

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 O2 CAMPAÑA DE LA RENTA 2024» DE LA CONSEJERÍA DE HACIENDA, GOBERNANZA PÚBLICA, SOCIEDAD DIGITAL Y PORTAVOCÍA DEL GOBIERNO.

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 O2 CAMPAÑA DE LA RENTA 2024», de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno.

La presente campaña **se articula en dos olas**: la primera, una vez comenzado el inicio de la campaña de la Renta, del 16 al 26 de abril, previsiblemente, y la segunda, a finales de junio (del 22 al 27 de junio, aproximadamente) coincidiendo con el fin del periodo de campaña de la Renta 2024.

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 objetivo de esta campaña es dar a conocer las novedades fiscales implementadas por el Gobierno de La Rioja para la sociedad riojana, y que entrarán en vigor con la Campaña de la Renta de 2024. Además, se informará también de las rebajas fiscales en vigor. La campaña de la Renta comenzará el próximo 2 de abril y estará vigente hasta el 30 de junio de 2025.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0035/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0185043	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Secretario General Técnico			
2				

Entre las **novedades fiscales** que se quieren dar a conocer con esta campaña de publicidad institucional destaca la rebaja generalizada en los tramos autonómicos del IRPF incidiendo especialmente en los ingresos inferiores a 40.000 euros anuales. Concretamente, se trata de una reducción del tipo impositivo de un punto en los cuatro primeros tramos. Para el resto, excepto el último, la rebaja es de medio punto. Se estima que la reducción autonómica del IRPF ahorrará a las rentas medias y bajas entre 200 y 348 euros en la declaración de 2024.

También se incluye una nueva deducción dirigida a los enfermos de ELA. Los gastos del contribuyente, del cónyuge, y de aquellas personas que den derecho a la aplicación del mínimo personal y familiar relacionados con el diagnóstico y tratamiento de la esclerosis lateral amiotrófica (ELA) darán derecho a una deducción del 50%. El límite máximo de esta deducción será 2.000 euros anuales.

Por otro lado, también se informará de las siguientes rebajas fiscales autonómicas introducidas en la campaña anterior y que están actualmente en vigor:

- Dedución para paliar la subida de los intereses de los préstamos hipotecarios destinados a la adquisición de vivienda habitual:

Los contribuyentes que hubieran adquirido su vivienda habitual a partir del 1 de enero de 2013 en el territorio de la Comunidad Autónoma podrán deducir el 15% de las cantidades dedicadas en el ejercicio al pago de los intereses de préstamos o créditos hipotecarios destinados a su financiación. La base máxima de esta deducción será de 5.000 euros anuales por vivienda habitual.

- Dedución para fomentar el ejercicio físico y la práctica deportiva:

Deducción del 30% para el contribuyente en general o del 100% en el caso de los contribuyentes mayores de 65 años y de quienes acrediten un grado de discapacidad igual o superior al 33% en servicios relativos al ejercicio físico y la práctica deportiva. El límite máximo de esta deducción será 300 euros anuales.

3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación de esta campaña son difundir e informar de la Campaña de la Renta 2024 así como de las **novedades** fiscales que entran en vigor con dicha campaña y que están dirigidas a la sociedad riojana.

Además, se informará sobre el resto de medidas y deducciones autonómicas en vigor.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0035/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0185043	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Secretario General Técnico			
2				

3.3. Público objetivo

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

- El **público objetivo primario** de la campaña son todas las personas que tengan que hacer la declaración de la Renta. En la campaña de la Renta de 2023, correspondiente al ejercicio fiscal de 2022, fueron 179.184 los declarantes de IRPF en nuestra Comunidad, según el último dato disponible de la Estadística de Declarantes de IRPF de la AEAT.
- El **público objetivo secundario** es la sociedad 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:

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 €**.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0035/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0185043	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Secretario General Técnico			
2				

TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN

a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		EGM	Especificaciones sobre formato	30% de la inversión publicitaria prevista
	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
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM		32% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	3er 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	3er 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	3er 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0035/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0185043	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Secretario General Técnico			
2				
<div style="height: 40px; margin-top: 10px;"></div>				

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
	Diarios digitales regionales de información general	OJD Interactiva*		32% 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	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	27-29% 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	14-17% 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 (febrero 2024-enero 2025)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
12-7-9.02-0035/2025	Pliego PT	Contratación electrónica		2025/0185043
Cargo		Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico				
2				

Medios digitales locales de información general		OJD Interactiva*		4,5% 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	51-53% 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	22-24% 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	21-23% del porcentaje del sector

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

Medios digitales locales de información temática		OJD Interactiva*		1,5% 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 (febrero 2024-enero 2025)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0035/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0185043	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretario General Técnico				
2				
<div style="height: 40px; margin-top: 10px;"></div>				

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 total 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			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0035/2025	Piego PT	Contratación electrónica	2025/0185043	
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 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 se articula en dos olas:** la primera, una vez comenzado el inicio de la campaña de la Renta, del 16 al 26 de abril, previsiblemente, y la segunda, a finales de junio (del 22 al 27 de junio, aproximadamente) coincidiendo con el fin del periodo de campaña de la Renta 2024.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 8 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
12-7-9.02-0035/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0185043	
1	Secretario General Técnico			
2				