



## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 24 02 CAMPAÑA DE LA RENTA 2023. NUEVAS DEDUCCIONES FISCALES» 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 24 02 Campaña de la Renta 2023. Nuevas deducciones fiscales”, de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno.

La **campaña se articula en dos olas de difusión publicitaria**, la primera, una vez comenzado el inicio de la campaña de la Renta, del 16 al 26 de abril y la segunda, a finales de junio (del 17 al 27 de junio) coincidiendo con el fin del periodo de campaña.

### 2. Definición y descripción del contrato.

El objeto del contrato de difusión publicitaria comporta los siguientes servicios y actividades profesionales requeridas:

- 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.
- 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.
- 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 difundir las nuevas rebajas fiscales que ha aplicado el Gobierno de La Rioja para la sociedad riojana y que entran en vigor con la Campaña de la Renta del 2023. La Campaña de la Renta arrancará el próximo 3 de abril y estará en marcha hasta el 1 de julio de 2024.

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	
12-7-9.02-0024/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0202362	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Secretario General Técnico			
2				

Entre las novedades que se quieren dar a conocer con esta campaña de publicidad institucional se incluye la **deducción para paliar la subida de los intereses de los préstamos hipotecarios destinados a la adquisición de vivienda habitual.**

Esta nueva deducción va dirigida a los contribuyentes que hubieran adquirido su vivienda a partir del 1 de enero de 2013 en La Rioja, cuando quedó suprimida la bonificación estatal en el IRPF. Podrán deducir el 15% del pago de los intereses de préstamos hipotecarios destinados a su financiación. La deducción máxima por vivienda es de 750 euros.

Además de la adquisición de vivienda habitual, también amparará la construcción o ampliación, la rehabilitación y las reformas por razón de discapacidad.

La segunda medida novedosa en la que se quiere incidir en esta campaña es la **Deducción para fomentar el ejercicio físico y la práctica deportiva.**

Se trata de una nueva deducción del 30% en el IRPF para los gastos en servicios deportivos que soportan las familias, siempre que sean realizados en el ámbito territorial de la comunidad. La rebaja fiscal será plena, del 100% en el caso de los mayores de 65 años y de las personas con una discapacidad igual o superior al 33%. El propósito de esta deducción, además de apoyar la dinamización económica que genera este sector, es construir una sociedad de bienestar, y mejorar la calidad de vida y la salud física y mental de los riojanos.

El coste máximo de la deducción será 300 euros anuales por familia. El contribuyente deberá tener la factura completa de los gastos de deporte para poder justificarla.

### 3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación de esta campaña son difundir e informar de la Campaña de la Renta 2023 así como de las deducciones fiscales que entran en vigor con dicha campaña y que están dirigidas a la sociedad riojana.

### 3.3. Públicos objetivos

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

#### **Público objetivo primario:**

El **público objetivo primario** de la campaña es el de todas las personas que tengan que hacer la declaración de la Renta. En la campaña de la Renta de 2021, fueron 175.378 los declarantes de IRPF en nuestra Comunidad, según el último dato disponible de la Estadística de Declarantes de IRPF de la AEAT.

Como **público objetivo secundario** se engloba la sociedad riojana en general.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0024/2024	Pliego PT	Contratación electrónica	2024/0202362
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretario General Técnico			
2			

#### 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, es decir, dicha táctica incluye las dos olas en las que desarrollará 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 €.

#### 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>Especificaciones sobre formato</b>	<b>32% de la inversión publicitaria prevista</b>
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	3er acumulado 2023	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	67-69% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	3er acumulado 2023	Siempre en las páginas dedicadas a información regional o local	28-31% 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. 3 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0024/2024	Piiego PT	Contratación electrónica	2024/0202362		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretario General Técnico				
2					

**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>32% de la inversión publicitaria prevista</b>
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	3 er acumulado 2023 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	40,0-43,0% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	3 er acumulado 2023 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	28,5-31,5% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	3 er acumulado 2023 (de L a D)	Cuña 20". Al menos el 50% se emitirán en horario de mañana	22,5-25,5% 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>32% 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	48-51% 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	33-36% 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	7% - 10% 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	1-3% del porcentaje del sector.

\* Navegadores únicos promedio en OJD interactiva en los últimos doce meses (febrero 2023- enero 2024)

Medios 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	39-42% del porcentaje del sector.

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 5 / 8
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>N° Documento</b>
12-7-9.02-0024/2024	Piiego PT	Contratación electrónica	2024/0202362
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			

			ubicadas en el primer tercio de la pantalla	
	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	28-31% 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	24-27% del porcentaje del sector

\* Navegadores únicos promedio en OJD interactiva en los últimos doce meses (febrero 2023- enero 2024)

Medios digitales locales 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 (febrero 2023- enero 2024)

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 6 / 8
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>N° Documento</b>
12-7-9.02-0024/2024	Pieigo PT	Contratación electrónica	2024/0202362
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			

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 de la campaña publicitaria, 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 cada ola de difusión publicitaria, 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 7 / 8
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
12-7-9.02-0024/2024	Pieigo PT	Contratación electrónica	2024/0202362
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Secretario General Técnico			
2			

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 ejecutará en dos olas de difusión**. La primera, coincidiendo con el comienzo de la campaña de la Renta 2023, del 16 al 26 de abril, y la segunda, a finales de junio, (del 17 al 27 de junio), los días previos al cierre del plazo de presentación de la campaña de la Renta 2023

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
12-7-9.02-0024/2024	Piiego PT	Contratación electrónica		2024/0202362
Cargo	Firmante /Observaciones			Fecha/hora
1 Secretario General Técnico				
2				