

## **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 22 04 LEY DE IGUALDAD» DE LA CONSEJERÍA DE IGUALDAD, PARTICIPACIÓN Y AGENDA 2030.**

### **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 04 Ley de Igualdad”, de la Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030.

### **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.**

Hace mucho tiempo que La Rioja tiene una deuda con las mujeres, una deuda con la igualdad. La falta de acción política de los últimos 25 años, ha perpetuado la desigualdad estructural que sufre el 51% de la población en nuestra región. Tanto es así, que, hasta la fecha, La Rioja es una de las únicas dos comunidades autónomas que no dispone de una Ley de Igualdad con la que hacer frente a la discriminación que sufren las mujeres por el mero hecho de serlo.

En esta materia, debemos pasar del vagón de cola de España, a la vanguardia en políticas activas para lograr la igualdad efectiva entre mujeres y hombres. El Gobierno de La Rioja tiene el compromiso de impulsar una Ley histórica para nuestra región. Una Ley feminista que va a poner en el centro de las políticas públicas una perspectiva de género transversal a todos los aspectos sociales, culturales y económicos de la vida riojana para garantizar la igualdad real entre mujeres y hombres.

Una Ley que va a poner el foco en lo público y lo privado, en las instituciones y en las empresas. Porque la igualdad es

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	
12-7-9.02-0043/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0844260	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				

algo que se conquista desde todos los espacios de la vida cotidiana. Con esta Ley se plantea que la igualdad sea un valor fundamental de la sociedad riojana, que esté presente no solo en la administración, sino en cada hogar de La Rioja, en cada centro de trabajo, en las consultas médicas y hospitales, en las aulas y en las páginas de los diarios.

Esta Ley es de vital importancia y necesita que la sociedad riojana se comprometa con ella. Tiene que ser una ley que cada riojana y riojano sienta suya. Por eso se ha desarrollado un proceso participativo, para abrir el debate a la sociedad civil, a los colectivos feministas y a los agentes sociales implicados, poniendo especial énfasis en lo que las mujeres tengan que decir.

Un proceso participativo inclusivo que se ha convertido en un ejemplo de cómo se puede hacer política contando con la gente y con ello que ésta sea la mejor Ley de Igualdad posible.

Esta es una de las leyes del ejecutivo riojano que más participación ha tenido. Desde la Universidad al movimiento asociativo, sindicatos, mundo empresarial y un largo etcétera.

Porque la igualdad es esencial, porque la igualdad es necesaria, el Gobierno de La Rioja ha presentado ya un Proyecto de Ley de Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres. Un documento que ha sido participado por ciudadanos y ciudadanas, así como entidades y colectivos, que han realizado aportaciones, enriqueciendo el texto que proponía el gobierno de La Rioja.

Tras la [propuesta del gobierno regional](#), la ley está actualmente en tramitación parlamentaria.

### 3.2. Objetivos de comunicación

El principal objetivo de la campaña es informar a la ciudadanía de que la región contará por primera vez con una Ley de Igualdad necesaria y urgente, así como difundir el contenido de dicha ley.

Esta ley pretende dotar a la Comunidad Autónoma de La Rioja de los instrumentos necesarios para lograr una sociedad igualitaria, justa, solidaria y democrática, en la que las mujeres y los hombres tengan, realmente, los mismos derechos y oportunidades. La finalidad es eliminar la discriminación por razón de sexo en todos los ámbitos de la vida pública y privada, y más concretamente en la vida económica, política, social, laboral, cultural y educativa.

### 3.3. Públicos objetivos

Se establece como público primario para la campaña de comunicación 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.

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	
12-7-9.02-0043/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0844260	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				

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>		<b>OJD u PGD</b>	<b>Especificaciones sobre formato</b>	<b>31% de la inversión publicitaria prevista</b>
	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</b>		<b>EGM</b>		<b>20% de la inversión</b>

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 3 / 9</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0043/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0844260
<b>Cargo</b>		<b>Firmante / Observaciones</b>	<b>Fecha/hora</b>
1 Secretaria General Técnica			
2			

autonómico		2º acum. para La Rioja L-V		publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	47% - 50% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	29% - 32% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	15% - 18% del porcentaje del sector.
<b>Radio temática de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b> 2º acum. para La Rioja L-V		<b>8% de inversión publicitaria prevista</b>
	Radio temática de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	24% - 27% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	22% - 25% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	16% - 19% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	12% - 15% 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. 4 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
12-7-9.02-0043/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0844260		
1 Secretaria General Técnica					
2					

	Radio temática de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	11% - 14% 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>OJD Interactiva*</b>		<b>20%</b> de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		48% - 51% 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		10% - 13% 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 agosto 2022

**d) Publicaciones en RRSS en medios digitales**

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		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
12-7-9.02-0043/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0844260		
1 Secretaria General Técnica					
2					

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	41% - 44% 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	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	10% - 13% 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

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	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
12-7-9.02-0043/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0844260	
1 Secretaria General Técnica				
2				

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			18% sobre la inversión publicitaria prevista
	<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 950 carteles a 4 tintas en papel couche brillo 125g.</li> <li>Distribución y colocación en un mínimo de 475 carteles en Logroño y 475 en cabeceras de comarcas.</li> </ul>	Unidades	17% - 20% 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	57% - 60% sobre el porcentaje del sector
	<b>Autobús urbano:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Impresión de vinilo para trasera de 1 autobús.</li> </ul>	Unidades	10% - 13% 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
12-7-9.02-0043/2022	Pliego PT	Contratación electrónica		2022/0844260
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica				
2				

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colocación y retirada de vinilo.</li> </ul>		
--	--	--	--

#### 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:

- 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.

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	
12-7-9.02-0043/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0844260	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				



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 12 al 24 de diciembre de 2022** (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
12-7-9.02-0043/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica		2022/0844260
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica				
2				