

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 23 05 TRANSFORMACIÓN AGRO» 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 23 05 Transformación Agro”, 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.

Invertir en la modernización de los regadíos supone invertir en el futuro de nuestro sistema agroalimentario, promover el relevo generacional, actuar ante el reto demográfico y la despoblación, ante el cambio climático y a favor del mantenimiento del paisaje. Es invertir en territorios sostenibles que se sitúan en la vanguardia de la innovación.

Es una de las principales apuestas para favorecer una agricultura competitiva, sostenible y eficiente en el uso de agua y energía. Y aporta mayor estabilidad y garantía a la producción de alimentos lo que también se traduce en un beneficio para toda la sociedad.

La Rioja está abordando un número de proyectos de modernización, consolidación y transformación de regadíos que no se había acometido nunca. Y está recibiendo un apoyo histórico presupuestario gracias al respaldo de la financiación del

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		
12-7-9.02-0010/2023	Pliego PT	Contratación electrónica	2023/0029476		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Secretaria General Técnica				
2					

Gobierno de España y la Unión Europea y el impulso adicional del Gobierno regional, que en 2023 asumirá íntegramente proyectos de mejora y modernización con un presupuesto de 7 millones de euros.

3.2. Objetivos de comunicación

Los objetivos que se quieren conseguir a través de esta campaña son:

- **Informar de los beneficios que aporta la modernización de regadíos:** mejorar la eficiencia del uso del agua de riego; mejorar la productividad y rentabilidad de las explotaciones; favorecer la actividad emprendedora y el relevo generacional
- **Transmitir que la modernización de regadíos es inversión de futuro para la agricultura.** Es necesaria para una agricultura competitiva, sostenible y eficiente.
- **Trasladar que el gran reto de la agricultura de regadío es disponer de agua en el futuro,** en un contexto de cambio climático.

3.3. Públicos objetivos

Se establece como público objetivo primario para la campaña de comunicación 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 316.806 personas, de las que 155.883 son hombres y 160.924 son mujeres.

Se establece también como público objetivo secundario al sector agrario riojano formado por agricultores/as con grandes o pequeñas explotaciones (individuales y cooperativas).

*Datos del IER a 1.7.2022

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.

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.

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
12-7-9.02-0010/2023	Pliego PT	Contratación electrónica	2023/0029476
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

TABLA DE SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN.
a) Prensa escrita

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022	Especificaciones sobre formato	34% de la inversión publicitaria prevista
	Diario de prensa escrita diaria con mayor audiencia frecuente en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom		69% - 72% del porcentaje del sector.
	Diario de prensa escrita diaria con segunda mayor audiencia frecuente en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom		25% - 28% del porcentaje del sector.

b) Medios radiofónicos

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022		23% de la inversión publicitaria prevista
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con	L-V 4 o 5 días	Cuña 20"	41% - 44% 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 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0010/2023	Pliego PT	Contratación electrónica	2023/0029476
Cargo		Firmante /Observaciones	Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	mayor audiencia frecuente en La Rioja	y sáb y/o dom		sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia frecuente en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	34% - 37% del porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia frecuente en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	16% - 19% del porcentaje del sector.
Radio temática de alcance autonómico		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022		11% de inversión publicitaria prevista
	Radio temática de alcance autonómico con mayor audiencia frecuente en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	21% - 24% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con segunda mayor audiencia frecuente en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	20% - 23% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con tercera mayor audiencia frecuente en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	13% - 16% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con cuarta mayor audiencia frecuente en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	10% - 13% 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 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0010/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0029476
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	Radio temática de alcance autonómico con quinta mayor audiencia frecuente en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	9% - 12% del porcentaje del sector.
	Radio temática de alcance autonómico con sexta mayor audiencia frecuente en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom	Cuña 20"	9% - 12% del porcentaje del sector.

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Diarios digitales regionales de información general		Estudio de audiencias de medios de comunicación de La Rioja 2022		19% de la inversión publicitaria prevista
	Diario digital de información general regional con mayor audiencia frecuente en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom		43% - 46% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con segunda mayor audiencia frecuente en La Rioja.	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom		30% - 33% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con tercera mayor audiencia frecuente en La Rioja	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom		10% - 13% del porcentaje del sector.
	Diario digital de información general regional con cuarta mayor audiencia frecuente en La	L-V 4 o 5 días y sáb y/o dom		5% - 8% del porcentaje del

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 5 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0010/2023	Pliego PT	Contratación electrónica	2023/0029476
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

	Rioja.			sector.
--	--------	--	--	---------

d) Publicidad Exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			13% 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	10% - 13% sobre el porcentaje del sector
	Mupis: <ul style="list-style-type: none"> Unidades de colocación en un mínimo de 10 mupis de Logroño durante 1 mes. Producción y colocación 	Unidades	63% - 66% sobre el porcentaje del sector
	Carteles 50x70: <ul style="list-style-type: none"> Impresión de un mínimo de 850 carteles a 4 tintas en papel couche brillo 125g. Distribución y colocación en poblaciones cabeceras de comarcas. 	Unidades	19% - 21% sobre el porcentaje del sector

4.2. Intermediación y compra de formatos o espacios publicitarios.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 6 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0010/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0029476
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
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 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. Post-evaluación de la táctica publicitaria.

La empresa presentará, en **el plazo de 15 días naturales** desde el 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

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
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
12-7-9.02-0010/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0029476
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Secretaria General Técnica			
2			

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
 - 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 13 al 28 de febrero de 2023** (ambos inclusive)

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	
12-7-9.02-0010/2023	Pleigo PT	Contratación electrónica	2023/0029476	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Secretaria General Técnica				
2				