

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 23 17 RIESGOS LABORALES» DE LA CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, EMPRESA Y TRABAJO AUTÓNOMO.

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 17 Riesgos Laborales”, de la Consejería de Economía, Innovación, Empresa y Trabajo Autónomo.

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.

El Gobierno de La Rioja tiene entre sus prioridades la prevención de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, desarrollando a tal fin acciones de asesoramiento técnico, formación y prevención y de vigilancia y control. Se llevan a cabo desde el Servicio de Salud Laboral.

Desde el inicio de este año, los accidentes laborales han experimentado un incremento en nuestra comunidad que preocupa a la sociedad en general y a este Gobierno en particular, que está poniendo en marcha diversas acciones para revertir esta tendencia al alza.

Se considera que la estrategia para abordar esta realidad debe ser multidisciplinar, analizando y atajando las causas que concurren en torno a la siniestralidad laboral, teniendo en cuenta a todos los agentes que intervienen y reforzando tanto las medidas de prevención como de corrección.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0036/2023	Pliego PT	Contratación electrónica	2023/0936948		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretario General Técnico				
2					

La utilización de Equipos de Protección Individual (EPIS) es una de las medidas de prevención más efectivas que pueden garantizar la seguridad en el ámbito laboral. Su conocimiento y correcta utilización es crucial para salvaguardar el buen desempeño del trabajo.

En nuestra Comunidad hay numerosas industrias que producen materiales de protección laboral, con larga experiencia en este ámbito que puede ser de interés compartir directamente con empresarios y usuarios de los mismos. Asimismo, en La Rioja hay radicados Centros Tecnológicos, como el del Calzado, con líneas de investigación centradas en el desarrollo de materiales y productos de alta protección laboral.

Contando con estos expertos y con la colaboración de técnicos del Departamento de Equipos de Protección Individual del Centro Nacional de Medios de Protección, la Consejería de Economía, Innovación, Empresa y Trabajo Autónomo, en la que recaen las competencias de Salud Laboral, va a organizar una jornada técnica sobre EPIS hacia mitad del mes de diciembre.

Aprovechando esta jornada, resulta de interés desarrollar una campaña de comunicación que divulgue la celebración de la misma y que sirva además para reforzar el mensaje del buen uso de los elementos de protección laboral.

3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación de esta campaña son:

- Reducir el número de accidentes laborales
- Fomentar el conocimiento y uso de los equipos de protección individual (EPIS) en el ámbito laboral
- Concienciar sobre la adopción de medidas, hábitos, de protección en el ámbito laboral.
- Informar de los EPIS que están a disposición de los trabajadores, muchos de ellos con sello riojano

Otros objetivos que se quieren conseguir son:

- Sensibilizar a la población en general de la necesidad de utilizar medios de protección individual en labores que se desarrollen no solo en el ámbito laboral sino también doméstico.
- Difundir la labor que está realizando el Gobierno de La Rioja por fomentar ambientes de trabajo seguros y prevenir accidentes y enfermedades laborales.

3.3. Públicos objetivos

Se establecen los siguientes públicos objetivos para la presente campaña de publicidad:

Público objetivo primario:

- Empresas

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0036/2023	Pliero PT	Contratación electrónica	2023/0936948
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

- Sindicatos
- Trabajadores por cuenta ajena
- Autónomos
- Estudiantes de FP
- Servicios de prevención ajenos (mutuas, técnicos de prevención...)

Públicos objetivos secundarios:

- Población en general

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.

La táctica de medios incluirá los sectores y soportes en los que se realizará la inversión publicitaria y el porcentaje de la misma para la totalidad de la campaña, como se detalla en los apartados siguientes. Para la elaboración de la táctica de medios, la empresa deberá cumplir los criterios técnicos detallados en la tabla de soportes, formatos e inversión que incluye el presente informe. Estos criterios han sido elaborados según la estrategia publicitaria del Gobierno de La Rioja, atendiendo a los públicos objetivos a los que se pretende llegar con la presente campaña.

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		35% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	50% Branded content	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 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0036/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0936948
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

	La Rioja		50% publicidad	
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	50% Branded content 50% publicidad	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		35% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	50% Branded content 50% publicidad	41-44% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	50% Branded content 50% publicidad	34-37% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	50% Branded content 50% publicidad	16-19% 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 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0036/2023	Pliego PT	Contratación electrónica	2023/0936948
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

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 La Rioja 2022 y OJD Interactiva*		30% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	50% Branded content 50% publicidad	46-49% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	50% Branded content 50% publicidad	32% - 35% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	50% Branded content 50% publicidad	8% - 11% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	L-V 4 ó 5 días y sab y/o dom	50% Branded content 50% publicidad	3% -5% del porcentaje del sector.

*Media calculada a partir de los datos de audiencias frecuentes del Estudio de Audiencias de Medios de Comunicación de La Rioja 2022 y de la media de los navegadores únicos acumulados de los últimos seis meses (abril - septiembre 2023) según OJD Interactiva .

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PADES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 5 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0036/2023	Pliero PT	Contratación electrónica	2023/0936948		
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora		
1 Secretario General Técnico					
2					

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 cada ola, 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.
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 <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 6 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0036/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0936948
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
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 tendrá una duración de 15 días, que se llevará a cabo preferiblemente **del 1-15 de diciembre de 2023**.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 7 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0036/2023	Pieigo PT	Contratación electrónica	2023/0936948
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			