

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 23 O3 POLÍTICAS ACTIVAS DE EMPLEO: COE Y FP PARA EL EMPLEO» DE LA CONSEJERÍA DE DESARROLLO AUTONÓMICO Y DE LA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, CULTURA, DEPORTE Y JUVENTUD.

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 23 O3 Políticas activas de empleo: COE y FP para el empleo”, de la Consejería de Desarrollo Autonómico y la Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud.

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.

Con el objetivo de consolidar un mercado laboral estable y de calidad, desde el Gobierno de La Rioja se trabaja para impulsar políticas activas de empleo, desarrollando acciones innovadoras 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.

En ocasiones las empresas demandan profesionales con perfiles de difícil cobertura, que son más complicados de gestionar a la hora de cubrir puestos vacantes. Es necesario, por tanto, dar respuesta a las demandas de personal cualificado de las empresas y facilitar la cualificación/recualificación profesional de los trabajadores y desempleados para que no se queden atrás y puedan incorporarse o mantenerse en el mercado laboral.

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		
12-7-9.02-0008/2023	Pliego PT	Contratación electrónica	2023/0000189		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaría General Técnica				
2					

Este concepto de aprendizaje permanente, de reciclaje profesional, forma parte de un proceso que nos acompaña a lo largo de la vida laboral.

Las principales políticas activas de empleo que se desarrollan desde el Gobierno de La Rioja se dirigen a:

- **Orientación para el empleo:** ofreciendo información y servicios relacionados con la búsqueda empleo y la mejora profesional.
 - Sesiones de orientación
 - Acompañamiento en la búsqueda de empleo
 - Atención personalizada
- **Formación:** dirigida a cualificar y recualificar profesionalmente a, trabajadores y demandantes de empleo.
 - Formación profesional para el empleo
 - Cursos formativos
 - Escuelas taller
 - Acreditación de competencias profesionales
- **Selección de personal:**
 - Gestión de ofertas de empleo
 - Intermediación laboral
- **Ayudas y subvenciones para la contratación estable**
- **Fomento del emprendimiento**
- **Innovación continua a través del COE (Centro de Orientación y Emprendimiento)**

3.2. Objetivos de comunicación

El principal objetivo de comunicación de esta campaña es:

- Informar a la ciudadanía acerca de las políticas activas de empleo que han sido reforzadas y modernizadas.

Otros objetivos que se quieren conseguir son:

- Difundir la labor del COE (Centro de Orientación y Emprendimiento de La Rioja) que, a través de los fondos europeos consolida a La Rioja como uno de los mejores ecosistemas para emprender.
- Consolidar la Formación Profesional para el empleo como una formación de calidad y alta empleabilidad que favorece el acceso al mercado laboral
- Informar sobre la amplia oferta de FP para el empleo en La Rioja, destacando sus novedades.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0008/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0000189
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

3.3. Públicos objetivos

Se establecen como público objetivo primario 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 315.896 personas, de las que 155.538 son hombres y 160.357 son mujeres.

*Datos del IER a 1.1.2022

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		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022	Especificaciones sobre formato	35% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de prensa escrita diaria con mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom		69% - 72% 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
12-7-9.02-0008/2023	Pliego PT	Contratación electrónica	2023/0000189
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	Diario de prensa escrita diaria con segunda mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom		25% - 28% del porcentaje del sector.
--	--	---------------------------------	--	--------------------------------------

b) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022		22% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	41% - 44% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	34% - 37% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	16% - 19% del porcentaje del sector.
Radio temática de alcance autonómico		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022		10% de inversión publicitaria prevista

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 4 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0008/2023	Pliego PT	Contratación electrónica	2023/0000189
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	Radio temática de alcance autonómico con mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	21% - 24% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con segunda mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	20% - 23% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con tercera mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	13% - 16% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	10% - 13% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con quinta mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	9% - 12% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con sexta mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	9% - 12% del porcentaje del sector.

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		Estudio de audiencias de medios de comunicación de		20% 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. 5 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0008/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0000189
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

		La Rioja 2022		
	Diario digital de información general regional con mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom		43% - 46% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segunda mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom		31% - 34% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercera mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom		10% - 13% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarta mayor audiencia habitual en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom		4% - 7% del porcentaje del sector.

d) Publicaciones en RRSS en medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Publicaciones en RRSS de los medios digitales regionales de información general y temática		Tasa de alcance por publicación		2% 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	52% - 55% del porcentaje del sector.
	RRSS del Diario digital de		post	42% - 45% del

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
12-7-9.02-0008/2023	Pliego PT	Contratación electrónica	2023/0000189
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	información general regional con segundo mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, Twitter e Instagram			porcentaje del sector.
--	---	--	--	------------------------

e) Publicidad Exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			11% sobre la inversión publicitaria prevista
	Autobús metropolitano: <ul style="list-style-type: none"> Impresión de vinilos para laterales de autobús. 1 autobús. Colocación y retirada de vinilos. 	Unidades	5% - 8% sobre el porcentaje del sector
	Mupis: <ul style="list-style-type: none"> Unidades de colocación en un mínimo de 18 mupis de Logroño durante 15 días. Producción y colocación 	Unidades	81% - 84% sobre el porcentaje del sector
	Pantallas Digitales: <ul style="list-style-type: none"> Contratación de mínimo 1 Scroller Digital durante 15 días. 	Unidades	5% - 8% 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 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0008/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0000189
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

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 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 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 8 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0008/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0000189
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

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 31 de enero al 13 de febrero de 2023** (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	
12-7-9.02-0008/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0000189	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				