



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 22 01 CONVIVENCIA ESCOLAR» DE LA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, CULTURA, DEPORTE Y JUVENTUD.

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 22 01 Convivencia escolar”, de la Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud.

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 lucha contra la violencia en la infancia es un imperativo de derechos humanos. Para promover los derechos de los niños, niñas y adolescentes consagrados en la Convención sobre los Derechos del Niño es esencial asegurar y promover el respeto de su dignidad humana e integridad física y psicológica, mediante la prevención de toda forma de violencia.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0009/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0149681	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Secretaría General Técnica			
2				



El nuevo **decreto de Convivencia Escolar**, que se prevé se apruebe en abril, junto con el VII Congreso Estatal de Convivencia: "Aprender y Convivir", que se va a celebrar ese mismo mes, pretenden dar a conocer y desarrollar un nuevo modelo de convivencia, que refuerza especialmente la prevención ante todo tipo de violencia en los centros.

La CONVIVENCIA surge como eje principal del programa educativo, como el foco clave de acción en la etapa obligatoria.

Este decreto tiene el objetivo de concretar las condiciones para organizar la convivencia en los centros, a través de una **educación en positivo**, de modo que se favorezca la formación en los valores de respeto de los derechos humanos y el ejercicio de la ciudadanía democrática con el **compromiso de toda la comunidad educativa**. Cuatro son los criterios que se van a tener en cuenta en el desarrollo de este Decreto en aras de desarrollar la convivencia positiva en el ámbito escolar. En primer lugar, el cuidado mutuo. El segundo criterio viene determinado por la dignidad de todas las personas. La paz positiva es el tercer criterio, por último, los derechos humanos, como código moral mínimo que nos permite una convivencia positiva.

Partiendo de esta realidad se establecen 3 objetivos fundamentales para esta campaña:

1. Dar a conocer el Decreto.

El presente Decreto está estructurado en siete Títulos, que desarrollan diferentes aspectos de la convivencia positiva.

El Título I concreta qué es la convivencia positiva, sus principales características y el enfoque de la misma desde un planteamiento proactivo.

El Título II desarrolla lo relativo a la transformación pacífica de conflictos, partiendo de la consideración de que los conflictos son algo permanente en las relaciones humanas y en la vida de los centros. Se plantean formas de analizarlos, se ofrecen diversas estrategias para su tratamiento y se hacen propuestas para establecer sistemas de mediación entre iguales como forma de gestionar pacíficamente los conflictos más habituales en los centros.

El Título III se centra en la prevención de la violencia entre iguales en los centros educativos, buscando garantizar un centro seguro para todo el alumnado. Se analiza la violencia entre iguales presente en el acoso y el ciberacoso, se describen las diversas formas en que aparece esta forma de maltrato y se plantean estrategias para su prevención, tratamiento y reparación. A su vez, se analiza también la violencia de género existente en los centros y se describen las diferentes formas en que aparece y se plantean acciones para la prevención, tratamiento y reparación de las consecuencias de estas conductas. Por último, se describen y

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0009/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0149681	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretaría General Técnica				
2				



analizan las conductas disruptivas del alumnado, que tanto afectan a la buena convivencia y el adecuado clima de la clase.

El Título IV se centra en las normas de centro y de clase, así como en la gestión del aula. Tras definir lo que son las normas y las funciones imprescindibles que cumplen en el desarrollo de la convivencia, se establecen los procedimientos necesarios para la implantación de las normas y los principales campos de acción en que deben concretarse. El segundo capítulo se centra en los principales procedimientos que pueden emplearse para la corrección de conductas, mostrando las diferencias entre el enfoque punitivo-sancionador y el enfoque restaurativo. Se describen las principales medidas preventivas, reparativas y reeducadoras, para centrarse en la propuesta de las prácticas restaurativas como procedimiento habitual en los centros. En el capítulo tercero se describen las respuestas a las conductas disruptivas, estableciendo un conjunto de estrategias de respuesta que van de lo más general a lo más particular, proponiendo también pautas concretas para aplicar en las aulas.

El Título V se centra en la participación y protagonismo del alumnado en la vida del centro. Se concretan los diferentes niveles y formas de organizar la participación, se describen los principales obstáculos y, en un segundo trabajo, se propone concretar dicha participación y el protagonismo del alumnado a través de las distintas concreciones de la figura del “alumnado-ayudante”. Se explican las funciones que llevan a cabo estos alumnos y alumnas, así como las posibles acciones que pueden llevar a cabo.

El Título VI desarrolla las competencias que son necesarias para vivir una convivencia positiva, lo que se puede llamar la inteligencia interpersonal, que concreta en cuatro competencias fundamentales.

Por último, el Título VII desarrolla cuestiones organizativas para el trabajo de la convivencia: la planificación de la formación necesaria, la concreción en el Plan de Convivencia y la creación del equipo y del responsable de la convivencia en el centro. Igualmente, se analizan los Órganos autonómicos para el impulso de la convivencia, centrándose especialmente en las funciones del Observatorio Autonómico de la Convivencia.

2. Poner en valor cómo estas medidas inciden en los centros educativos y en las familias:

Desde este planteamiento se aboga por trabajar la convivencia en positivo en los centros Educativos. Se basa en un planteamiento participativo, consensuado, preventivo y proactivo que permita a los centros detectar posibles conflictos e intervenir antes de que estos se intensifiquen.

Se busca actualizar el sistema de convivencia, asentado en un enfoque reactivo y sancionador, para evolucionar a un **enfoque proactivo**, basado en **procesos de diálogo y resolución de conflictos** para abordar con eficacia problemas como el acoso o las conductas disruptivas en el aula.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0009/2022	Piego PT	Contratación electrónica	2022/0149681	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretaría General Técnica				
2				



Se trata de promover que la escuela es un centro de aprendizaje, donde todos los niños y niñas se inician en la cultura y en el acceso a los conocimientos acumulados en nuestra sociedad. Pero, a la vez, es también un centro de convivencia. Hay que crear las condiciones para que todos los alumnos puedan crecer, evolucionar y desarrollarse. En el sistema actual reactivo cuando se produce un caso de acoso, violencia o de conducta disruptiva, se interviene y se sanciona, y en ocasiones es la víctima, y no el agresor, quien sale perjudicada. Mientras que en el sistema proactivo los esfuerzos se centran en evitar casos de acoso, por ejemplo, implicando al grupo (espectadores), estableciendo un ambiente de seguridad, reforzando la relación entre profesorado y alumnado.

Los conflictos son un fenómeno que siempre están presentes en las relaciones interpersonales y, educar para la gestión pacífica de conflictos es una de las enseñanzas fundamentales de la educación obligatoria, ya que se prepara a las alumnas y alumnos para una realidad que van a encontrar continuamente a lo largo de su vida. De este modo, se les proporcionan herramientas socioemocionales para que aprenden a respetar a otras personas y rechacen la violencia como medio para solucionar sus diferencias.

También se potencia en los centros la construcción de unas adecuadas relaciones de convivencia, implicando a todas las partes: alumnado, profesorado, familias e instituciones.

Se trabaja para favorecer la Construcción de centros seguros. Esto supone desarrollar un modelo que enseñe a relacionarse con otras personas, a crear vínculos sólidos, a lograr una buena comunicación basada en la escucha activa y la no violencia, a saber, buscar acuerdos y gestionar los conflictos.

Se debe evolucionar a un sistema que implique la intervención activa y aprovechar la oportunidad para formar personas, no solo en la parte académica si no también trabajando su inteligencia emocional y sus competencias personales desde un enfoque positivo y siempre teniendo en cuenta los elementos cognitivos, emocionales, sociales y éticos que intervienen.

Es necesario erradicar todo tipo de violencia, especialmente la estructural y cultural, para que surja y crezca la paz positiva. Se quieren desterrar de las aulas los casos de acoso, bullying, ciberacoso, violencia de género, las agresiones machistas o las conductas disruptivas.

Las personas jóvenes adquieren a temprana edad estereotipos y roles sociales que posteriormente desarrollan para el resto de su vida. Y la convivencia positiva ayuda a establecer un espacio común de inclusión y una adecuada gestión pacífica de conflictos. Esto únicamente se conseguirá concienciando a toda la comunidad educativa.

Desde la administración se está trabajando para acompañar a los centros en este proceso, dando la formación, el tiempo y el espacio necesario para que se inicien en este proceso de reflexión y cambio.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0009/2022	Piego PT	Contratación electrónica	2022/0149681	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Secretaría General Técnica				
2				



Se va a dotar de formación necesaria y acompañamiento por parte de personal formado para garantizar seguridad y confianza.

Se está facilitando la planificación de formación necesaria a las familias y la coordinación con la FAPA (Federación de AMPAS de La Rioja) y la CONCAPA (Confederación de APAS y AMPAS de colegios concertados de La Rioja).

Debemos entender que un centro educativo no son solo alumnos y profesores, la comunidad educativa está compuesta por alumnos/as, profesores/as, padres, madres, tutores/as legales y todo personal que trabaje dentro del centro. Por ello, la mira para atender y llegar a toda la comunidad educativa debe ampliarse y garantizar la formación y el acompañamiento necesario a todos los integrantes de la misma.

3. Dar a conocer el VII Congreso Estatal de Convivencia: “Aprender y Convivir”.

El congreso tendrá lugar del 21 al 23 de abril en el RiojaForum de Logroño.

Su objetivo principal es difundir los planteamientos del Decreto y servir como un encuentro de crecimiento y enriquecimiento en lo que a estos temas respecta.

3.2. Objetivos de comunicación

Esta campaña se plantea como principal objetivo de comunicación:

- Difundir las ideas clave del nuevo decreto de Convivencia Escolar.
- Poner en valor cómo inciden las medidas en los centros educativos y en las familias-Repercusión positiva.
- Dar a conocer el VII congreso Estatal de Convivencia: “Aprender y Convivir”.

Otros objetivos que se quieren conseguir son:

- Sensibilizar a la ciudadanía sobre la importancia de la convivencia como elemento clave de la acción educativa.
- Trasladar que la convivencia escolar y la educación en positivo se basan en estudios empíricos serios y rigurosos.
- Destacar la importancia que tiene la convivencia escolar en entornos educativos al mismo nivel que el expediente curricular
- Comunicar el concepto de centros educativos libres de violencia.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0009/2022	Piego PT	Contratación electrónica	2022/0149681	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretaría General Técnica				
2				



- Refutar la idea de que el profesorado pierde su autoridad con el nuevo decreto de Convivencia Escolar. Con este nuevo enfoque se refuerza su autoridad dotándole de las competencias socioemocionales necesarias para gestionar y evitar situaciones de conflicto en las aulas.

3.3. Públicos objetivos

Se establecen como público primario para esta campaña, a 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 **315.811 personas**, de las que 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres. Concretamente dentro de toda la sociedad sería prioritario llegar al profesorado de los centros educativos y Equipos de Orientación, sobre todo en lo que respecta a la difusión del Decreto y a la promoción del Congreso.

También nos planteamos como público objetivo a las **familias con hijos en edad escolar** (infantil, primaria, secundaria o bachillerato), especialmente aquellas que han sido objeto de acoso, bullying o cualquier otra forma de violencia en las aulas.

* Datos del IER a 1.7.2021

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.

Para la elaboración de la táctica de medios, la empresa deberá cumplir los criterios técnicos que en este pliego se detallan, y que según la estrategia publicitaria del Gobierno de La Rioja y atendiendo a los públicos objetivos a los que se pretende llegar con la presente campaña, se detallan a continuación en la **tabla de soportes, formatos e inversión**, determinando los sectores y soportes en los que realizar la inversión publicitaria y el porcentaje de la misma.

TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN.

a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
	Prensa escrita regional	OJD u PGD	Especificaciones	34% de la inversión

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0009/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0149681
Cargo	Firmante / Observaciones		
1 Secretaría General Técnica			
2			



			sobre formato	publicitaria prevista
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato	50%Branded content 50% Publicidad	44% - 47% del porcentaje del sector.
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	OJD Último dato	50%Branded content 50% Publicidad	41% - 44% del porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato	Preferentemente 50%Branded content 50% Publicidad	6% - 9% del porcentaje del sector.

b) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM 3º acum. para La Rioja L-V	Cuñas 20" y branded content	20% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	50%Branded content 50% Publicidad	43% - 46% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	50%Branded content 50% Publicidad	42% - 45% 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. 7 / 13

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0009/2022	Piego PT	Contratación electrónica	2022/0149681
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/Hora
1 Secretaría General Técnica			
2			



	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia.	EGM	50% Branded content 50% Publicidad	6% - 9% del porcentaje del sector.
Radio temático de alcance autonómico		EGM 3º acum. para La Rioja L-V		9% de inversión publicitaria prevista
	Radio temático de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20" 100% publicidad	20% - 23% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20" 100% publicidad	20% - 23% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20" 100% publicidad	15% - 18% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	EGM	Cuña 20" 100% publicidad	15% - 18% del porcentaje del sector.
	Radio temático de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	EGM	Cuña 20" 100% publicidad	15% - 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. 8 / 13

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0009/2022	Piego PT	Contratación electrónica	2022/0149681
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaría General Técnica			
2			



c) **Medios digitales**

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		Comscore u OJD Interactiva*		21% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		47% - 50% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		30% - 33% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		11% - 14% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		1% - 3% 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. 9 / 13

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0009/2022	Piego PT	Contratación electrónica	2022/0149681
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaría General Técnica			
2			



Diarios digitales temáticos regionales		OJD Interactiva		3% de la inversión publicitaria prevista
Primer medio digital temático regional		OJD Interactiva		90-100% de la inversión publicitaria prevista

(*) Audiencia media acumulada últimos seis meses hasta enero 2022

d) Publicaciones en RRSS en medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
	Publicaciones en RRSS de los medios digitales regionales de información general y temática	Tasa de alcance por publicación		3% de la inversión publicitaria prevista
	RRSS del Diario digital de información general regional con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, Twitter e Instagram		post	42% - 45% del porcentaje del sector.
	RRSS del Diario digital de información general regional con segundo mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, Twitter e Instagram		post	31% - 34% 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. 10 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0009/2022	Piego PT	Contratación electrónica	2022/0149681	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretaría General Técnica				
2				



	RRSS del medio digital regional de temática infantil con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook e Instagram		post	9% - 12% del porcentaje del sector.
	RRSS del medio digital regional de temática de ocio y cultura con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook e Instagram.		post	6% - 9% del porcentaje del sector

e) Publicidad Exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			10% sobre la inversión publicitaria prevista
	Mupis: <ul style="list-style-type: none"> • Unidades de colocación en un mínimo de 15 mupis de Logroño durante 15 días. • Producción y colocación 	Unidades	85% - 88% 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. 11 / 13

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0009/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0149681
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaría General Técnica			
2			



	Autobús metropolitano: <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de vinilos para laterales de autobús. • 1 autobús. • Colocación y retirada de vinilos. 	Unidades	9% - 12% 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 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 término de la campaña, 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 12 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0009/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0149681	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Secretaría General Técnica				
2				



- B) 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.

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:
 - 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 debe enmarcarse preferentemente **del 28 de marzo al 23 de abril de 2022** (ambos inclusive).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.

Pág. 13 / 13

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0009/2022	Piego PT	Contratación electrónica	2022/0149681
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaría General Técnica			
2			