

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 24 24 PREVENCIÓN RIESGOS LABORALES Y ENFERMEDADES PROFESIONALES» 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 24 24 Prevención de riesgos laborales y enfermedades profesionales”, de la Consejería de Economía, Innovación, Empresa y Trabajo Autónomo. La campaña tendrá una duración de 15 días, que se ejecutará previsiblemente del 23 de abril al 7 de mayo, con más intensidad el 28 de abril, Día Mundial de la Seguridad y la Salud en el Trabajo.

2. Definición y descripción del contrato.

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

- 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

El objetivo de esta campaña es difundir la prevención de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, desarrollando a tal fin acciones de análisis e investigación, asesoramiento técnico, formación, información, divulgación, sensibilización y de vigilancia y control, que se llevan a cabo desde el Servicio de Salud Laboral.

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	
12-7-9.02-0026/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0207113	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Secretario General Técnico			
2				

En 2023 los accidentes de trabajo mortales han experimentado un incremento en nuestra comunidad que preocupa a la sociedad en general y a este Gobierno en particular. En concreto, según los últimos datos publicados por el Ministerio de trabajo y Economía Social, en el periodo enero - noviembre de 2023 se registraron 4.254 accidentes de trabajo en jornada de trabajo (excluidos "in itinere"), de los cuales 13 resultaron mortales. En el mismo periodo de 2022, se registraron 5.176 accidentes, 8 de ellos mortales.

Según el análisis de los resultados de las actuaciones realizadas en 2023 por los Técnicos de prevención del Servicio de Salud Laboral, existe una falta de concienciación y sensibilización en materia preventiva tanto de personas empresarias como de trabajadoras.

Por ello, 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.

Principal objetivo

El principal objetivo de comunicación de esta campaña es sensibilizar a la población en general sobre la importancia de adoptar medidas de prevención y protección en el trabajo para salvaguardar la vida de las personas dado que sólo tenemos una.

3.3. Público objetivo

Se establece como público objetivo para la presente campaña de publicidad la población riojana 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

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0026/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0207113	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Secretario General Técnico			
2				

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	31% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	3er acumulado 2023	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	67-69% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	3er acumulado 2023	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	28-31% del porcentaje del sector.

b) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM		31% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	3 er acumulado 2023 (de L a D)	Cuña 20''. Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	40,0-43,0% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	3 er acumulado 2023 (de L a D)	Cuña 20''. Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	28,5-31,5% 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 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0026/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0207113	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico				
2				

	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	3 er acumulado 2023 (de La D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	22,5-25,5% del porcentaje del sector.
--	--	-------------------------------	--	---------------------------------------

c) **Medios digitales**

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
	Diarios digitales regionales de información general	OJD Interactiva*		31% 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	48-51% 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	33-36% 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	7% - 10% 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	1-3% del porcentaje del sector.

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

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	
12-7-9.02-0026/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0207113	
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Secretario General Técnico			
2				

Medios digitales locales de información general		OJD Interactiva*		2% 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	39-42% del porcentaje del sec 2+tor.
	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	28-31% 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	24-27% del porcentaje del sector

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

d) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior			5% sobre la inversión publicitaria prevista
	Mupis: <ul style="list-style-type: none"> • Unidades de colocación de un mínimo de 14 mupis durante 15 días. • Producción y colocación. 	Unidades	100% 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. 5 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0026/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0207113	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretario General Técnico				
2				
<div style="height: 40px;"></div>				

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.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0026/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0207113	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
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 15 días, que se ejecutará previsiblemente del 23 de abril al 7 de mayo, con más intensidad el 28 de abril, Día Mundial de la Seguridad y la Salud en el Trabajo.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0026/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0207113	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico				
2				