



## **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 17 SERVICIO DE TELEASISTENCIA PARA ATENCIÓN A PERSONAS CON DEPENDENCIA» DE LA CONSEJERÍA DE SALUD Y POLÍTICAS LOCALES.**

### **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 17 Servicio de teleasistencia para atención a personas con dependencia”, de la Consejería de Salud y Políticas Sociales.

La difusión de la presente campaña tendrá lugar previsiblemente del **9 al 20 de diciembre de 2025** (ambos incluidos).

### **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 Servicio de Teleasistencia Avanzada del Gobierno de La Rioja es un servicio de carácter social, preventivo y asistencial esencial para la atención y el acompañamiento de las personas mayores o en situación de dependencia. Su finalidad es garantizar una atención personalizada y continua, promoviendo la permanencia de las personas en su hogar en condiciones de seguridad, autonomía y calidad de vida.

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
00848-2025/000119	Pliego PT	Publicidad institucional	2025/0975158
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Secretario General Técnico		
2			

La atención se realiza principalmente a través de la línea telefónica, mediante centros de atención especializados atendidos por profesionales cualificados, disponibles las 24 horas del día, los 365 días del año, que valoran cada situación y movilizan los recursos necesarios para una respuesta rápida y eficaz ante emergencias o incidencias domésticas. Este servicio combina la asistencia técnica con la atención humana y cercana, adaptada a las necesidades de cada persona y coordinada con los recursos sociales y sanitarios de la red pública.

La teleasistencia tiene una doble función asistencial y preventiva: además de ofrecer ayuda inmediata ante emergencias, proporciona atenciones personalizadas que mejoran las condiciones de seguridad y compañía en la vida cotidiana de la persona usuaria, potencian su independencia y facilitan la integración en su entorno habitual, así como la detección y prevención de posibles situaciones de crisis o vulnerabilidad.

El servicio se ofrece en dos modalidades principales, adaptadas al perfil y grado de autonomía de cada persona usuaria:

- Teleasistencia domiciliaria fija, mediante un terminal instalado en el domicilio del usuario, conectado al centro de atención. Permite establecer comunicación directa, en modo manos libres, con el personal especializado ante cualquier incidencia o necesidad.
- Teleasistencia móvil, dirigida a personas con mayor autonomía o que realizan desplazamientos frecuentes, a través de relojes portátiles con geolocalización que permiten la comunicación directa con el centro de atención en caso de emergencia y proporcionan seguridad y tranquilidad también fuera del hogar.

Además, el servicio puede complementarse con dispositivos periféricos que refuercen la seguridad y personalización del sistema, como detectores de caída, sensores de humo, gas o temperatura, dispensadores de medicación o adaptadores para personas con deficiencias sensoriales, así como sistemas de acceso seguro o custodia de llaves para facilitar la atención rápida en caso de emergencia.

Recientemente se ha reforzado y modernizado tecnológicamente este Servicio de Teleasistencia Avanzada, lo que supondrá, entre otras cuestiones, la sustitución de los antiguos equipos analógicos por terminales y dispositivos digitales de última generación, adaptados a las necesidades de las personas usuarias. Los nuevos dispositivos serán sustituidos desde diciembre de este año y a lo largo de 2026.

La modernización de estos dispositivos se ha llevado a cabo dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, financiado por la Unión Europea – Next Generation EU, y forma parte del Componente 22, línea I1 “Plan de apoyos y cuidados de larga duración: desinstitucionalización, equipamientos y tecnología”, dentro del Proyecto 2 “Incorporación de tecnologías para la autonomía y cuidados domiciliarios”, orientado a la renovación del parque analógico y a la implantación de nuevos dispositivos tecnológicos en los hogares para favorecer la autonomía personal y mejorar la atención social y sanitaria en el ámbito domiciliario.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000119	Pliego PT	Publicidad institucional	2025/0975158
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

El Servicio de Teleasistencia Avanzada constituye también un apoyo para las personas cuidadoras, que cuentan con la tranquilidad de saber que sus familiares están atendidos permanentemente y disponen de ayuda inmediata ante cualquier eventualidad.

La campaña busca informar sobre la modernización de este recurso público esencial dentro de las políticas sociales del Gobierno de La Rioja, que garantiza atención, seguridad y autonomía personal a las personas mayores o en situación de dependencia. Con estas mejoras en el servicio se promueve y se posibilita la permanencia en el entorno, cumpliendo objetivos del Plan de desinstitucionalización.

### 3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación de esta campaña son:

- **Informar** a la ciudadanía sobre la existencia, características y modalidades del servicio, así como sobre su reciente actualización tecnológica, explicando sus beneficios y la forma de acceder a él.
- **Promover** su utilización entre las personas potencialmente beneficiarias y sus familiares, destacando la fiabilidad del sistema y fomentando el conocimiento del recurso y la confianza en su funcionamiento.
- **Transmitir** una imagen cercana, accesible y profesional, que refuerce la credibilidad del sistema público de atención social y la idea de acompañamiento continuo.
- **Poner en valor** la función preventiva y de apoyo del servicio, destacando su contribución a la seguridad, la autonomía y la calidad de vida de las personas usuarias.
- **Sensibilizar** a la sociedad riojana sobre la importancia del cuidado y la atención a las personas mayores y dependientes, promoviendo valores de solidaridad y compromiso.
- **Se amplía el número de usuarios a los que atiende el servicio**, con la consiguiente reducción de tiempo de espera para obtenerlo
- **Se amplía una sede en La Rioja Baja** para una atención más rápida en la zona.

### 3.3. Públicos objetivos

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

- **Población objetivo primaria:** Personas mayores, o en situación de dependencia, sus familiares y personas cuidadoras.
- **Población objetivo secundaria:** 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:

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
00848-2025/000119	Pliego PT	Publicidad institucional	2025/0975158
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

#### 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 **30.052,59 €**.

#### TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN

##### a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Prensa escrita regional</b>		<b>EGM</b>	<b>Especificaciones sobre formato</b>	<b>26% de la inversión publicitaria prevista</b>
	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	71,7-73,7% 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>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 4 / 9</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
00848-2025/000119	Pliego PT	Publicidad institucional	2025/0975158
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			

**b) Medios radiofónicos**

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Radio de corte generalista de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b>		<b>31% de la inversión publicitaria prevista</b>
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	2º acumulado 2025 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	36,25-38,25% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	2º acumulado 2025 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	34,75-36,75% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	2º acumulado 2025 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	23-25% del porcentaje del sector.

**c) Medios digitales**

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
<b>Diarios digitales regionales de información general</b>		<b>OJD Interactiva*</b>		<b>31% de la inversión publicitaria prevista</b>
	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	52,9-54,9% 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	26,8-28,8% 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	12,8-14,8% 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	1-1,5% del porcentaje del sector.
--	--	--------------------	--	-----------------------------------

\*Navegadores únicos promedio en OJD interactiva en los últimos doce meses (octubre 2024- septiembre 2025)

Diarios digitales locales de información general		OJD Interactiva*		4,75% 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	49,6-51,6% 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	30,1-32,1% 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	14,3-16,3% del porcentaje del sector

\* Navegadores únicos promedio en OJD interactiva en los últimos doce meses (octubre 2024- septiembre 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	
00848-2025/000119	Pliego PT	Publicidad institucional	2025/0975158	
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
<b>Publicaciones en RRSS de los medios digitales regionales de información general y temática</b>		<b>Tasa de alcance por publicación</b>		<b>3% de la inversión publicitaria prevista</b>
	RRSS del Diario digital de información general regional con mayor número de seguidores en sus cuentas de Facebook, X e Instagram		Post/story	49-51% 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/story	47-49% del porcentaje del sector.

**e) Publicidad exterior**

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
<b>Publicidad exterior y medios no convencionales</b>			<b>4,25% sobre la inversión publicitaria prevista</b>
	<p>– Impresión de, al menos, 300 carteles 40x60, a 4+0, en papel couché-brillo 125gr.</p> <p>– Al menos 5.000 unidades de folletos (tríptico) para las personas interesadas. Tamaño abierto A4 - cerrado 21 x 10 cm, en papel couché de 150 gr a 4+4 tintas.</p> <p>Se repartirán entre los centros de salud y hospitalarios de La Rioja</p>		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:

- 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 <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
00848-2025/000119	Pliego PT	Publicidad institucional	2025/0975158
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 aquella, 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 duración de la campaña tendrá una duración de 12 días, **previsiblemente del 9 al 20 de diciembre de 2025.**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 9 / 9
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000119	Pliego PT	Publicidad institucional	2025/0975158
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			