



RF.º: CP/20/015

INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD «CP 20 015 SOLICITUD DE LA PAC», DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, MUNDO RURAL, TERRITORIO Y POBLACIÓN.

1. Objeto del contrato

El presente informe 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 “Solicitud de la PAC” de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.

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.
- b) La **postevaluación del plan de medios** propuesto en el presente pliego de prescripciones técnicas.

3. Descripción de la campaña de publicidad

3.1. Presentación

La Política Agraria Común (PAC) nació en 1962, en unos tiempos en los que el abastecimiento alimentario no estaba garantizado y la agricultura había quedado devastada y paralizada por la Segunda Guerra Mundial.

Desde entonces la PAC ha evolucionado, tomando diferentes formas y rutas, todas ellas con el objetivo común de fomentar la mejora de la productividad, conseguir el autoabastecimiento de la

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2020/000008	Informe	Publicidad institucional	2020/0104829
1	Director Comunicación y Portavoz del Gobierno		
2			



Unión Europea a precios asequibles para sus ciudadanos y garantizar una calidad de vida razonable para los agricultores.

Esto se ha conseguido a base de políticas diversas y grandes subvenciones y ayudas al sector que han incentivado la permanencia del entorno rural, la estabilidad económica del agricultor y la evolución hacia nuevas producciones y mercados.

Las ayudas, cuyo total asciende a 32,5 millones de euros, se pueden solicitar hasta el 30 de abril a través de las Oficinas de Atención al Ciudadano del Gobierno de La Rioja o mediante las entidades colaboradoras que participan en la campaña (Organizaciones Profesionales Agrarias, entidades financieras y otras entidades asociativas o de asesoramiento).

En una misma solicitud se incluyen las ayudas directas de la PAC correspondientes al régimen de pago básico, pago verde, complemento de jóvenes agricultores, ayudas asociadas a sectores agrícolas, ayudas asociadas a sectores ganaderos, ayuda al régimen de pequeños agricultores y, también, las ayudas contempladas en el Programa de Desarrollo Rural de La Rioja: a la Agricultura Ecológica, Ayudas al Agroambiente y Clima, así como la Ayuda de Indemnización Compensatoria en Zonas de Montaña.

También puede presentarse, en el mismo plazo, la solicitud de acceso a la Reserva Nacional de derechos de pago básico, la solicitud de renuncia al régimen de pequeños agricultores y la solicitud de alegación al Sistema de Identificación de la PAC (SIGPAC). Las cesiones de derechos de pago básico se podrán comunicar hasta el próximo 31 de mayo en las Oficinas de Atención al Ciudadano

Una de las novedades de esta edición es que se abre la convocatoria para solicitar la incorporación a dos operaciones de la medida de agroambiente y clima, que son el mantenimiento de la ganadería extensiva y la apicultura para la mejora de la biodiversidad, lo que permitirá que unas 20 explotaciones agrarias de jóvenes ganaderos puedan beneficiarse de las ayudas que contempla el Programa de Desarrollo Rural de La Rioja.

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 ayudas de la Política Agraria Común (PAC), dónde y cómo solicitarlas, así como la fecha límite para realizar las tramitaciones pertinentes.

Al ser una campaña de servicio público, debe plantearse bajo un enfoque informativo, renunciando a otros enfoques de comunicación de carácter persuasivos. Un planteamiento que debe reforzarse al desarrollarse la presente campaña sin grandes novedades y haciendo un gran hincapié en la necesidad de realizar pronto las solicitudes con la información de los cultivos que hay realmente en el campo para contar con la información adecuada para cobrar sin penalizaciones y actualizar la información declarada con el cultivo en el campo.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2020/000008	Informe	Publicidad institucional	2020/0104829
1	Director Comunicación y Portavoz del Gobierno		
2			



3.3. Objetivos de comunicación

La campaña de publicidad cuenta con los siguientes objetivos generales de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Informar sobre los plazos hábiles de presentación, así como las oficinas y entidades habilitadas para presentar las ayudas.
- Informar sobre todas las ayudas directas incluidas en la misma solicitud así como otras ayudas pertenecientes al Programa de Desarrollo Rural.

3.4. Públicos objetivos

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

- **Público primario:** El público al que se dirige esta campaña es el **sector agrario riojano**, formado por agricultores y ganaderos con grandes o pequeñas explotaciones (individuales y cooperativas).

4 de cada 10 solicitantes son mayores de 65 años. Y un 8% cobran complemento de jóvenes.

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, que supone la determinación de los tipos de formatos o espacios publicitarios y número de ellos para la campaña de publicidad institucional.

Para la elaboración de la táctica de medios, la empresa deberá cumplir los criterios técnicos que en este informe se detallan, y que según la estrategia de medios del Gobierno de La Rioja y atendiendo a los públicos objetivos a los que se pretende llegar con la presente campaña, se detallan a continuación en la **tabla de soportes, formatos e inversión**, determinado los sectores y soportes en los que realizar la inversión publicitaria y el porcentaje de la misma.

Tabla de soportes, formatos e inversión

a) Prensa escrita

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 3 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000008	Informe	Publicidad institucional	2020/0104829
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Director Comunicación y Portavoz del Gobierno		
2			



Prensa escrita regional		OJD u PGD	Especificaciones sobre formato	35% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	OJD Último dato		53% - 56% del porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PJD Último dato		24% - 27% del porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PJD Último dato		14% - 17% del porcentaje del sector.

b) Medios radiofónicos (*)

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificación es sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM Último estudio publicado para La Rioja		30.4% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	38% - 41% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	35% - 38% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	18% - 21% del porcentaje del sector.
Radio de corte generalista de alcance local		EGM Último estudio		4% de inversión publicitaria prevista

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000008	Informe	Publicidad institucional	2020/0104829
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



		publicado para La Rioja		
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	47% - 50% del porcentaje del sector.
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	22% - 25% del porcentaje del sector.
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	22% - 25% del 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 horario de mañana y tarde.

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		Comscore u OJD Interactiva		23% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		40% - 43% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		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. 5 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000008	Informe	Publicidad institucional	2020/0104829
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		21% - 24% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		1% - 2% del porcentaje del sector.
Diarios digitales locales de información general		Comscore u OJD Interactiva		4% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital local de información general con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		35% - 38% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva		21% - 24% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual de usuarios o navegadores únicos		19% - 22% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual de usuarios o navegadores únicos		13% - 16% 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. 6 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000008	Informe	Publicidad institucional	2020/0104829
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



d) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			3.6% de la inversión publicitaria prevista
	Autobús metropolitano:	Producción y colocación de vinilos	

4.2. Intermediación y compra de formatos o espacios publicitarios

La empresa asume 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 al término un informe de postevaluación de la actividad publicitaria. Este informe contendrá las variables relativas al análisis de los resultados del plan de medios: impactos, cobertura, frecuencia, siempre que sean posible determinarse con las fuentes de medición existentes para los soportes publicitarios seleccionados.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 7 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2020/000008	Informe	Publicidad institucional	2020/0104829
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2			



4.4. Criterios de valoración

a) **Diferencia del importe total de la inversión** publicitaria prevista en el contrato y el coste total de la táctica propuesta por el licitador. Hasta 60 puntos.

Y se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Puntuación} = 60 \times \left[1 - \frac{\text{Inversión Publicitaria Total} - \text{Coste de Táctica del licitador a valorar}}{\text{Inversión publicitaria total}} \right]$$

b) **Un porcentaje por los servicios que prestará la empresa.** Esta cuantía económica no podrá ser superior al 10% del importe económico de la táctica presentada por la empresa. Hasta 40 puntos.

Y se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Puntuación} = 40 \times \frac{\text{Porcentaje más bajo de las propuestas presentadas}}{\text{Porcentaje propuesto por el licitador a valorar}}$$

En caso de empate, resultará adjudicataria la empresa que acredite mayor porcentaje de trabajadores con discapacidad se tendrá en cuenta por orden los siguientes baremos:

- Menor tiempo de pago a los medios, una vez abonada la factura por parte del Gobierno.

4.5. Presentación de propuestas

Las propuestas técnicas y económicas deberán ser remitidas al correo electrónico publicidad@larioja.org antes de las 12h del 25 de febrero.

5. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **18.137,90 € (IVA incluido)**.

Obligaciones de 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. 8 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2020/000008	Informe	Publicidad institucional	2020/0104829
1	Director Comunicación y Portavoz del Gobierno		
2			



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. La empresa deberá remitir los importes totales de cada uno de los soportes contratados para la presente campaña de publicidad.
5. Antes de ejecutar la campaña, la empresa presentará 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. Está información deberá acompañarse de un calendario diario que recoja la actividad publicitaria: tipo de inserción, soporte y sector publicitario.
6. La campaña debe enmarcarse preferentemente **del 9 al 23 de marzo de 2020** (ambos inclusive).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 9 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2020/000008	Informe	Publicidad institucional	2020/0104829	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director Comunicación y Portavoz del Gobierno				
2				



**Gobierno
de La Rioja**

Oficina de la Presidenta

Dirección de Comunicación
Ciudadana y Portavocía del
Gobierno

6. Contacto técnico

La empresa puede dirigirse a la Oficina de la Presidenta para consultar sus dudas, trasladar sus sugerencias y solicitar el material creativo.

Persona de contacto

Tati Rodríguez-Moroy, directora de Publicidad

Teléfono de contacto

941291100 ext. 33407

619490685

Email de contacto

tatirodriguez@larioja.org

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 10 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2020/000008	Informe	Publicidad institucional	2020/0104829	
1	Director Comunicación y Portavoz del Gobierno			
2				