



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 36 PLAN DE EDUCACIÓN AMBIENTAL» DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, MUNDO RURAL Y MEDIO AMBIENTE.

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 36 Plan de Educación Ambiental”, de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural y Medio Ambiente.

La difusión de la presente campaña tendrá lugar previsiblemente del **20 al 29 de octubre 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

Esta campaña tiene como finalidad dar a conocer el **plan de Acción de Educación Ambiental para la Sostenibilidad de La Rioja**, que la sociedad sea consciente de la importancia que tiene la educación ambiental ante los desafíos ambientales, y buscar adhesiones/participantes en las iniciativas y acciones que programa el Gobierno de La Rioja ante estos desafíos.

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
00848-2025/000097	Informe	Publicidad institucional		2025/0794111
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano		03/09/2025 12:53:28
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: KDE3AJHCSYBAZIS	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	03/09/2025 12:54:46

El **Plan de Acción de Educación Ambiental para la Sostenibilidad de La Rioja** (PAEAS La Rioja) <https://www.larioja.org/larioja-client/cm/medio-ambiente/images?idMmedia=1536854> nace con el objetivo de ser un referente en la región, alineado con el Plan de Acción de Educación Ambiental para la Sostenibilidad (PAEAS) del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

Este Plan es el resultado de un proceso de participación colectivo en el que colaboraron más de 100 personas. Se oficializó a través del Decreto 9/2024 publicado en el Boletín Oficial de La Rioja, promoviendo una transición ecológica justa, centrada en la preservación del medio ambiente y la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía. La Educación Ambiental para la Sostenibilidad (EAS) se configura como un pilar fundamental en este proceso, entendida como una herramienta que facilita la toma de decisiones informadas, responsables y comprometidas con la sostenibilidad del entorno. Para conseguirlo, se necesita sensibilización, información, debate, reflexión y participación ciudadana: justamente los instrumentos que trabaja la Educación Ambiental para la Sostenibilidad (EAS).

En este contexto, el PAEAS La Rioja tiene como propósito ser una guía de acción en materia de Educación Ambiental para la Sostenibilidad en la comunidad autónoma y ser la hoja de ruta en la que se aúne el esfuerzo de ciudadanos, entidades, organizaciones y administraciones comprometidos en hacer frente a los retos ecosociales que nos plantea el siglo XXI.

Entre los objetivos del PAEAS se encuentran:

1. Hacer que la educación ambiental sea más **transversal** en la administración.
2. Promover la **reflexión e innovación** para mejorar la efectividad de los programas.
3. Facilitar su **integración** en el sistema educativo y formativo.
4. **Consolidar y fortalecer el sector profesional** de la Educación Ambiental.
5. Mejorar la incidencia de la Educación Ambiental en las **áreas protegidas y las organizaciones sociales y culturales**.
6. Mejorar la **comunicación y divulgación**, promoviendo la acción ciudadana.
7. **Visibilizar** las acciones y proyectos de Educación Ambiental que se llevan a cabo en la región, destacando la relevancia de estos esfuerzos en la construcción de una sociedad más consciente y comprometida.

El Gobierno de La Rioja ha sido el impulsor del Plan, pero desde su puesta en marcha (su elaboración fue fruto de un proceso participativo) el objetivo es que la sociedad “se apropie” de este documento y lo haga suyo, ya que es necesaria la colaboración de todos: administraciones, empresas, sector educativo, asociaciones, tercer sector y ciudadanía en general para que la educación cobre protagonismo y sus mensajes se extiendan a la sociedad. Con esta idea, se ha puesto en marcha un proceso de adhesión al PAEAS La Rioja, que comenzó en octubre de 2024, con el lanzamiento de una invitación a todas las personas, empresas, entidades, organismos y asociaciones de La Rioja que desearan comprometerse con los principios del PAEAS La Rioja. Por el momento, un total de 37 entidades se han adherido al PAEAS La Rioja conformando una red donde formarse, asesorarse, difundir, compartir, colaborar y poner en valor ideas y proyectos para avanzar hacia la sostenibilidad.

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
00848-2025/000097	Informe	Publicidad institucional		2025/0794111
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano		03/09/2025 12:53:28
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: KDE3AJHCSYBAZIS	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	03/09/2025 12:54:46

3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación de esta campaña son:

- Dar a conocer a la ciudadanía el Plan de Acción de Educación Ambiental para la Sostenibilidad de La Rioja.
- Poner en valor la educación ambiental como herramienta imprescindible ante retos globales como el cambio climático, la pérdida de biodiversidad, la contaminación o el consumo responsable.
- Fomentar la participación ciudadana –“Tú también formas parte del Plan”- de entidades sociales, sector educativo, administraciones, empresas y ciudadanía en general en las iniciativas del Plan.
- Crear sentido de pertenencia y corresponsabilidad: transmitir que el plan no es solo del gobierno, sino de toda la ciudadanía.
- Hacer sentir a la ciudadanía protagonista de la transformación; que comprendan que cada gesto cuenta, cada adhesión suma como llamada para adherirse, unirse a la red.

3.3. Públicos objetivos

Se establece el siguiente público objetivo para la presente campaña de publicidad:

- 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 328.313 personas*, de las que 166.360 son mujeres y 161.953 son hombres.

*Datos provisionales de la Encuesta Continua de Población a 1 de julio 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	
00848-2025/000097	Informe	Publicidad institucional	2025/0794111	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretario General Técnico	Victor Manuel Garrido Cano			03/09/2025 12:53:28
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: KDE3AJHCSYBAZIS Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion			03/09/2025 12:54:46

El licitador que resulte adjudicatario del expediente adquiere la obligación de destinar un importe mínimo de inversión en la táctica publicitaria de **16.528,93 €**.

TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN

a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		EGM	Especificaciones sobre formato	26% 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	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) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM		33% de la inversión publicitaria prevista
	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 La 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 La 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
Diarios digitales regionales de información general		OJD Interactiva*		33% 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	53,4-55,4% 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	26,3-28,3% 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	12,9-14,9% 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	1-1,4% del porcentaje del sector.

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

Diarios 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 ubicadas en el primer tercio de la pantalla	52,4-54,4% 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	26,6-28,6% del porcentaje del sector

			primer tercio de la pantalla	
	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	15-17% del porcentaje del sector

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

Medios digitales regional de información temática		OJD Interactiva*		1 % 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 (agosto 2024- julio 2025)

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, X e Instagram		Post	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	47-49% del 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.
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 duración de la campaña tendrá una duración de 10 días, **previsiblemente del 20 al 29 de octubre de 2025.**

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
00848-2025/000097		Informe	Publicidad institucional			2025/0794111
Cargo		Firmante / Observaciones			Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano			03/09/2025 12:53:28	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV:	KDE3AJHCSYBAZIS	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		03/09/2025 12:54:46