

## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 22 20 POR UNA DEMOCRACIA CUIDADORA» 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 planificación, compra de espacios y postevaluación de la campaña de publicidad institucional “CP 22 20 Por una democracia cuidadora”, 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 postevaluación del plan de medios propuesto en el presente informe de prescripciones técnicas.

### 3. Descripción de la campaña de publicidad.

#### 3.1. Presentación.

La pandemia ha dejado de manifiesto que el ser humano es un ser frágil y que necesita a los demás. Al darse cuenta de este “necesitar de los demás” reconoce su fragilidad y su interdependencia, de forma que somos seres relationales que necesitamos a los demás en distintos momentos de nuestra vida, no podemos vivir sin los demás y por tanto nos debemos también a ellos.

El cuidado no es solo una necesidad de los débiles, los jóvenes o los mayores. Todos los seres humanos necesitamos cuidados cada día y todos los seres humanos tenemos responsabilidad del cuidado de los otros en tanto que somos seres interdependientes que no podemos vivir al margen de los demás.

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	
12-7-9.02-0023/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0455701	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaría General Técnica				
2				

Los seres humanos somos vulnerables y dependientes y, en algún momento de nuestras vidas, necesitamos ser cuidados. Por esta razón, desde el Gobierno de La Rioja queremos hablar de la ética del cuidado, de la importancia del cuidado en el desarrollo de la conciencia de las personas. El cuidado es un deber moral que nos concierne a todos y el valor del cuidado debe concebirse como un valor público, pero también privado.

### 3.2. Objetivos de comunicación

El objetivo de esta campaña es trasladar a las distintas partes implicadas la necesidad de que cada una asuma su cuota de responsabilidad, empezando por el propio autocuidado de la persona, pasando por las personas que están alrededor (familia, hijos e hijas) y la administración en determinados aspectos. En lo que respecta a las personas que están alrededor, es importante destacar los pluses de cariño, atenciones y apoyo familiar.

### 3.3. Públicos objetivos

La campaña va dirigida a la población mayor de edad en general por la posibilidad de ejercer el deber de cuidar y de ofrecer a la persona cuidada atenciones y un apoyo familiar, afecto y cariño que, difícilmente, pueden recibir a través de las instituciones. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 261.603 personas, de las que 127.582 son hombres y 134.023 son mujeres.

\* 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
	<b>Prensa escrita regional</b>	OJD u PGD	Especificaciones	32% de la inversión

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	
12-7-9.02-0023/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0455701	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaría General Técnica				
2				

			sobre formato	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 promedio de distribución en La Rioja	OJD Último dato		41% - 44% del 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**

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Radio de corte generalista de alcance autonómico</b>		EGM 1º acum. para La Rioja L-V		17% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	43% - 46% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	42% - 45% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	6% - 9% 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. 3 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0023/2022	Piego PT	Contratación electrónica		2022/0455701
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Secretaría General Técnica			
2				

<b>Radio temática de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b> 1º acum. para La Rioja L-D		<b>9% de inversión publicitaria prevista</b>
	Radio temática de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	19% - 22% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	18% - 21% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	17% - 20% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	17% - 20% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	14% - 17% del porcentaje del sector.

**c) Medios digitales**

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificacion es sobre formato	Porcentaje
<b>Diarios digitales regionales de información general</b>		OJD Interactiva*		<b>19% de la inversión publicitaria prevista</b>

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0023/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0455701
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Secretaría General Técnica		
2			

	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.
<b>Diarios digitales temáticos regionales</b>		OJD Interactiva		<b>1%</b> 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 abril 2022

**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>		Tasa de alcance por publicación		<b>3%</b> de la inversión publicitaria prevista
	RRSS del Diario digital de información general regional		post	42% - 45% del porcentaje del

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0023/2022	Piego PT	Contratación electrónica	2022/0455701
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaría General Técnica			
2			

	con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, Twitter e Instagram			sector.
	RRSS del Diario digital de información general regional con segundo mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, Twitter e Instagram		post	32% - 35% del porcentaje del sector.
	RRSS del medio digital regional de temática infantil con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook e Instagram		post	9% - 12% del porcentaje del sector.
	RRSS del medio digital regional de temática de ocio y cultura con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook e Instagram.		post	5% - 8% del porcentaje del sector

**e) Publicidad Exterior**

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			19% sobre la inversión publicitaria prevista

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0023/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0455701
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaría General Técnica			
2			

	<b>Autobús metropolitano:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresión de vinilos para laterales de autobús.</li> <li>• 1 autobús.</li> <li>• Colocación y retirada de vinilos.</li> </ul>	Unidades	4% - 7% sobre el porcentaje del sector
	<b>Carteles 50x70:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresión de un mínimo de 1.000 carteles a 4 tintas en papel couche brillo 125g.</li> <li>• Distribución y colocación de un mínimo de 600 carteles en Logroño y 400 en cabeceras de comarca, entre las dos olas.</li> </ul>	Unidades	26% - 29% 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 durante 15 días.</li> <li>• Producción y colocación</li> </ul>	Unidades	61% - 64% 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

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
12-7-9.02-0023/2022	Pliego PT	Contratación electrónica		2022/0455701
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Secretaría General Técnica			
2				

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 el término de la campaña, un informe de post-evaluación de la actividad publicitaria. Este informe contendrá:

- 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 rating 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:

**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
12-7-9.02-0023/2022	Piego PT	Contratación electrónica	2022/0455701
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Secretaría General Técnica		
2			

- 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 27 de junio al 10 de julio** (ambos inclusive)

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	
12-7-9.02-0023/2022	Piego PT	Contratación electrónica	2022/0455701	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretaría General Técnica				
2				