



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 24 09 BENEFICIOS DE LA CONCILIACIÓN DE LA VIDA FAMILIAR Y LABORAL: CONCILIACIÓN CORRESPONSABLE» DE LA CONSEJERÍA DE SALUD Y SERVICIOS SOCIALES.

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 24 09 Beneficios de la conciliación de la vida familiar y laboral: Conciliación corresponsable”, de la Consejería de Salud y Servicios Sociales.

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 presente campaña trata de sensibilizar a las familias y a la sociedad riojana sobre la **importancia de la conciliación familiar y laboral centrada en el reparto equilibrado, entre hombres y mujeres**, de las tareas domésticas y de las responsabilidades familiares en los distintos ámbitos de la vida.

La campaña se enmarca en el Plan Corresponsables, política pública financiada por el Ministerio de Igualdad, Secretaría de Estado de Igualdad y para la Erradicación de la Violencia contra las Mujeres, que es impulsada y gestionada por el Gobierno de La Rioja. Este Plan tiene como objetivo consolidar el camino hacia la garantía del cuidado como un derecho en España desde la óptica de la igualdad entre mujeres y hombres, al amparo del artículo

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0050/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0570664
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

44 de los derechos de conciliación de la vida personal, familiar y laboral de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres; del artículo 24 sobre el derecho al cuidado del menor recogido en la Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea; de las recomendaciones de la Estrategia Europea de Cuidados para cuidadores y receptores de cuidados de 7 de septiembre de 2022; del artículo 51 de la Ley 7/2023 de Igualdad efectiva de Mujeres y Hombres de La Rioja y desde un enfoque de garantía de derechos universales, al margen de la condición laboral de las personas beneficiarias.

Los objetivos del Plan son favorecer la conciliación de las familias con niñas, niños y jóvenes menores de hasta 16 años desde un enfoque de igualdad entre mujeres y hombres; crear empleo de calidad en el sector de los cuidados, aspirando a la dignificación y reconocimiento de la experiencia profesional de cuidados no formal; así como sensibilizar y formar al conjunto de la sociedad y, particularmente de los hombres, en materia de corresponsabilidad en las tareas de cuidados, con el fin de impulsar modelos de masculinidades corresponsables e igualitarias.

En concreto y de conformidad con la Resolución de 10 de mayo de 2024, de la Secretaría de Estado de Igualdad y para la Erradicación de la Violencia contra las Mujeres, por la que se publica el Acuerdo de la Conferencia Sectorial de Igualdad de 29 de abril de 2024 (B.O.E. 17/05/2024), la presente campaña se enmarca dentro del impulso de propuestas de sensibilización en el ámbito de la corresponsabilidad y los cuidados destinadas a impulsar la transformación social hacia modelos comprometidos con el logro de la igualdad entre mujeres y hombres.

Por ello resulta oportuno la difusión de medidas y acciones que pongan en valor y promuevan la conciliación corresponsable en la sociedad riojana y, particularmente, en las familias, que se configuran como agentes clave de cambio, tanto en el ámbito público como en el privado.

3.2 Objetivos de Comunicación.

Esta campaña pretende sensibilizar sobre la incidencia positiva que tiene la conciliación de la vida familiar y laboral en el reparto equilibrado de tiempos y tareas vinculadas a las responsabilidades profesionales en consonancia con las familiares, las labores domésticas y el cuidado de las personas.

Para ello se busca poner el **foco en la conciliación, la corresponsabilidad y los cuidados, impulsando la conciliación corresponsable y el avance hacia modelos de masculinidades corresponsables e igualitarias en las distintas etapas y ámbitos de la vida.**

3.3. Público objetivo

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

- **Público primario:** Las familias riojanas. Según la Encuesta de Características Esenciales de la Población y Viviendas del Instituto de Estadística de La Rioja, en 2021 había en La Rioja 131.266 hogares, de los que el tipo de hogar más frecuente era el formado por una pareja con hijos en el hogar (31,5% del total de viviendas principales).

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
12-7-9.02-0050/2024	Pleigo PT	Contratación electrónica	2024/0570664
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

- **Público secundario:** La sociedad riojana en general, formada por el conjunto de la ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja, prestando especial atención a la población masculina riojana de todas las edades y sectores económicos y de actividad. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 322.282 personas, de las que 159.151 son hombres y 163.131 son mujeres.

* Datos del Instituto de Estadística de La Rioja. Censo Anual de Población a 01.01.2023.

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

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.

El licitador que resulte adjudicatario del expediente adquiere la obligación de destinar un importe mínimo de inversión en la táctica publicitaria de 30.052,59€.

TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN

a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		EGM	Especificaciones sobre formato	30% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	1er acumulado 2024	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	70,5-73,5% 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
12-7-9.02-0050/2024	Pleigo PT	Contratación electrónica		2024/0570664
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Secretario General Técnico			
2				

	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	1er acumulado 2024	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	23,5-26,5% del porcentaje del sector.
--	--	--------------------	---	---------------------------------------

b) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM		30% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	1er acumulado 2024 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	43-46% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	1er acumulado 2024 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	25-27% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	1er acumulado 2024 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	25-27% del porcentaje del sector.

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		OJD Interactiva*		30% de la inversión publicitaria prevista

	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Navegadores únicos	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	47,25-50,25% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Navegadores únicos	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	31,25% - 34,25% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Navegadores únicos	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	9% - 13% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Navegadores únicos	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	1,0-2,5% del porcentaje del sector.

*Navegadores únicos promedio en OJD interactiva en los últimos doce meses (junio 2023- mayo 2024)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 5 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0050/2024	Piiego PT	Contratación electrónica	2024/0570664
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

Diarios digitales locales de información general		OJD Interactiva*		3% de la inversión publicitaria prevista
	Medio digital local de información general con mayor número de usuarios únicos de La Rioja	Navegadores únicos	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	40,5-43,5% del porcentaje del sector.
	Medio digital local de información general con segundo número de usuarios únicos de La Rioja	Navegadores únicos	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	27-30% del porcentaje del sector
	Medio digital local de información general con tercer número de usuarios únicos de La Rioja	Navegadores únicos	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	23,5-26,5% del porcentaje del sector

* Navegadores únicos promedio en OJD interactiva en los últimos doce meses (junio 2023- mayo2024)

Medios digitales regionales de información temática		OJD Interactiva*		1% 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. 6 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento		
12-7-9.02-0050/2024	Pleigo PT	Contratación electrónica	2024/0570664		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretario General Técnico				
2					

	Medio digital regional de temática infantil con mayor número de usuarios únicos de La Rioja	Navegadores únicos	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	100% del porcentaje del sector.
--	---	--------------------	--	---------------------------------

*Navegadores únicos promedio en OJD interactiva en los últimos doce meses (junio 2023 - mayo 2024)

d) Publicidad Exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior			6% sobre la inversión publicitaria prevista
	<p>Mupis:</p> <ul style="list-style-type: none"> Producción y colocación de un mínimo de 12 mupis durante dos semanas 	Unidades	100% 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 de la campaña publicitaria, 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.

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
12-7-9.02-0050/2024	Piiego PT	Contratación electrónica	2024/0570664
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

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. Postevaluación 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:

- 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.
- 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.
- Indicar el cumplimiento de los compromisos adquiridos con los criterios de adjudicación.

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.
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

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
12-7-9.02-0050/2024		Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0570664
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Secretario General Técnico			
2				

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 10 días y se enmarcará preferentemente del **20 al 30 de julio de 2024** (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	
12-7-9.02-0050/2024	Pieigo PT	Contratación electrónica	2024/0570664	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico				
2				