



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 22 DISTINCIÓN “CENTRO EDUCATIVO DEPORTIVO”» DE LA CONSEJERÍA DE CULTURA, TURISMO, 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 25 22 Distinción “Centro Educativo Deportivo””, de la Consejería de Cultura, Turismo, Deporte y Juventud.

La difusión de la presente campaña tendrá una duración previsiblemente de **12 días, del 29 de septiembre al 10 de octubre.**

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

La Distinción “Centro Educativo Deportivo” es una iniciativa institucional del Gobierno de La Rioja, impulsada por la Dirección General de Deporte y Juventud, conscientes del papel fundamental de la práctica de la actividad física y deportiva en la formación de los escolares.

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	
12-7-9.02-0069/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0583366	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano	27/06/2025 11:50:20	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: J46LSYWSQ40XZC4	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	
			27/06/2025 11:50:46	

Esta distinción tiene como finalidad reconocer públicamente a los centros educativos de La Rioja que destacan por su compromiso con la actividad física, la práctica deportiva, los hábitos saludables y la educación en valores como la igualdad, la inclusión, el esfuerzo y la convivencia.

La distinción busca visibilizar e impulsar el trabajo de los centros para promover el deporte y la salud desde una perspectiva integral y educativa.

Este reconocimiento retoma el programa “Colegio Deportivo”, con una nueva denominación y unos criterios renovados, bajo el nombre de “Centro Educativo Deportivo”, manteniendo su espíritu original: poner en valor el compromiso educativo y social del deporte escolar.

Para optar al reconocimiento, los centros deben presentar una candidatura que refleje su compromiso con estos principios y aportar evidencias de las actividades desarrolladas. Las solicitudes se valoran conforme a criterios definidos en la convocatoria oficial y requieren una justificación documental del trabajo realizado a lo largo del curso escolar.

La campaña de publicidad institucional tiene como objetivo reforzar la difusión de esta iniciativa, animar a los centros a participar en la convocatoria y consolidar su imagen pública como una herramienta educativa y transformadora del entorno escolar.

3.2. Objetivos de comunicación

Los objetivos de comunicación de la presente campaña son:

- **Difundir el proyecto “Distinción Centro Educativo Deportivo”** como iniciativa del Gobierno de La Rioja orientada a reconocer a los centros comprometidos con la actividad física, la salud y los valores del deporte.
- **Promover la participación activa de los centros educativos riojanos** en la convocatoria de la distinción, facilitando el conocimiento del proceso y motivando la presentación de candidaturas.
- **Impulsar la práctica regular de actividad física y deporte** en el entorno escolar como parte del desarrollo integral del alumnado.
- **Sensibilizar sobre los valores positivos** asociados al deporte: respeto, superación, igualdad, inclusión, trabajo en equipo y convivencia.
- **Dar a conocer los efectos saludables de la práctica deportiva** entre la población escolar de La Rioja, posicionando el deporte como un elemento clave para el bienestar físico, emocional y social de los menores.

3.3. Públicos objetivos

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

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	
12-7-9.02-0069/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0583366	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretario General Técnico	Victor Manuel Garrido Cano			27/06/2025 11:50:20
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: J46LSYWSQ40XZC4 Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion			27/06/2025 11:50:46

- **Público objetivo primario:** escolares y centros educativos con enseñanza primaria (E.P.) integrada.
- **Público objetivo secundario:** 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 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 €**.

TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN

a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		EGM		27,25% de la inversión publicitaria prevista
	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
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM		30,50% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	1er acumulado 2025 (de L a D)	Cuñ 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 L a D)	Cuñ 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 L a D)	Cuñ 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	15,6-17,6% del porcentaje del sector.

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		OJD Interactiva*		30,50% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor	Navegadores únicos	Como mínimo, el 30% de las inserciones	52,4-54,4% del porcentaje del sector.

	número de usuarios únicos de La Rioja.		contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	
	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	26,3-28,3% 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	13,7-15,7% 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 (junio 2024-mayo 2025)

Medios digitales locales de información general		OJD Interactiva*		4% 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	53,7-55,7% del porcentaje del sector.

			ubicadas en el primer tercio de la pantalla	
	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	24,6-26,6% 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	15,7-17,7% del porcentaje del sector

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

Medios digitales regionales de información temática		OJD Interactiva*		1,50% de la inversión publicitaria prevista
	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 2024-mayo 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
12-7-9.02-0069/2025	Pliego PT	Contratación electrónica		2025/0583366
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano		27/06/2025 11:50:20
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: J46LSYWSQ40XZC4 Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		27/06/2025 11:50:46

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		4% de la inversión publicitaria prevista
	RRSS del Diario digital de información general regional con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, X e Instagram		Post	41-44% 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	41-44% del porcentaje del sector.
	RRSS del medio digital regional de temática infantil de La Rioja		Post	8-12% del porcentaje del sector.

e) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior			2,25% sobre la inversión publicitaria prevista
	Carteles: <ul style="list-style-type: none"> Impresión de un mínimo de 200 carteles 40x60 Papel: couché de 150 gr Impresión: 4+0 tintas 	Unidades	98-100% sobre el porcentaje del sector

	<ul style="list-style-type: none"> • Reparto en centros educativos de La Rioja y en la Dirección General de Deporte y Juventud 		
--	---	--	--

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>				Pág. 8 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0069/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0583366	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano	27/06/2025 11:50:20	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: J46LSYWSQ40XZC4	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	
			27/06/2025 11:50:46	

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 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 previsiblemente de **12 días, del 29 de septiembre al 10 de octubre.**

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	
12-7-9.02-0069/2025		Pliego PT	Contratación electrónica			2025/0583366	
Cargo		Firmante / Observaciones			Fecha/hora		
1 Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano			27/06/2025 11:50:20		
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: J4GLSYWSQ40XZC4		Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		27/06/2025 11:50:46	