

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 14 CAMPAÑA VACUNACIÓN GRIPE/COVID. 2025-2026», 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 14 Campaña vacunación gripe/COVID. 2025-2026”, de la Consejería de Salud y Políticas Sociales.

La difusión de la presente se desarrollará previsiblemente **del 26 de septiembre al 5 de octubre (dependiendo del comienzo de la campaña de la gripe)**.

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 campaña de vacunación 2025-2026 del Gobierno de La Rioja, impulsada por la Consejería de Salud y Políticas Sociales, tiene como objetivo proteger la salud de la población frente a enfermedades respiratorias de alta incidencia estacional, como la gripe, el virus respiratorio sincitial (VRS), así como otros virus respiratorios con potencial de impacto. Esta acción cobra especial relevancia durante los meses de otoño e invierno, cuando la

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	
12-7-9.02-0078/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0635332	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Secretario General Técnico			
2				

circulación de estos virus se intensifica y puede generar un impacto significativo tanto en la salud de las personas como en la capacidad asistencial del sistema sanitario.

La vacunación frente a la gripe se consolida como una medida eficaz para prevenir la propagación del virus y reducir complicaciones en personas con factores de riesgo. En los últimos años, esta campaña se ha complementado con otras inmunizaciones respiratorias estacionales, reforzando la estrategia conjunta de protección frente a virus prevalentes. Además, desde 2023, se ha incorporado como novedad la inmunización frente al VRS dirigida a bebés riojanos, para prevenir infecciones graves en este grupo especialmente vulnerable.

Esta campaña de vacunación 2025-2026 amplía la protección frente a la gripe en los centros educativos y el virus respiratorio sincitial en residencias de mayores de La Rioja. De este modo, la vacunación frente a la gripe se extenderá a todos los niños desde los 6 meses hasta los 11 años (incluidos). Esta medida tiene como objetivo fundamental reducir la incidencia de la gripe en la población infantil y prevenir posibles complicaciones graves que puedan requerir hospitalización. La vacunación en estas edades se llevará a cabo en los centros escolares de La Rioja desde 1º de Educación Infantil hasta 6º de Educación Primaria.

Por otro lado, la segunda novedad es la vacunación, por primera vez, frente al virus respiratorio sincital (VRS) en los adultos que residen en centros sociosanitarios para mayores.

Estas nuevas acciones refuerzan el enfoque preventivo de la Consejería de Salud y Políticas Sociales del Gobierno de La Rioja, cuyo propósito es proteger de manera continua a los distintos grupos poblacionales frente a enfermedades prevenibles y, ante todo, a los más vulnerables, como son los menores, mayores y enfermos crónicos.

Con esta iniciativa, el Gobierno de La Rioja refuerza su compromiso con la salud pública, fomentando una actitud preventiva y corresponsable. La vacunación es una herramienta segura, eficaz y esencial para reducir la carga de enfermedad en la comunidad.

3.2. Objetivos de comunicación

Los objetivos de comunicación de esta campaña son:

- Dar a conocer la campaña de vacunación 2025-2026 frente a enfermedades respiratorias estacionales a la ciudadanía riojana.
- Incrementar la participación voluntaria en la campaña, especialmente entre los colectivos de riesgo, para mejorar las tasas de cobertura vacunal.
- Informar y sensibilizar a los grupos prioritarios sobre la importancia y beneficios de la vacunación como herramienta eficaz para la prevención individual y colectiva.

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	
12-7-9.02-0078/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0635332	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Secretario General Técnico			
2				

3.3. Público objetivo

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

Público objetivo primario:

- Personas vulnerables por edad o condiciones de salud: personas mayores y personas con patologías crónicas o factores de riesgo, por su mayor probabilidad de desarrollar complicaciones ante infecciones respiratorias.
- Ámbito familiar e infancia: padres, madres y cuidadores de los menores pequeños de entre 6 meses y 11 años, a los que se amplía la vacunación frente a la gripe,
- Adultos que residen en centros sociosanitarios para mayores, a los que se recomienda la vacunación frente al VRS.
- Profesionales del ámbito sanitario y sociosanitario: tanto por su mayor exposición a los virus como por su papel activo en la prevención y el cuidado de personas vulnerables.

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.

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	
12-7-9.02-0078/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0635332	
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 **18.782,87 €**.

TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN

a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		EGM	Especificaciones sobre formato	27% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	2º acumulado 2025	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	70,7-73,7% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	2º acumulado 2025	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	24,3-26,3% 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% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	2º acumulado 2025 (de LaD)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	35,25-38,25% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	2º acumulado 2025 (de LaD)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	34,75-36,75% 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. 4 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0078/2025	Pliego PT	Contratación electrónica		2025/0635332
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Secretario General Técnico			
2				

	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	2º acumulado 2025 (de La D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	22-25% 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% 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	51,5-54,5% 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	26,4-28,4% 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	13,5-15,5% 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 (julio 2024- junio 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	
12-7-9.02-0078/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0635332	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretario General Técnico				
2				
<div style="height: 40px; margin-top: 10px;"></div>				

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	52,1-55,1% 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	24,8-27,8% 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	15,1-17,1% del porcentaje del sector

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

Diarios digitales temáticos regionales	OJD Interactiva*		1% de la inversión publicitaria prevista
Medio digital temático regional de temática infantil con mayor número de usuarios únicos	Navegadores únicos	Como mínimo, el 30% de las inserciones contratadas estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	97-100%

* Navegadores únicos promedio en OJD interactiva en los últimos doce meses (julio 2024- junio 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	
12-7-9.02-0078/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0635332	
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
	Publicaciones en RRSS de los medios digitales regionales de información general	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, X e Instagram		Post	48-51% 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	47-49% del porcentaje del sector.
Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
	Publicaciones en RRSS de los medios digitales regionales de información temática infantil	Tasa de alcance por publicación		1% de la inversión publicitaria prevista
	RRSS del Medio digital regional de información temática infantil con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, X e Instagram		Post	97-100% 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 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0078/2025	Pliego PT	Contratación electrónica		2025/0635332
Cargo		Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1	Secretario General Técnico			
2				

e) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			5% sobre la inversión publicitaria prevista
	Carteles 40x60: <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de un mínimo de 600 carteles de 40x60 a 4 tintas en papel couché brillo 115-125g. • Distribución y colocación en centros de salud de La Rioja, centros de día, educativos, entre otros. 	Unidades	97-100% 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.

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:

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
12-7-9.02-0078/2025	Pliego PT	Contratación electrónica		2025/0635332
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Secretario General Técnico			
2				

- 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.
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, previsiblemente **del 26 de septiembre al 5 de octubre (dependiendo del comienzo de la campaña de la gripe)**.

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	
12-7-9.02-0078/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0635332	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Secretario General Técnico			
2				