

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 22 29 UN SECTOR AGRARIO DEL SIGLO XXI» 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 29 Un sector agrario del siglo XXI”, 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.

El apoyo del Gobierno de La Rioja a la **transformación digital del sector agrario** es uno de los ejes prioritarios de la acción de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población, objetivo compartido con la Unión Europea y con el Gobierno de España para **incrementar la innovación, la rentabilidad y la productividad de la actividad agraria** y hacer un **uso más eficiente y sostenible de los recursos naturales**.

El **Gobierno de La Rioja apoya el esfuerzo transformador de la agricultura y ganadería inteligente** (‘Smart Agro’), a través de la **digitalización de la actividad agraria**.

En este contexto, el Gobierno de La Rioja considera que la **agricultura de precisión es palanca para la gran transformación del sector agrícola**, una **revolución en la agricultura a partir de la digitalización**, denominador común de

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
12-7-9.02-0027/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0556875		
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaria General Técnica				
2					

todas las acciones estratégicas que se están impulsando desde las tres vías del **Plan Estratégico de la PAC**; el **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España** y el **Plan de Transformación de La Rioja**.

En esta digitalización de la agricultura, la agricultura de precisión es ya el presente, como estrategia de gestión que recopila y analiza en datos temporales, espaciales e individuales, bien, a través de sensores a tiempo real, bien a través de imágenes obtenidas mediante teledetección (satélites, drones...) y lo combina con otra información auxiliar para respaldar las decisiones de manejo de acuerdo con la variabilidad estimada, y así mejorar la eficiencia en el uso de recursos, la productividad, la calidad, la rentabilidad y la sostenibilidad de la producción agrícola.

El **Plan Estratégico de la PAC 2023-2027**, que marcará la política agraria para los próximos años, se sustenta en un objetivo transversal común de **modernizar el sector agrario a través del fomento y la puesta en común del conocimiento, la innovación y la digitalización en las zonas agrícolas y rurales y promover su adopción**.

La **agricultura de precisión** será **protagonista para conseguir los objetivos de digitalización, reducción de fitosanitarios y fertilización sostenible** que marca el Plan Estratégico de la PAC.

Asimismo, el **Plan de Transformación de La Rioja**, dentro del marco definido por el Fondo de Recuperación de la Unión Europea y el Plan España Puede, integra el proyecto tractor de **Enorregión** que parte del hecho diferencial de que La Rioja es una referencia internacional en el mundo del vino y busca la transformación sostenible y digital de toda la cadena de valor del vino.

El objetivo de la digitalización de la actividad agraria es:

- **Reducir la brecha digital física, de infraestructura y de capacitación** para favorecer la adopción de las tecnologías y garantizar la igualdad de oportunidades de los territorios rurales.
- **Fomentar el uso de datos como motor de impulso sectorial**, abordando la interoperabilidad de datos del sector y la apertura de datos entre administraciones y sector privado.
- **Impulsar el desarrollo empresarial y los nuevos modelos de negocio** que permiten la innovación y la diversificación económica que ofrecen las nuevas tecnologías.
- **Favorecer la economía del conocimiento.**
- **Apoyar el emprendimiento digital en el sector agroalimentario.**
- **Respaldar la formación y los sistemas de asesoramiento para la capacitación digital.**

En este **camino hacia la digitalización**, la Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población promueve la transformación digital del campo riojano a través de diversos instrumentos de apoyo y también a través de la convocatoria de ayudas del **programa de aplicación de agricultura de precisión y tecnologías 4.0 en el sector**

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
12-7-9.02-0027/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0556875
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

agrícola y ganadero, dentro del Plan de Impulso de la Sostenibilidad y Competitividad de la Agricultura y Ganadería, financiado con fondos **Next Generation**, como apoyo a la transformación del sector y oportunidad para acceder a este tipo de inversiones.

3.2. Objetivos de comunicación

La campaña de publicidad cuenta con el principal objetivo de:

- **Difundir y concienciar** que la **agricultura de precisión** es ya el **presente y una oportunidad** para desarrollar una **actividad agrícola más sostenible y competitiva**.

Otros objetivos que se quieren conseguir son:

- **Impulsar** la imagen de un **sector agrario riojano sostenible y digital en el que la agricultura de precisión está al alcance del agricultor y agricultora de cualquier edad**, sin obviar la capacidad de liderar la innovación tecnológica de las **personas jóvenes**, los futuros agrotecnólogos.
- **Visibilizar** la **agricultura de precisión** en un **cultivo referente en La Rioja**, como es el **viñedo**, y en el que ya hay **casos de éxito de su implantación**.

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 agrario riojano, formado por agricultores/as y ganaderos/as con grandes o pequeñas explotaciones (individuales y cooperativas).

Se establece también como público objetivo secundario para la campaña de comunicación la población riojana de ambos sexos entre los 20 y 65 años, que según datos del INE es de 190.666 personas, de las que 95.674 son hombres y 94.990 son mujeres.

* Datos del IER a 1.1.2022

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.

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	
12-7-9.02-0027/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0556875	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				

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	33% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato		44% - 47% del porcentaje del sector.
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en La Rioja	OJD Último dato		41% - 44% del porcentaje del sector.
	Semanario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en La Rioja	PGD Último dato		6% - 9% del porcentaje del sector.

b) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM 1º acum. para La Rioja L-V		18% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con		Cuña 20"	52% - 55% 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 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0027/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0556875
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	mayor audiencia	EGM		
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	34% - 37% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	5% - 8% del porcentaje del sector.
Radio temática de alcance autonómico		EGM 1º acum. para La Rioja L-V		9% de inversión publicitaria prevista
	Radio temática de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	21% - 24% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	18% - 21% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	16% - 19% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	15% - 18% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con quinta mayor audiencia	EGM	Cuña 20”	15% - 18% 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
12-7-9.02-0027/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0556875
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

Radio de corte generalista de alcance local		EGM 1º acum. para La Rioja L-V		3% de inversión publicitaria prevista
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	54% - 57% del porcentaje del sector.
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con segunda mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	26% - 29% del porcentaje del sector.
	Radio independiente de corte generalista de alcance local con tercera mayor audiencia	EGM	Cuña 20"	11% - 14% del porcentaje del sector.

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		OJD Interactiva*		18% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		48% - 51% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segundo mayor número de usuarios únicos	OJD Interactiva		30% - 33% 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
12-7-9.02-0027/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0556875
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	de La Rioja.			
	Diario digital de información general regional con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		10% - 13% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		1% - 3% del porcentaje del sector.
Diarios digitales locales de información general		OJD Interactiva*		3% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital local de información general con mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		38% - 41% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con segundo mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		24% - 27% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con tercer mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		20% - 23% del porcentaje del sector.
	Diario digital local de información general con cuarto mayor número de usuarios únicos de La Rioja.	OJD Interactiva		6% - 9% del porcentaje del sector.

(*) Audiencia media acumulada últimos seis meses hasta mayo 2022

d) Publicidad Exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
--------	---------	----------	------------

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
12-7-9.02-0027/2022	Pliego PT	Contratación electrónica	2022/0556875
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

Publicidad exterior y medios no convencionales			16% sobre la inversión publicitaria prevista
	Autobús metropolitano: <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de vinilos para laterales de autobús. • 1 autobús. • Colocación y retirada de vinilos. 	Unidades	4% - 7% sobre el porcentaje del sector
	Carteles 50x70: <ul style="list-style-type: none"> • Impresión de un mínimo de 900 carteles a 4 tintas en papel couche brillo 125g. • Distribución y colocación en poblaciones cabeceras de comarca 	Unidades	26% - 29% sobre el porcentaje del sector
	Mupis: <ul style="list-style-type: none"> • Unidades de colocación en un mínimo de 15 mupis de Logroño durante 15 días. • Producción y colocación 	Unidades	61% - 64% 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

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
1 Secretaria General Técnica			
2			

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. 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.

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
12-7-9.02-0027/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica		2022/0556875
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Secretaria General Técnica			
2				

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 debe enmarcarse preferentemente **del 26 de julio al 8 de agosto 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. 10 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
12-7-9.02-0027/2022	Pleigo PT	Contratación electrónica	2022/0556875	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				