



RF.º: CP/19/014

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «AGRICULTURA EN LA RIOJA», DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y MEDIO AMBIENTE

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 adaptación de materiales, planificación, compra de espacios y postevaluación** de la campaña de publicidad institucional “*Agricultura en La Rioja*” de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de La Rioja.

2. Definición y descripción del contrato

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

- a) La **adaptación y versionado de materiales creativos** que deberán insertarse en los espacios publicitarios.
- b) 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.
- c) La **contratación de los espacios publicitarios** propuestos por la empresa en la oferta técnica presentada al presente pliego de prescripciones. Esta contratación comprende también 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.
- d) La **postevaluación de la táctica publicitaria** propuesta en la oferta presentada al presente pliego de prescripciones técnicas.

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
00848-2018/000356	Pliego PT	Publicidad institucional		2018/0705663
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				



3. Descripción de la campaña de publicidad

3.1. Presentación

La Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de La Rioja cuenta con un Programa de Desarrollo Rural (PDR) cuyo objetivo es impulsar medidas de apoyo al sector agrícola y ganadero, así como al medio rural, a través de diferentes líneas de ayudas, con los objetivos de mejorar la competitividad del sector agrario, preservar el medio ambiente y diversificar la economía.

Una iniciativa que se continuará desarrollando en 2019 para apoyar y acompañar a un sector fundamental en nuestra comunidad autónoma, con el fin de dotarlo de una mayor competitividad, conseguir una gestión sostenible de los recursos naturales y un territorio más equilibrado desde el punto de vista económico y social.

3.2. Enfoque de comunicación

El enfoque de comunicación de esta campaña debe estar dirigido a informar al profesional agrario y ganadero de la Comunidad Autónoma de La Rioja sobre las diferentes acciones y servicios de los que se puede beneficiar, las ayudas o programas a los que se puede acoger u otras informaciones de interés que permitan la modernización de las infraestructuras y explotaciones, la regeneración del sector primario y la promoción de la mujer.

3.3. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación para este año sitúa **el siguiente objetivo de comunicación**, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Aumentar el conocimiento y facilitar el acceso a los servicios y ayudas públicas dirigidas a los profesionales del sector primario.

3.4. Públicos objetivos

El público objetivo al que se dirige esta campaña es el sector agrario riojano, formado por agricultores con grandes explotaciones (cooperativas, etc.) y por emprendedores con pequeñas explotaciones agrarias.

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
00848-2018/000356	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0705663
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Gestión A.G.		
2	Consejera		
3			



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 adaptación y versionado de materiales creativos, que comporta:

a) El volcado de textos y de imágenes proporcionados por el Gobierno de La Rioja a los archivos especializados de diseño, que también serán entregados por el Gobierno de La Rioja, de acuerdo a la siguiente tabla:

Creatividad	Criterio	Especificaciones
Prensa escrita regional	Cantidad	
Adaptaciones y/o versiones para prensa escrita (de acuerdo a la estrategia de medios prevista en el 4.2.)	Cantidad	Mínimo 30 adaptaciones.
Radio de corte generalista de alcance autonómico	Cantidad	
Locución de 20 segundos con la voz corporativa del Gobierno de La Rioja para máscara genérica de apertura en los microespacios.	Cantidad	Solo es necesaria una locución. <i>(El contenido de cada microespacio será locutado por la emisora radiofónica y deberá incluirse este servicio en el precio de la compra de microespacios).</i>
Publicidad exterior y medios no convencionales	Cantidad	
Adaptaciones y/o versiones para carteles A3	Cantidad	Mínimo 20 adaptaciones.
Publicidad online y redes sociales	Cantidad	
Adaptaciones y/o versiones de los carteles anteriores para su publicación en redes sociales (contenido orgánico)	Cantidad	Mínimo 20 adaptaciones para Twitter y 20 adaptaciones para Facebook. Imágenes estáticas sin ningún movimiento o animación.

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		
00848-2018/000356	Pleigo PT	Publicidad institucional	2018/0705663		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					



- b) La **generación de los artes finales** adaptados para cada medio o soporte.
- c) El **envío y la distribución de los artes finales** a los medios de comunicación.

4.2. La elaboración de una táctica de medios, acorde con el pliego de cláusulas administrativas particulares, que supone la determinación de los tipos de formatos o espacios publicitarios y número de ellos para la campaña de publicidad institucional, de conformidad con los criterios técnicos incluidos en las presentes prescripciones técnicas.

Para la elaboración de su táctica de medios, el licitador deberá cumplir los **criterios técnicos de la estrategia de medios** del Gobierno de La Rioja, tal y como se detalla en el apartado “Tabla de sectores, soportes e inversión”. De acuerdo con dichos criterios técnicos de la estrategia de medios y atendiendo a los públicos objetivos a los que se pretende llegar con la presente campaña de publicidad institucional se han determinado los sectores y soportes en los que realizar la inversión publicitaria y el porcentaje de la misma.

Duración de la campaña

La campaña tendrá una duración comprendida entre la segunda quincena de enero y la primera quincena de junio.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000356	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0705663	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				



Tabla de sectores, soportes e inversión

a) **Prensa escrita**

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones	Porcentaje
Prensa escrita regional		OJD o PJD		60% sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Suplemento específico sobre agricultura que cuenten con ediciones en 2017 y 2018.	OJD Último dato publicado	Color Al menos 6 inserciones Tamaño mínimo admitido en propuesta: <i>media página</i>	55-60% sobre el porcentaje del sector.
	Otros suplementos sobre agricultura publicados en diario de información gratuita con mayor promedio de distribución en la Comunidad Autónoma de La Rioja	PJD Último dato publicado	Color La oferta deberá basarse en número de módulos conseguidos para el periodo completo de campaña	35-40% sobre el porcentaje del sector.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2018/000356	Pliego PT	Publicidad institucional		2018/0705663
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				



b) Medios radiofónicos (*)

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
	Radio de corte generalista de alcance autonómico	EGM Último estudio acumulado		30% sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado (tercera oleada 2018, acumulado L-V)	<i>Microespacio</i> de 1 minuto semanal. La oferta deberá basarse en una bolsa de microespacios conseguidos para el periodo completo de campaña	40-43% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado (tercera oleada 2018, acumulado L-V)	<i>Microespacio</i> de 1 minuto. La oferta deberá basarse en una bolsa de microespacios conseguidos para el periodo completo de campaña	30-34% sobre el porcentaje del sector.

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
00848-2018/000356	Pleigo PT	Publicidad institucional	2018/0705663
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Gestión A.G.		
2	Consejera		
3			



	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado (tercera oleada 2018, acumulado L-V)	<i>Micro espacio publicitario</i> de 1 minuto. La oferta deberá basarse en una bolsa de microespacios conseguidos para el periodo completo de campaña	20-23% sobre el porcentaje del sector.
Radio de corte generalista de alcance local		EGM Último estudio acumulado		10% sobre la inversión publicitaria prevista
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	34-37% sobre el porcentaje del sector.
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con segunda mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	34-37% sobre el porcentaje del sector.
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con tercera mayor audiencia para el público objetivo descrito	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	22-26% sobre el porcentaje del sector.

(*) La táctica propuesta en soportes radiofónicos deberá componerse sin segmentación de públicos (teniendo en cuenta el total de oyentes en La Rioja), en circuito en horario de mañana y tarde.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2018/000356	Pliego PT	Publicidad institucional		2018/0705663
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				



4.3. Intermediación y compra de formatos o espacios publicitarios

La ejecución de la táctica prevista por el licitador 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.

El Gobierno de La Rioja y la empresa adjudicataria coordinarán la ejecución y el desarrollo de la táctica publicitaria.

La empresa adjudicataria asumirá los costes de las anomalías, defectos o errores propios de las inserciones publicitarias sin que ello supusiera un coste adicional para el Gobierno de La Rioja.

4.4. Postevaluación de la táctica publicitaria

La empresa adjudicataria presentará al término un informe de postevaluación de la actividad publicitaria. Este informe contendrá:

- a) Las variables relativas al análisis de los resultados de la táctica de medios: impactos, cobertura, frecuencia y GRP's, siempre que sean posible determinarse con las fuentes de medición existentes para los soportes publicitarios seleccionados.
- b) 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.

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. El adjudicatario negociará tácticamente condiciones añadidas, en términos cualitativos y cuantitativos, con los soportes publicitarios o adoptará aquellas negociaciones que el departamento haya alcanzado con algún soporte publicitario.

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		
00848-2018/000356	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0705663		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Gestión A.G.				
2	Consejera				
3					



3. El adjudicatario cumplirá fielmente los criterios objetivos marcados para la distribución de la inversión publicitaria por sectores y soportes. Quedarán excluidas aquellas propuestas que no cumplan con estos criterios ni con las horquillas marcadas con los porcentajes señalados.
4. 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 adjudicataria.
5. El adjudicatario deberá remitir los importes totales de cada uno de los soportes contratados para la presente campaña de publicidad.
6. Una vez formalizado el contrato mediante la aceptación por el contratista de la resolución de adjudicación, el adjudicatario remitirá al responsable del contrato, en un plazo máximo de 24 horas desde la formalización y en todo caso antes de ejecutar la campaña, 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. **La campaña debe enmarcarse entre la segunda quincena de enero y la primera quincena de junio.**

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	
00848-2018/000356	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0705663	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Gestión A.G.			
2	Consejera			
3				