



## **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 04 DÍA DE EUROPA 2025. IMPORTANCIA DE LOS FONDOS EUROPEOS: FEDER y FSE» 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 04 DÍA DE EUROPA 2025. IMPORTANCIA DE LOS FONDOS EUROPEOS: FEDER y FSE» de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno.

La presente campaña se ejecutará previsiblemente del **3 al 16 de mayo de 2025**.

### **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**

Cada **9 de mayo se celebra el Día de Europa**, que conmemora la **Declaración Schuman (1950)**, inicio del proceso de integración europea que dio lugar a la actual Unión Europea. En esta jornada se destaca la importancia de la unidad y la cooperación entre los países europeos, promoviendo valores como la paz, la solidaridad y el desarrollo sostenible.

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
12-7-9.02-0044/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0260855
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

El **año 2025** tiene un significado especial, ya que se conmemora el **40º aniversario de la firma del Tratado de Adhesión de España a las Comunidades Europeas**. La firma se celebró el 12 de junio de 1985 en el Palacio Real de Madrid, con la presencia del Rey Juan Carlos I y del presidente de la Comisión Europea, Jacques Delors, y la adhesión efectiva se produjo el 1 de enero de 1986, marcando un punto de inflexión en el desarrollo económico, social y político de nuestro país.

Desde entonces, España ha experimentado un periodo de modernización, estabilidad y crecimiento, beneficiándose de la integración en el mercado único y de los fondos europeos. **En el caso de La Rioja, la pertenencia a la UE ha sido clave** para el desarrollo de sectores estratégicos como la agricultura, la industria vitivinícola, la educación, la innovación y la sostenibilidad, entre otros.

Por ello, con motivo del Día de Europa y el 40º aniversario de la adhesión de España a la Unión Europea, el Gobierno de La Rioja busca **visibilizar el impacto de los fondos europeos en nuestra región**. Los **Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER)** y el **Fondo Social Europeo Plus (FSE+)** han respaldado proyectos estratégicos que han contribuido y contribuyen al progreso de nuestra comunidad en ámbitos clave como la innovación, la salud, la agricultura y la inclusión social.

En cuanto a los **Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER)** destaca la **inversión en proyectos de I+D+I, una prioridad estratégica** para el desarrollo de la región. Especialmente en:

- **Fundación Rioja Salud y el proyecto Salud-A:** una iniciativa clave en el ámbito de la investigación sanitaria, que busca la mejora de la salud de la población a través de la innovación y la tecnología aplicada al ámbito médico.
- **I+D+I en agricultura:** proyectos que promueven la modernización del sector agrario riojano, el uso de tecnologías avanzadas para la optimización de cultivos y la sostenibilidad medioambiental.
- **Clústeres:** agrupaciones empresariales que fomentan la innovación y la competitividad en sectores clave para la economía regional, potenciando la colaboración entre empresas, centros de investigación y administraciones.
- **Proyectos de empresas riojanas:** iniciativas financiadas por FEDER que han permitido a las empresas locales desarrollar nuevos productos, digitalizar sus procesos o expandirse a nivel internacional, fortaleciendo el tejido económico de La Rioja.

Por su parte, respecto al **Fondo Social Europeo Plus (FSE+)** se destacará la **inversión en centros ocupacionales**, una operación de **importancia estratégica** dentro del Fondo Social Europeo Plus. Se pondrá en valor:

- **El papel de los centros ocupacionales en la inclusión social:** espacios fundamentales para la formación y la integración de personas con discapacidad o en situación de vulnerabilidad.
- **Mejoras en infraestructuras y recursos:** gracias al apoyo del FSE+, los centros ocupacionales han podido ampliar sus programas de formación y mejorar la atención a sus usuarios.
- **Impacto en la empleabilidad y la autonomía personal:** se visibilizará cómo estos centros contribuyen a la inserción laboral y a la mejora de la calidad de vida de sus beneficiarios.

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
12-7-9.02-0044/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0260855
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

### 3.2. Objetivos de comunicación

Se quieren conseguir los siguientes objetivos:

- **Sensibilizar a la ciudadanía y generar orgullo e identificación** con los avances logrados en La Rioja gracias a los fondos europeos, especialmente del FEDER y el FSE+.
- **Difundir los beneficios concretos y fortalecer el reconocimiento de la Unión Europea** como aliada en el desarrollo, la innovación y la inclusión social en la región.
- **Promover una mayor participación de todos los actores económicos y sociales de La Rioja** en las oportunidades que ofrece Europa.

### 3.3. Público objetivo

Se establece como público objetivo para la campaña de comunicación a **toda 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 (1/10/2024)

## 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:

### 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 **37.565,74 €**.

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
12-7-9.02-0044/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0260855
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		27% 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		31% 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.

**c) Medios digitales**

<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>
12-7-9.02-0044/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0260855
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		OJD Interactiva*		31% 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	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	14,5-17,5% 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)

Medios digitales locales de información general	OJD Interactiva*		3% de la inversión publicitaria prevista
---	------------------	--	--

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 5 / 9</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0044/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0260855
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			

	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)

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 6 / 9</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0044/2025	Pleigo PT	Contratación electrónica	2025/0260855
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
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		2% 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	48,6-50,6% 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
Publicidad exterior y medios no convencionales			6% sobre la inversión publicitaria prevista
	<b>Mupis:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidades de colocación en un mínimo de 22 mupis durante una semana.</li> <li>• Producción y colocación</li> </ul>	Unidades	83,8% sobre el porcentaje del sector
	<b>Autobús metropolitano</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresión de vinilos removibles para laterales de 1 autobús</li> <li>• Colocación y retirada de dichos vinilos.</li> </ul>	Unidades	16,2% 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
12-7-9.02-0044/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0260855
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 tendrá una duración de **catorce días**, y se ejecutará previsiblemente entre el **3 y el 16 de mayo**, con más intensidad el **9 de mayo**, efeméride del Día de Europa.

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
12-7-9.02-0044/2025	Pliego PT	Contratación electrónica	2025/0260855
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			