



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 22 07 UNA PAC MÁS SOSTENIBLE» DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, MUNDO RURAL, TERRITORIO Y POBLACIÓN.

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 22 07 Una PAC más sostenible”, de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.

2. Definición y descripción del contrato.

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

- 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.

La Política Agrícola Común (PAC) es una política común de todos los países de la UE que se dirige fundamentalmente al sector agrario y al medio rural. Ofrece un firme apoyo a agricultores y agricultoras contribuyendo a proporcionarles un nivel de vida acorde al resto de la sociedad y define las condiciones que permiten que el sector agrario cumpla sus importantes funciones en la sociedad.

| 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 |
| 12-7-9.02-0008/2022 | Pliego PT | Contratación electrónica | 2022/0122513 |
| Cargo | Firmante /Observaciones | | Fecha/hora |
| 1 Secretaria General Técnica | | | |
| 2 | | | |



Gobierno de La Rioja

La PAC es una inversión muy eficiente del presupuesto de la UE. Supone el 33,2 por ciento del presupuesto de la UE. A cambio se obtienen beneficios para el sistema agroalimentario, los consumidores y la sociedad en general.

El Plan Estratégico de España para la PAC post 2020 conserva los elementos esenciales de la PAC actual y, al mismo tiempo, introduce un cambio profundo en la manera en la que deben diseñarse sus instrumentos, pues pasa de ser una política basada en la descripción de los requisitos que deben cumplir los beneficiarios finales de las ayudas a una política orientada a la consecución de resultados concretos, vinculados a tres objetivos generales:

- El fomento de un sector agrícola inteligente, resistente y diversificado que garantice la seguridad alimentaria;
- La intensificación del cuidado del medio ambiente y la acción por el clima, contribuyendo a alcanzar los objetivos climáticos y medioambientales de la UE;
- El fortalecimiento del tejido socio – económico de las zonas rurales.

Se trata, en definitiva, el desarrollo sostenible de la agricultura, la alimentación y las zonas rurales para garantizar la seguridad alimentaria de la sociedad a través de un sector competitivo y un medio rural vivo.

3.2. Objetivos de comunicación

La campaña cuenta con los siguientes objetivos de comunicación:

- Difundir la información práctica de la campaña de la PAC 2022: periodo de solicitud, características de las ayudas, tramitación, disponibilidad de apps, novedades campaña 2022.
- Divulgar la importancia de la PAC para un sector imprescindible en la sociedad, el agrícola y ganadero.
- Transmitir que es una campaña sostenible de transición hacia una nueva PAC con un importante compromiso medioambiental.
- Informar a los públicos objetivos de las herramientas disponibles para gestionar una tramitación electrónica y una monitorización de las solicitudes más fácil y ágil.
- Divulgar la importancia de esta política comunitaria para el sector agrario, el medio rural y la sociedad.

| 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 |
| 12-7-9.02-0008/2022 | Pliego PT | Contratación electrónica | 2022/0122513 |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | Fecha/hora |
| 1 Secretaria General Técnica | | | |
| 2 | | | |



3.3. 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 agrícola y ganadero de La Rioja, formado por profesionales y Organizaciones Profesionales Agrarias. Entidades financieras, entidades asociativas y de asesoramiento.
- Público secundario: a 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 315.811 personas, de las que 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres.

* Datos del IER a 1.7.2021

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 pliego se detallan, y que según la estrategia publicitaria 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 |
|-------------------------|--|-----------|--------------------------------|---|
| Prensa escrita regional | | OJD u PGD | Especificaciones sobre formato | 39% de la inversión publicitaria prevista |
| | Diario de información general autonómico con mayor | OJD | | 53% - 56% del porcentaje del |

| 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 | | |
| 12-7-9.02-0008/2022 | Pliego PT | Contratación electrónica | 2022/0122513 | | |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | Fecha/hora | | |
| 1 | Secretaría General Técnica | | | | |
| 2 | | | | | |



**Gobierno
de La Rioja**

| | | | | |
|--|---|--------------------|--|--------------------------------------|
| | promedio de distribución en La Rioja | Último dato | | sector. |
| | Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja | PGD Último dato | | 26% - 29% del porcentaje del sector. |
| | Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja | PGD Último dato | | 12% - 15% del porcentaje del sector. |

b) Medios radiofónicos

| Sector | Soporte | Fuente de medición | Especificaciones sobre formato | Porcentaje |
|---|--|--|--------------------------------|--|
| Radio de corte generalista de alcance autonómico | | EGM 3º acum. para La Rioja L-V | | 26% de la inversión publicitaria prevista |
| | Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia | EGM | Cuña 20" | 43% - 46% del porcentaje del sector. |
| | Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia | EGM | Cuña 20" | 42% - 45% del porcentaje del sector. |
| | Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia | EGM | Cuña 20" | 6% - 9% 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. 4 / 9 |
| Expediente 12-7-9.02-0008/2022 | Tipo Pliego PT | Procedimiento Contratación electrónica | Nº Documento 2022/0122513 |
| Cargo | | Firmante / Observaciones | Fecha/hora |
| 1 Secretaria General Técnica | | | |
| 2 | | | |



**Gobierno
de La Rioja**

| | | | | |
|---|--|--|----------|---|
| Radio temático de alcance autonómico | | EGM 3º acum. para La Rioja L-V | | 10% de inversión publicitaria prevista |
| | Radio temático de alcance autonómico con mayor audiencia | EGM | Cuña 20" | 20% - 23% del porcentaje del sector. |
| | Radio temático de alcance autonómico con segunda mayor audiencia | EGM | Cuña 20" | 20% - 23% del porcentaje del sector. |
| | Radio temático de alcance autonómico con tercera mayor audiencia | EGM | Cuña 20" | 15% - 18% del porcentaje del sector. |
| | Radio temático de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia | EGM | Cuña 20" | 15% - 18% del porcentaje del sector. |
| | Radio temático de alcance autonómico con quinta mayor audiencia | EGM | Cuña 20" | 15% - 18% del porcentaje del sector. |

c) Medios digitales

| Sector | Soporte | Fuente de medición | Especificaciones sobre formato | Porcentaje |
|--|---------|------------------------------------|--------------------------------|--|
| Diarios digitales regionales de información general | | Comscore u OJD Interactiva* | | 17% de la inversión publicitaria prevista |

| | | | |
|--|---------------------------------|--------------------------|---------------------|
| 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 |
| 12-7-9.02-0008/2022 | Pliego PT | Contratación electrónica | 2022/0122513 |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | Fecha/hora |
| 1 Secretaria General Técnica | | | |
| 2 | | | |



| | | | | |
|--|---|----------------------------|--|--------------------------------------|
| | Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja. | Comscore u OJD Interactiva | | 46% - 49% del porcentaje del sector. |
| | Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja. | Comscore u OJD Interactiva | | 30% - 33% del porcentaje del sector. |
| | Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja. | Comscore u OJD Interactiva | | 12% - 15% 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% - 3% del porcentaje del sector. |

(*) Audiencia media acumulada últimos seis meses hasta diciembre 2021

d) Publicidad Exterior

| Sector | Soporte | Criterio | Porcentaje |
|--|---------|----------|---|
| Publicidad exterior y medios no convencionales | | | 8% sobre la inversión publicitaria prevista |

| 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 |
| 12-7-9.02-0008/2022 | Pliego PT | Contratación electrónica | | 2022/0122513 |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | | Fecha/hora |
| 1 Secretaria General Técnica | | | | |
| 2 | | | | |



| | | | |
|--|---|----------|--|
| | Autobús metropolitano: <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de vinilos para laterales de autobús • 3 autobuses • Colocación y retirada de vinilos. | Unidades | 42% - 45% sobre el porcentaje del sector |
| | Carteles 50 x 70: <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de un mínimo de 800 carteles a 4 tintas en papel couche brillo 125g. • Distribución y colocación en poblaciones cabeceras de comarca. | Unidades | 52% - 55% 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.

| 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 | | |
| 12-7-9.02-0008/2022 | Pliego PT | Contratación electrónica | 2022/0122513 | | |
| Cargo | | Firmante / Observaciones | Fecha/hora | | |
| 1 Secretaria General Técnica | | | | | |
| 2 | | | | | |



4.3. Post-evaluación de la táctica publicitaria.

La empresa presentará, en **el plazo de 15 días naturales** desde término de la campaña, un informe de post-evaluación de la actividad publicitaria. Este informe contendrá:

- A) 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.
- B) Las variables relativas a los análisis de rentabilidad: coste por mil y el coste por ranting 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. 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. 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 <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 |
| 12-7-9.02-0008/2022 | Pleigo PT | Contratación electrónica | 2022/0122513 |
| Cargo | Firmante /Observaciones | | Fecha/hora |
| 1 Secretaria General Técnica | | | |
| 2 | | | |



**Gobierno
de La Rioja**

- 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 debe enmarcarse preferentemente **del 23 de marzo al 1 de abril de 2022** (ambos inclusive).

| 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 | |
| 12-7-9.02-0008/2022 | Pleigo PT | Contratación electrónica | 2022/0122513 | |
| Cargo | Firmante /Observaciones | | Fecha/hora | |
| 1 Secretaria General Técnica | | | | |
| 2 | | | | |