

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 27 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 25 27 Prevención de riesgos laborales y enfermedades profesionales**”, de la Consejería de Economía, Innovación, Empresa y Trabajo Autónomo.

La presente campaña tendrá una duración de **10 días**, que se ejecutará previsiblemente del **21 al 30 de abril**, 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 comporta los siguientes servicios y actividades profesionales requeridos:

- 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 objetivo de esta campaña es “Promover y fomentar la cultura preventiva en toda la sociedad” y coincide con el Objetivo 6 de la Estrategia Riojana de Seguridad y Salud en el Trabajo 2025-2028, nuevo marco de referencia para todas las políticas públicas de prevención de riesgos laborales que se implanten en La Rioja, que busca

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE				Pág. 1 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0038/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0199269	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretario General Técnico	Víctor Manuel Garrido Cano			03/03/2025 09:59:57
2 SELLADO ELECTRÓNICA	por Gobierno de La Rioja con CSV: OBHNKSISBWQ1DML	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		03/03/2025 10:01:40

conseguir lugares de trabajo más sanos, seguros y saludables, favoreciendo así una vida laboral de calidad que redundará en una mejora de la productividad y la competitividad de nuestro sector económico y empresarial.

En 2024 los accidentes de trabajo mortales en nuestra comunidad se han reducido un 50% respecto al año anterior (14 en 2023 y 7 en 2024). En el caso de los accidentes graves este descenso es de un 25 %. Estos datos, aunque son positivos, siguen preocupando a la sociedad en general y a este Gobierno en particular.

El “Análisis de la siniestralidad grave, muy grave y mortal en La Rioja 2017-2022”, realizado a partir de los 143 accidentes de trabajo investigados por el Servicio de Salud Laboral (126 graves muy graves y 17 mortales) y registrados en el periodo de referencia, confirma el carácter multicausal de los accidentes de trabajo y que son los hombres los que sufren en mayor medida este tipo de accidentes (93% registrados por hombres y el 7% sufridos por mujeres). Si se tiene en cuenta las ramas de actividad, se observa que los accidentes de trabajo correspondientes a industrias manufactureras y a construcción representaron el 57,9% del total (36,8% y 21,1% respectivamente).

El análisis de los resultados de las actuaciones realizadas en 2024 por los Técnicos de prevención del Servicio de Salud Laboral pone de manifiesto la falta de concienciación y sensibilización en materia preventiva tanto de personas empresarias como de trabajadoras.

Pero la Prevención de Riesgos Laborales no incumbe únicamente a personas trabajadoras y empresarias sino al conjunto de la sociedad y, por ello, el Gobierno de La Rioja continuará promocionando entornos laborales seguros y saludables mediante la difusión de la cultura preventiva a todos los niveles de la sociedad mediante acciones formativas, de divulgación, sensibilización y de información como: el desarrollo de campañas publicitarias, la ejecución de campañas de sensibilización dirigidas al profesorado y al alumnado de Formación Profesional y de Educación Primaria, etc.

3.2. Objetivos de comunicación

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 salud de las personas trabajadoras**.

3.3. Público objetivo

Se establece como **público objetivo primario la población trabajadora** en La Rioja que asciende a 150.880 personas ocupadas, de las cuales 81.600 son hombres y 60.290 mujeres, según datos del 4º trimestre de 2024 de la Encuesta de Población Activa (EPA) del Instituto Nacional de Estadística.

El **público secundario** es la población riojana en general.

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 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0038/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0199269	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico	Víctor Manuel Garrido Cano		03/03/2025 09:59:57	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV:	OBHNKSISBWQ1DML	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion

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 **26.296,02 €**.

TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN

a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		EGM	Especificaciones sobre formato	28% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	3er acumulado 2024	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	80-82% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	3er acumulado 2024	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	16-18% 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
12-7-9.02-0038/2025	Pliego PT	Contratación electrónica		2025/0199269
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Secretario General Técnico	Victor Manuel Garrido Cano		03/03/2025 09:59:57
2	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: OBHNKSISBWQ1DML	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	03/03/2025 10:01:40

b) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM		32% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	3er acumulado 2024 (de La D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	40,3-43,3% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	3er acumulado 2024 (de La D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	28,8-31,8% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	3er acumulado 2024 (de La D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	22,9-24,9% del porcentaje del sector.

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		OJD Interactiva*		32% 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	50-52% 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	27-29% 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	15-17% 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	1-2% del porcentaje del sector.

*Navegadores únicos promedio en OJD interactiva en los últimos doce meses (febrero 2024-enero 2025)

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		
12-7-9.02-0038/2025	Pliego PT	Contratación electrónica		Nº Documento 2025/0199269
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretario General Técnico	Víctor Manuel Garrido Cano			03/03/2025 09:59:57
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV:	OBHNKSISBWQ1DML	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion
				03/03/2025 10:01:40

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	51-53% 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	22-24% 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	21-23% del porcentaje del sector

* Navegadores únicos promedio en OJD interactiva en los últimos doce meses (febrero 2024-enero 2025)

d) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			5% sobre la inversión publicitaria prevista
	Mupis: <ul style="list-style-type: none">• Unidades de colocación de un mínimo de 15 mupis durante 7 días.• Producción y colocación	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.

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	
12-7-9.02-0038/2025	Piego PT	Contratación electrónica	2025/0199269	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico	Víctor Manuel Garrido Cano		03/03/2025 09:59:57	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV:	OBHNKSISBWQ1DML	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion
				03/03/2025 10:01:40

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 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.

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	
12-7-9.02-0038/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0199269	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico	Víctor Manuel Garrido Cano		03/03/2025 09:59:57	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: OBHNKSISBWQ1DML	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	03/03/2025 10:01:40	

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 **10 días**, que se ejecutará previsiblemente del **21 al 30 de abril, 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	
12-7-9.02-0038/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0199269	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico	Víctor Manuel Garrido Cano		03/03/2025 09:59:57	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: OBHNKSISBWQ1DML	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	03/03/2025 10:01:40	