



## **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “CP 25 20 CAMPAÑA PARA EL FOMENTO DE LA MATRICULACIÓN DE LA FP” DE LA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y EMPLEO.**

### **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 20 Campaña para el fomento de la matriculación de la FP”, de la Consejería de Educación y Empleo.

La difusión de la presente campaña se ejecutará previsiblemente del **15 al 25 de mayo**.

### **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**

Los estudios de Formación Profesional ofrecen a la sociedad una elección de futuro en la que el alumnado se prepara para dar respuesta a los retos laborales de La Rioja. Nuestra oferta educativa se consolida como una opción completa, atractiva, accesible y de alta calidad que cubre las necesidades actuales de nuestro entorno productivo y social.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.				Pág. 1 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0049/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0298646	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano	01/04/2025 09:39:09	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: DVVOZQLYK7QOARL	Dirección de verificación: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>	
			01/04/2025 09:40:04	

El principal problema al que se enfrentan hoy en día nuestras empresas es la dificultad para contratar los empleados que necesitan, especialmente, titulados intermedios de FP (técnicos y técnicos superiores). Esta necesidad hace que la FP sea la enseñanza que consigue, con ciclos formativos de menor duración, mayores niveles de empleabilidad.

Otro aspecto fundamental es que los estudiantes de FP cuando acaban sus estudios encuentran trabajo generalmente en nuestra comunidad o en localidades cercanas a sus lugares de origen.

### 3.2. Objetivos de comunicación

Los objetivos de comunicación de esta campaña son:

- Presentar los estudios de FP como una opción formativa muy práctica, moderna, de calidad, que permite muchos itinerarios formativos diferentes, y sobre todo muy demandada por las empresas.
- Presentar la FP como una educación que proporciona respuesta a las empresas de nuestra comunidad y genera arraigo social en nuestra comunidad.
- Estimular y motivar al alumnado en la elección de una formación activa, moderna, transformadora que le facultará para adaptarse a las modificaciones en el ámbito laboral que se puedan producir a lo largo de la vida.

### 3.3. Público objetivo

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

- El **público objetivo primario** es el alumnado riojano de 3º y 4º de la ESO y Bachillerato, así como sus familias y estudiantes que actualmente ya están estudiando FP.
- El **público objetivo secundario** es 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 325.987 personas\*, de las que 165.065 son mujeres y 160.922 son hombres.

\*Datos provisionales de la Encuesta Continua de Población a 1 de octubre de 2024.

### 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. 2 / 10	
Expediente		Tipo	Procedimiento			Nº Documento	
12-7-9.02-0049/2025		Pliego PT	Contratación electrónica			2025/0298646	
Cargo		Firmante / Observaciones			Fecha/hora		
1 Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano			01/04/2025 09:39:09		
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: DVVOZQLYK7QOARL Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion			01/04/2025 09:40:04		

#### 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 **22.539,45 €**.

#### 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>26% de la inversión publicitaria prevista</b>
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	3er acumulado 2024	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	80-82% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	3er acumulado 2024	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	16-18% del porcentaje del sector.

##### 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>20% de la inversión</b>

				<b>publicitaria prevista</b>
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	3 <sup>er</sup> acumulado 2024 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	40,3-43,3% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	3 <sup>er</sup> acumulado 2024 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	28,8-31,8% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	3 <sup>er</sup> acumulado 2024 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	22,9-24,9% del porcentaje del sector.
<b>Radio temática de alcance autonómico</b>		<b>EGM</b>		<b>14% de inversión publicitaria prevista</b>
	Radio temática de alcance autonómico con mayor audiencia	3 <sup>er</sup> acumulado 2024 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 40% de las cuñas se emitirán en horario de mayor audiencia de la emisora. No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM.	22,9-25,9% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	3 <sup>er</sup> acumulado 2024 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 40% de las cuñas se emitirán en horario de mayor audiencia de la emisora. No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM.	18,2-20,20% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	3 <sup>er</sup> acumulado 2024 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 40% de las cuñas se emitirán en horario de mayor audiencia de la emisora.	16,4-19,4% del porcentaje del sector.

			No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM.	
	Radio temática de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	3 er acumulado 2024 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 40% de las cuñas se emitirán en horario de mayor audiencia de la emisora. No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM.	11,7-14,7% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	3 er acumulado 2024 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 40% de las cuñas se emitirán en horario de mayor audiencia de la emisora. No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM.	8,10-10,10% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con sexta mayor audiencia	3 er acumulado 2024 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 40% de las cuñas se emitirán en horario de mayor audiencia de la emisora. No se admitirán inserciones de 0.00 a 6.00 AM.	7,7-9,7% 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	50-52% 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	26,5-28,5% 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	15,5-17,5% 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	1-2% del porcentaje del sector.

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE				Pág. 6 / 10
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.				
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0049/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0298646	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano	01/04/2025 09:39:09	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: DVVOZQLYK7QOARL	Dirección de verificación: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>	
			01/04/2025 09:40:04	

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	52,9-54,9% 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	21,6-23,6% 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	19,5-21,5% del porcentaje del sector

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE				en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento	
12-7-9.02-0049/2025	Pliego PT	Contratación electrónica		2025/0298646	
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano		01/04/2025 09:39:09	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: DVVOZLYK7QOARL		Dirección de verificación: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>	
				01/04/2025 09:40:04	

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>2% 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	48,6-50,6% 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	47,4-49,4% del porcentaje del sector.

e) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
<b>Publicidad exterior y medios no convencionales</b>			<b>4% sobre la inversión publicitaria prevista</b>
	Mupis: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidades de colocación de un mínimo de 10 mupis durante una semana</li> <li>• Producción y colocación</li> </ul>	Unidades	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. 9 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0049/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0298646	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano	01/04/2025 09:39:09	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: DVVOZQLYK7QOARL	Dirección de verificación: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>	
			01/04/2025 09:40:04	

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 11 días, del 15 al 25 de mayo, aproximadamente.**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 10 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0049/2025	Pliego PT	Contratación electrónica		2025/0298646
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano	01/04/2025 09:39:09
2	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: DVVOZQLYK7QOARL		Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	01/04/2025 09:40:04