



## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 09 CONCILIACIÓN Y CORRESPONSABILIDAD, HERRAMIENTAS DE IGUALDAD» DE LA CONSEJERÍA DE SALUD Y POLÍTICAS 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 25 09 Conciliación y Corresponsabilidad, herramientas de igualdad”, de la Consejería de Salud y Políticas Sociales.

La difusión de la presente campaña se ejecutará previsiblemente del **10 al 20 de julio (ambos inclusive)**.

### 2. Definición y descripción del contrato.

El objeto del contrato de difusión comporta los siguientes servicios y actividades profesionales requeridos:

- 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.
- 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.
- 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 **conciliación de la vida personal, familiar y laboral** es un **derecho fundamental** que impacta de forma directa en la calidad de vida de las personas, en la igualdad de oportunidades y en el bienestar de las familias. Sin embargo, este

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	
12-7-9.02-0064/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0519719	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Secretario General Técnico			
2				

derecho sigue enfrentando importantes obstáculos estructurales, sociales y culturales que dificultan su ejercicio pleno, especialmente entre las mujeres, que siguen asumiendo mayoritariamente las responsabilidades del cuidado.

En este contexto, la **corresponsabilidad** —el reparto equitativo de responsabilidades de las tareas domésticas, de cuidado y distribución del tiempo de vida entre mujeres y hombres, así como entre las instituciones, las empresas y el conjunto de la sociedad— se revela como una **herramienta imprescindible para lograr la igualdad real**, mejorar la convivencia y avanzar hacia un **modelo de desarrollo más justo y sostenible**.

Consciente de esta realidad, el **Gobierno de La Rioja** ha hecho de la conciliación y la corresponsabilidad una línea estratégica dentro de sus políticas públicas. Desde hace años, impulsa medidas orientadas a **garantizar el derecho a conciliar sin renuncias** personales o profesionales y a **transformar los patrones culturales** que siguen situando las tareas del hogar y del cuidado como una tarea exclusivamente femenina.

En este marco, **La Rioja se ha incorporado de forma decidida al Plan Corresponsables**, una iniciativa nacional promovida por el **Ministerio de Igualdad** que tiene como finalidad avanzar hacia la creación de un sistema público de cuidados. Este año, además, con un compromiso mayor al participar con fondos propios en la implementación de un programa (este plan) que en nuestra comunidad no solo ha supuesto la **creación de servicios gratuitos de atención y cuidado**, sino también una **oportunidad clave para reforzar el compromiso del Gobierno de La Rioja con las familias, especialmente en los entornos rurales o con menos recursos**, donde estas necesidades son más urgentes.

Gracias al esfuerzo financiero conjunto entre instituciones, entidades locales y tejido social, el **Plan Corresponsables** es una herramienta útil, cercana y transformadora, que contribuye a **equilibrar el reparto de los cuidados, apoyar a quienes los asumen en solitario y crear entornos más igualitarios** donde el tiempo y las responsabilidades se comparten de forma justa.

En este contexto, la campaña institucional que se presenta busca visibilizar este compromiso, dar a conocer los recursos disponibles y **movilizar a la sociedad riojana en torno a un cambio de valores**. Porque **conciliar no debe ser una carga ni un privilegio**: debe ser un derecho garantizado por las instituciones y **compartido por todas las personas**.

Así, la campaña tiene como ejes centrales la **sensibilización social, la implicación activa de los hombres y la ruptura con los estereotipos de género** que aún perviven. A través de mensajes claros, cercanos y positivos, pretende fomentar **nuevos modelos de convivencia y cuidado**, donde todas las personas **puedan desarrollarse en igualdad de condiciones y disfrutar de una vida plena y equilibrada**.

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	
12-7-9.02-0064/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0519719	Fecha/hora
Cargo	Firmante / Observaciones			
1 Secretario General Técnico				
2				

### 3.2. Objetivos de comunicación

Los objetivos que se quieren conseguir a través de esta campaña son:

- Sensibilizar a la sociedad riojana sobre la importancia de compartir de forma justa las tareas del hogar, el cuidado y el tiempo en la vida diaria.
- Mostrar que la corresponsabilidad mejora la convivencia, la salud emocional y la igualdad entre mujeres y hombres.
- Animar a los hombres a participar activamente en las tareas de cuidado y domésticas, rompiendo con los roles tradicionales que provocan desigualdad.
- Dar a conocer los recursos y servicios del Gobierno de La Rioja, especialmente a través del Plan Corresponsables, para ayudar a las familias a conciliar.

### 3.3. Público objetivo

Se establece como público objetivo para la campaña de comunicación a toda 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 327.889 personas\*, de las que 166.070 son mujeres y 161.819 son hombres.

\*Datos provisionales de la Encuesta Continua de Población a 1 de abril de 2025.

## 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 **22.539,44 €**.

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	
12-7-9.02-0064/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0519719	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Secretario General Técnico			
2				

**TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN**
**a) Prensa escrita**

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Prensa escrita regional</b>		EGM		<b>27% de la inversión publicitaria prevista</b>
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	1er acumulado 2025	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	71,3-73,3% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	1er acumulado 2025	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	24,7-26,7% 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		<b>30% de la inversión publicitaria prevista</b>
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	1er acumulado 2025 (de La D)	Cuña 20''. Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	41,5-43,5% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	1er acumulado 2025 (de La D)	Cuña 20''. Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	36,9-38,9% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	1er acumulado 2025 (de La D)	Cuña 20''. Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	15,6-17,6% del porcentaje del sector.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0064/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0519719
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1   Secretario General Técnico			
2			

**c) Medios digitales**

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Diarios digitales regionales de información general</b>		OJD Interactiva*		<b>30% de la inversión publicitaria prevista</b>
	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	51,8-53,8% 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	25,3-27,3% 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	15,3-17,3% 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	1-1,6% del porcentaje del sector.

\*Navegadores únicos promedio en OJD interactiva en los últimos doce meses (mayo 2024-abril 2025)

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
12-7-9.02-0064/2025	Pliego PT	Contratación electrónica		2025/0519719
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Secretario General Técnico			
2				

<b>Medios digitales locales de información general</b>		<b>OJD Interactiva*</b>		<b>3% de la inversión publicitaria prevista</b>
	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	53,3-55,3% 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	23,3-25,3% 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	17,4-19,4% del porcentaje del sector

\*Navegadores únicos promedio en OJD interactiva en los últimos doce meses (mayo 2024-abril 2025)

<b>Medios digitales regionales de información temática</b>		<b>OJD Interactiva*</b>		<b>1% de la inversión publicitaria prevista</b>
	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 (mayo 2024-abril 2025)

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
12-7-9.02-0064/2025	Pliego PT	Contratación electrónica		2025/0519719
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Secretario General Técnico			
2				

**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>	<b>Tasa de alcance por publicación</b>		<b>2,5% de la inversión publicitaria prevista</b>
	RRSS del Diario digital de información general regional con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, X e Instagram		Post	48,3-50,3% del porcentaje del sector.
	RRSS del Diario digital de información general regional con segundo mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, X e Instagram		Post	47,7-49,7% del porcentaje del sector.

**e) Publicidad exterior**

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
<b>Publicidad exterior</b>			<b>6,5% sobre la inversión publicitaria prevista</b>
	<b>Mupis:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Producción y colocación de un mínimo de 15 mupis durante una semana</li> </ul>	Unidades	100% sobre el porcentaje del sector

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0064/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0519719
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
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. Postevaluación de la táctica publicitaria**

La empresa presentará, en el plazo de 15 días naturales desde el término de la ejecución de la difusión 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.

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	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
12-7-9.02-0064/2025	Piego PT	Contratación electrónica	2025/0519719	
1	Secretario General Técnico			
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.
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 tendrá una duración de **11 días, previsiblemente del 10 al 20 de julio.**

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	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
12-7-9.02-0064/2025	Piego PT	Contratación electrónica	2025/0519719	
1	Secretario General Técnico			
2				