

RF.^a: CP/19/015

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «PREMIOS CAPITAL», 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 planificación, compra de espacios y postevaluación** de la campaña de publicidad institucional “Premios Capital”, de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente.

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 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.
- c) 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 / 10

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000336	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0667872
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/Hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



3. Descripción de la campaña de publicidad

3.1. Presentación

Los Premios La Rioja Capital nacieron en 2011 y reconocen públicamente la trayectoria y el compromiso de profesionales, organizaciones, empresas y entidades públicas o privadas con el crecimiento del sector agrícola, ganadero y agroalimentario en la comunidad autónoma.

Estos premios, que son de carácter bienal y viven su quinta edición, tienen un carácter honorífico y no contemplan contraprestación económica alguna.

A través de nueve categorías, abarcan la diversidad de ámbitos que agrupa el sector agroalimentario, desde el productor, industrial y comercial, al divulgativo, gastronómico o investigador:

- **Premio a la Trayectoria Agrícola o Ganadera.** Reconoce a aquellas personas o entidades que hayan sobresalido en su dedicación al sector agrario, ya sea en el trabajo en su explotación, o en labores de representación en organizaciones, asociaciones, entidades públicas o privadas.
- **Premio a la Trayectoria Empresarial Agroalimentaria.** Este galardón distingue a personas o entidades que hayan destacado por su trayectoria en el campo agroalimentario, cuidando la excelencia al producto, garantizando la calidad y potenciando el uso de tecnología avanzada o que su elaboración haya sido especialmente respetuosa con el medio ambiente.
- **Premio a la Calidad Agroalimentaria.** Dirigido a indicaciones o marcas de calidad que se hayan diferenciado por su esfuerzo en el incremento de la calidad y la promoción de sus productos.
- **Premio a la Investigación e Innovación Agraria.** Reconoce a personas y entidades que hayan contribuido de manera decisiva a la mejora de la calidad de los productos agrícolas y agroalimentarios a través de la investigación o la innovación.
- **Premio al Desarrollo Rural.** Esta distinción valora a aquellas personas y entidades que se hayan destacado por su compromiso con el desarrollo rural de La Rioja, y el impulso de sus actividades agrícolas y ganaderas.
- **Premio al Desarrollo de Iniciativas Singulares y Dinamizadoras de la actividad económica ligada con los recursos agrícolas y agroalimentarios.** En reconocimiento a iniciativas vinculadas a recursos agrarios o agroalimentarios que contribuyan al desarrollo económico de la región.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000336	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0667872
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



- **Premio a la Corporación Local comprometida con el sector agrario.** Para distinguir a los ayuntamientos que se hayan destacado por su labor de promoción de sus productos agrícolas y agroalimentarios.
- **Premio a la Iniciativa Gastronómica.** Este galardón resalta el trabajo de personas y entidades que hayan contribuido al prestigio de los productos agrícolas locales a través de la gastronomía.
- **Premio al Medio de Comunicación más comprometido con el sector agrario y agroalimentario.** Este galardón reconoce la labor de profesionales y medios de comunicación que se hayan destacado por prestar atención y divulgar todo lo referente a la agricultura y a la calidad de los productos agroalimentarios.

3.2. Enfoque de comunicación

Esta campaña pretende dar a conocer a los galardonados con los Premios La Rioja Capital, así como rendirles reconocimiento por las buenas prácticas llevadas a cabo en materia de calidad agroalimentaria.

3.3. Objetivos de comunicación

La campaña cuenta con el siguiente objetivo general de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Difundir el reconocimiento y las buenas prácticas en La Rioja en relación con la calidad agroalimentaria.

3.4. Públicos objetivos

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

- **Publico primario:** El **sector agrícola, ganadero y agroalimentario riojano**, formado por profesionales, organizaciones, empresas y entidades públicas o privadas con el crecimiento del sector agrícola, ganadero y agroalimentario en la comunidad autónoma.
- **Publico secundario:** El **conjunto de la sociedad riojana**, que debe conocer las buenas prácticas llevadas a cabo en nuestra comunidad autónoma en materia de calidad agroalimentaria.

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	
00848-2018/000336	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0667872	Fecha/Hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1 Gestión A.G.				
2 Consejera				
3				



En este caso, delimitaremos este grupo de población como aquel formado por los riojanos **desde los 30 hasta los 65 años**. Según los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja, esta campaña se dirige a un total de 160.883 riojanos.

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, 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. 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.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000336	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0667872
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 sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		OJD u PJD		43% sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de difusión en la Comunidad Autónoma de La Rioja	OJD Último dato	Color	52-60% sobre el porcentaje del sector.
	Diario de distribución gratuita con mayor promedio de distribución en la Comunidad Autónoma de La Rioja	PJD Último dato	Color	32-40% sobre el porcentaje del sector.

b) Medios radiofónicos (*)

Sector	Soporte	Fuente de medición	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		EGM Último estudio acumulado		23% sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	40-43% sobre el porcentaje del sector.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000336	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0667872
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/Hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



	Radio de corte generalista de alcance autonómico con segunda mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	30-34% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte generalista de alcance autonómico con tercera mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado (segunda oleada 2018, acumulado L-V)	Cuña 20"	20-23% sobre el porcentaje del sector.
Radio de corte generalista de alcance local		EGM Último estudio acumulado		8% sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Radio con emisora 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 con emisora 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"	33-37% sobre el porcentaje del sector.
	Radio con emisora 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"	23-26% sobre el porcentaje del sector.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000336	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0667872
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/Hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			



Radio de corte temático musical de alcance autonómico		EGM Último estudio acumulado		9% sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Radio de corte temático musical con mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	32-35% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con segunda mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	30-33% sobre el porcentaje del sector.
	Radio de corte temático musical con tercera mayor audiencia	EGM Último estudio acumulado	Cuña 20"	29-32% 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.

c) Medios digitales

Sector	Soporte	Fuente de medición	Porcentaje
Medios digitales		Comscore u OJD Interactiva	14% sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Diario de información general de carácter digital y autonómico con mayor número de usuarios únicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual usuarios o navegadores únicos	50-52% 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. 7 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000336	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0667872	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/Hora
1 Gestión A.G.				
2 Consejera				
3				



	Diario de información general de carácter digital y autonómico con segundo mayor número de usuarios únicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual usuarios o navegadores únicos	18-20% sobre el porcentaje del sector.
	Diario de información general de carácter digital y autonómico con tercer mayor número de usuarios únicos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual usuarios o navegadores únicos	14-18% sobre el porcentaje del sector
	Otros medios digitales de información general de carácter digital y local.	Comscore u OJD Interactiva Último dato mensual usuarios o navegadores únicos	8-10% sobre el porcentaje del sector

d) Publicidad exterior

Sector	Soporte	Criterio	Porcentaje
Publicidad exterior y medios no convencionales			3% sobre la inversión publicitaria prevista por el licitador
	Carteles. Tamaño 40x60. Impresión de un máximo de 1.000 uds. Colocación en ubicaciones concretas de Logroño, cabeceras de comarca y otras localidades de La Rioja.	Unidades	95-100% 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. 8 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000336	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0667872	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Gestión A.G.				
2 Consejera				
3				



4.2. 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. 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 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.

4.3. 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 del plan 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 tácitamente 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. 9 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000336	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0667872	Fecha/Hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
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 durante el mes de febrero de 2019** (las inserciones deberán abarcar dos semanas naturales completas).

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000336	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0667872
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Gestión A.G.			
2 Consejera			
3			