



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 28 FOMENTO DE LA INNOVACIÓN» DE LA CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, EMPRESA Y TRABAJO AUTÓNOMO.

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 28 Fomento de la Innovación”, de la Consejería de Economía, Innovación, Empresa y Trabajo Autónomo.

La difusión de la presente campaña tendrá lugar previsiblemente del **17 al 26 de noviembre 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

En los últimos años, la innovación se está integrando de forma acelerada en todos los sectores económicos, transformando empresas, redefiniendo modelos productivos y generando nuevas oportunidades para emprendedores, investigadores y profesionales. El compromiso con la I+D+i está situando a La Rioja como una

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>				Pág. 1 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000112	Pliego PT	Publicidad institucional	2025/0877280	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1. Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano	01/10/2025 09:00:40	
2. SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: C96ZTPHXBMQS2W Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	01/10/2025 09:00:49	

región que apuesta por la tecnología, el conocimiento y el talento como claves para un crecimiento sostenible y competitivo.

La Rioja dispone de un ecosistema innovador consolidado, en el que centros tecnológicos, universidades, start-ups, pymes y grandes empresas están colaborando y generando proyectos con impacto real en la sociedad. Sectores como el agroalimentario, la construcción, la industria, la salud, el vitivinícola, la automoción o las TIC están incorporando tecnologías disruptivas que están cambiando la forma de producir, crecer y crear valor.

En este camino, 2025 está siendo un año decisivo. El proyecto Tech FabLab, coordinado por La Rioja en el marco de la iniciativa RETECH y financiado con fondos europeos, está demostrando nuestra capacidad de liderazgo a nivel interregional. Concursos de ideas, esprints, hackatones y jornadas están sirviendo para conectar talento y tecnología, confirmando que La Rioja no solo innova, sino que inspira.

Ese impulso se está proyectando hacia el futuro con TECHRIOJA, el parque científico y tecnológico declarado Proyecto de Interés Supramunicipal. Con más de 330.000 m² en Albelda de Iregua, TECHRIOJA está iniciando sus primeras fases de desarrollo y, de forma progresiva, se está convirtiendo en la infraestructura estratégica donde las ideas encuentran recursos, donde el talento se queda y donde la innovación se convierte en motor estable de desarrollo para toda la región.

Esta campaña de publicidad institucional busca reforzar la imagen de La Rioja como territorio innovador, visibilizar a sus protagonistas y proyectar su ecosistema hacia el futuro. En definitiva, la innovación en La Rioja no es un destino, sino un camino que estamos recorriendo juntos.

3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación de esta campaña son:

1. Sensibilizar a la sociedad y a las empresas riojanas sobre la importancia que la innovación y la I+D+i están teniendo como motor de competitividad, sostenibilidad y desarrollo.
2. Mostrar a la sociedad Riojana quienes son los principales agentes de innovación en La Rioja: Universidades, Centros Tecnológicos, Centros e institutos de investigación, Empresas de Base tecnológica,..., en los distintos sectores
3. Visibilizar cómo La Rioja se está consolidando como referente en innovación, destacando su liderazgo en proyectos interregionales como Sandbox, Tech FabLab y su proyección de futuro a través del parque científico y tecnológico TECHRIOJA.
4. Impulsar el emprendimiento y el talento, apoyando a start-ups, empresas de base tecnológica, pymes y jóvenes investigadores, y proyectando a La Rioja como un entorno que está atrayendo y reteniendo talento y tecnología.
5. Proyección internacional de la innovación como visión de futuro (Foodtech....)

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	
00848-2025/000112	Pliego PT	Publicidad institucional	2025/0877280	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1. Secretario General Técnico	Victor Manuel Garrido Cano			01/10/2025 09:00:40
2. SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: C96ZTPHXBMQS2W Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion			01/10/2025 09:00:49

3.3. Públicos objetivos

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

- **Público objetivo primario:** Las empresas de La Rioja, en especial las de sectores estratégicos, junto con start-ups, pymes tecnológicas, universidades, centros de investigación y agentes institucionales o inversores vinculados a la innovación y al futuro desarrollo de TECHRIOJA.
- **Público objetivo secundario:** 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.

El licitador que resulte adjudicatario del expediente adquiere la obligación de destinar un importe mínimo de inversión en la táctica publicitaria de **26.296,02 €**.

TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN

a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
--------	---------	--------	--------------------------------	------------

Prensa escrita regional		EGM	Especificaciones sobre formato	27% 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 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
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	53,6-55,6% 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	26,1-28,1% 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	1-1,4% del porcentaje del sector.

			estarán ubicadas en el primer tercio de la pantalla	
--	--	--	---	--

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

Diarios digitales locales de información general		OJD Interactiva*		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	50,4-52,4% 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 primer tercio de la pantalla	28,5-30,5% 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	15,1-17,1% del porcentaje del sector

* Navegadores únicos promedio en OJD interactiva en los últimos doce meses (septiembre 2024- agosto 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
00848-2025/000112		Pliego PT	Publicidad institucional		2025/0877280
Cargo		Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano			01/10/2025 09:00:40
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV:	C96ZTPHXBHMQS2W	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	01/10/2025 09:00:49

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		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/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.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 8 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2025/000112	Pliego PT	Publicidad institucional		2025/0877280
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano	01/10/2025 09:00:40
2	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: C96ZTPHXBHMQS2W		Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	01/10/2025 09:00:49

- 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 17 al 26 de noviembre 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	
00848-2025/000112		Pliego PT	Publicidad institucional			2025/0877280	
Cargo		Firmante / Observaciones			Fecha/hora		
1	Secretario General Técnico		Victor Manuel Garrido Cano			01/10/2025 09:00:40	
2	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV:	C96ZTPHXBHMQS2W	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion	01/10/2025 09:00:49