post-evaluación de la actividad publicitaria. Este informe contendrá:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 7 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0021/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0425996
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

- A) Las variables relativas al análisis de los resultados del plan de medios: impactos, cobertura, frecuencia, siempre que sea 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 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, en el 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 13 al 26 de junio de 2022** (ambos inclusive)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 8 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0021/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0425996
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			