

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS CONSISTENTES EN LA PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS DE PUBLICIDAD, ASÍ COMO LA PRODUCCIÓN DE SOPORTES PUBLICITARIOS PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA DE FERIASJAÉN “EXPOLIVA`17” QUE SE CELEBRA EN JAÉN DEL 10 AL 13 DE MAYO DE 2017.**

**PRIMERA.- OBJETO.**

La convocatoria del presente concurso tiene como fin la difusión de la campaña de publicidad diseñada por Ferias Jaén S.A (en adelante Ferias Jaén), referente a la Feria del Olivar e Industrias Afines, Expoliva. El objetivo de esta campaña es lograr captar la atención del público para su visita al evento, lograr la mayor difusión posible del certamen y lograr los mayores resultados posibles en concepto de rentabilidad de la inversión.

La creatividad y producción de todos los elementos audiovisuales y gráficos de la campaña correrán a cargo de la empresa adjudicataria. Antes de la publicación de cada una de las adaptaciones, Ferias Jaén deberá dar la aprobación a cada una ellas, para supervisar si éstas van en consonancia con la campaña en vigor.

Durante la realización de los trabajos objeto del contrato, se podrán efectuar por **Ferías Jaén** cuantas sugerencias y propuestas de modificación se consideren necesarias para el buen fin de la campaña de promoción.

**SEGUNDA.- DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS.**

**1.- ÁMBITO DE DIFUSIÓN.**

El ámbito de la campaña será Local y Provincial en un porcentaje de 48% del presupuesto. Para la campaña Regional y Nacional el porcentaje será del 52% del presupuesto.

**2.- PERÍODO DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA.**

La campaña publicitaria se desarrollará del 4 de abril al 13 de mayo de 2017.

**3.- DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS.**

La campaña objeto del presente concurso es la siguiente:

**CAMPAÑA EXPOLIVA 2017**

**4.- PLAN DE MEDIOS.**

## **BRIEFING DE MEDIOS CAMPAÑA EXPOLIVA 2017**

### **A) DATOS DE CAMPAÑA**

**Cliente:** Ferias Jaén  
**Campaña:** Campaña “Expoliva” 2017  
**Objetivo de medios:** Posicionar la Feria del Olivar e Industrias Afines como líder en la Promoción de este segmento agrícola. Informar del comienzo de la feria.  
**Marca:** Expoliva  
**Medios:** Televisión, prensa, radio y exterior.

### **B) PÚBLICO OBJETIVO**

- Agentes profesionales relacionados con el olivar y la industria que le rodea.
- Personas mayores de 18 años relacionados de una u otra manera con el olivar.

### **C) TÁCTICA DE MEDIOS:**

#### **TELEVISIÓN**

**Ámbito:** Nacional, Andaluz y provincial.

**Selección de Medios:** Los incluidos en cuadro adjunto, más los que la agencia decida ampliar.

**Formato:** Convencional /Spot 20”

**Fechas de Campaña:** Del 4 de abril al 13 de Mayo de 2017

**Posicionamiento:** Como mínimo, un 50% en Prime Time

Según cuadro adjunto:

<b>TELEVISIÓN LOCAL Y PROVINCIAL</b>	<b>Spot mínimos</b>
Onda Jaén	48
TV Linares	100
TV Úbeda	100
Diez TV	100
Andújar TV	100
TV Baeza	100
TV Alcalá la Real	80
Canal 45	70
TV Cazorla	100
	<b>26%</b>
<b>TELEVISIÓN NACIONAL Y REGIONAL</b>	<b>presupuesto</b>
Canal sur TV regional	
Canal Sur TV Regional. Tierra y Mar	

Televisión Local y Provincial representará un porcentaje del 7% del presupuesto de la campaña con un mínimo de inserciones especificadas en el cuadro adjunto. En Televisión regional se realizará un mínimo del 6% y la televisión nacional representará un porcentaje del 20% del presupuesto.

**Datos cuantitativos a presentar:**

- Calendario u óptico que refleje los días, horas y programas junto con número de inserciones y emisiones en cada cadena
- GRP's obtenidos con la planificación propuesta (Presión semanal, total y por cadenas)
- Precio medio obtenido (todo incluido) por formatos y cadenas diferenciando Day Time y Prime Time
- Formato de entrega de las copias de emisión de cada cadena.

**RADIO**

**Ámbito:** Nacional, Nacional, Andaluz y provincial.

**Selección de Medios:**

- Desconexiones regionales en Andalucía de Cadenas de radios nacionales y autonómicas y programas nacionales.
- Emisoras locales de Jaén según cuadro adjunto, más los que la agencia decida ampliar.

**Formato:** Convencional /Cuña 30''

**Fechas de Campaña:** Del 4 de abril al 13 de mayo de 2017

**Posicionamiento:** Como mínimo, un 50% de las emisiones se harán en los programas de máxima audiencia de las diferentes cadenas.

<b>RADIO PROVINCIAL</b>	<b>Cuñas mínimos</b>
Radio Jaén. Cadena Ser	180
Multimedia Jiennense	90
Onda Cero Tierras de Jaén	125
Onda Cero Linares	125
Onda Jaén	72
Cope Jaén	200
Canal Sur Jaén	80
Ser Linares	72
Radio Sierra	96
Radio Andújar	50
Radio Jodar	50
	<b>14%</b>
<b>RADIO NACIONAL Y REGIONAL</b>	<b>presupuesto</b>
CANAL SUR RADIO REGIONAL	

Radio Local y Provincial representará un porcentaje del 13% del presupuesto de la campaña con un mínimo de inserciones especificadas en el cuadro adjunto, y Radio Regional se realizará un mínimo de 3% y Radio Nacional representara un porcentaje del 11% del presupuesto.

**Datos cuantitativos a presentar:**

- Calendario u óptico que refleje los días, horas y programas
- Número de cuñas en cada cadena
- Formato de entrega de las copias de emisión de cada cadena
- Selección de programas de mayor audiencia
- Precio medio de la cuña de 30" (todo incluido) por cadenas y programas.
- GRP's, cobertura y contactos obtenidos con la planificación propuesta.

**PRENSA**

**Ámbito:** Nacional, Andaluz y provincial (especial hincapié en el ámbito de la provincia de Jaén)

**Selección de Medios:** Los incluidos en cuadro adjunto, más los que la agencia decida ampliar.

**Formatos:** Página color / Media Página Color / Faldones / Manchetas de portada / Robapáginas

**Fechas de Campaña:** Del 4 de abril al 13 de mayo de 2017.

**Posicionamiento:** Página impar o preferente.

Las revistas especializadas en el sector de olivar y agrícolas quedan fuera de esta propuesta por ser gestionadas directamente por Ferias Jaén

<b>PRENSA ESCRITA LOCAL Y PROVINCIAL</b>	<b>Módulos mínimos</b>
Diario Jaén	270
Diario Ideal	145
Viva Jaén	200
Grupo Información	70
Motor y Turismo	60
	<b>12%</b>
<b>PRENSA ESCRITA NACIONAL Y REGIONAL</b>	<b>presupuesto</b>
El Mundo Andalucía	
El País Andalucía	
ABC Andalucía	
Marca Andalucía	

Prensa escrita Local y Provincial representará un porcentaje del 20% del presupuesto de la campaña con un mínimo de inserciones especificadas en el cuadro adjunto, Prensa Regional se realizará mínimo un 9% y Prensa Nacional representara un porcentaje mínimo del 3% del presupuesto.

**Datos cuantitativos a presentar:**

- Calendario u óptico que refleje las fechas de inserción
- Medidas de cada soporte y fechas previas de entrega de materiales.
- Ubicación de cada inserción (página preferente)

- Precio medio de la página color (todo incluido) en cada uno de los soportes.
- GRP's, cobertura y contactos obtenidos con la planificación propuesta.

## **EXTERIOR**

**Ámbito:** Jaén capital y principales municipios de la provincia de más de 20.000 habitantes.

**Selección de Soportes:** a parte de los especificados los demás serian a elección de la agencia.

**Fechas de Campaña:** Del 4 de abril al 13 de mayo de 2017

Cuadro inserciones mínimas:

<b>EXTERIOR Y OTROS</b>	<b>unidades mínimas</b>
Campaña de mupys en Jaén capital (montaje y material incluido)	20
Campaña de vallas en municipios de más de 20.000 habitantes de la provincia (montaje y material incluido)	30
Banderolas en Jaén en calles principales: Avda. Granada, Paseo de la Estación, Avenida de Madrid y Bulevar.	100

### **Datos cuantitativos a presentar:**

- Ubicación de los emplazamientos a contratar
- Plano de las ubicaciones de todos los soportes propuestos
- Argumentación de la calidad de la ubicación de los soportes (tráfico automovilístico, humano, etc.)
- Número de emplazamientos
- Precio medio de cada uno de los soportes (información separada para cada una de las localidades en las que se proponga emplazamiento)

Este apartado tendrá una menor valoración que el resto de soportes publicitarios, no debiendo superar la inversión de este tipo es de un porcentaje del 8% presupuesto Campaña Publicidad, según cuadro inserciones mínimas.

## **ACCIONES ESPECIALES**

**Ámbito:** Regional y nacional

**Formatos:** Cualquier soporte que suponga un valor añadido al plan de medios convencional.

**Selección de Medios:** A elegir por la agencia

### **Datos cuantitativos a presentar:**

- Calendario u óptico que refleje las fechas de inserción
- Medidas de cada soporte y fechas previas de entrega de materiales.
- Ubicación de cada inserción (página preferente)
- Precio medio de la página color (todo incluido) en cada uno de los soportes.
- GRP's obtenidos con la planificación en los medios propuestos.

## **D.- PRESUPUESTO DE MEDIOS**

**Presupuesto Total:** 75.680,00 euros comisiones de agencia incluidos.

### **Presupuesto por Medios:**

- Como máximo se destinarán 12.000 euros en acciones especiales, del presupuesto total.
- En este precio debe estar incluido gastos de producción (Cuñas voz nacional, Grabación de spot...), derechos de autor, cualquier tipo de canon de emisión.
- En cualquier caso es de obligado cumplimiento lo contemplado en el anexo III y en los cuadros de cada apartado, en el que se especifica un número de inserciones en medios Locales y Provinciales, quedando abierto las inserciones en el resto de medios de ámbito Regional y Nacional, destinando a cada partida el porcentaje especificado del presupuesto de la Campaña. Igualmente se deja abierta la posibilidad de ampliar cualquier otro medio provincial que no esté incluido en el presente anexo.
- La creatividad y producción de todos los elementos audiovisuales y gráficos de la campaña correrán a cargo de la empresa adjudicataria. Ferias Jaén deberá dar la aprobación de cada una de las adaptaciones antes de su publicación.
- Las cuñas y la grabación de spot, deberán estar producidas y aprobadas por Ferias Jaén con una antelación mínima de diez días antes de comenzar la campaña.
- Las adaptaciones en prensa serán realizadas por Ferias Jaén, aportando el adjudicatario las medidas de cada uno de los originales.

## **F.- ESTRATEGIA DE MEDIOS.**

Aquella que permita generar un mayor número de contactos, lograr un mayor grado de afinidad con el público objetivo de campaña y obtener mayor presión en términos de Grp y cobertura durante los periodos que duren las campañas.

Las acciones especiales así como el mix de medios que presenten las agencias deben de aportar un valor añadido diferencial y una creatividad que ayude a diferenciarse del resto de campañas de comunicación dirigidas al sector de la Industria del Olivar.

La campaña tiene 38 días de duración. Durante los primeros diez días de abril se harán acciones puntuales a nivel nacional para darle proyección a la feria para posteriormente, durante la segunda parte del mes de abril y mayo comenzar con una campaña más intensiva.

## **G.- EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO.**

La agencia adjudicataria deberá presentar informes de seguimiento con el fin de garantizar que los objetivos iniciales de campaña se están cumpliendo así como un informe final de campaña donde se muestre que los objetivos iniciales establecidos en el Plan de medios han sido cumplidos.

Una vez ejecutado el Plan de medios la agencia deberá presentar un informe Cuantitativo/ Cualitativo de impacto de campaña donde se muestren el grado de

recuerdo, notoriedad y eficacia de la campaña entre el Target al que se dirige la comunicación. La metodología empleada para el desarrollo del informe de impacto se deja a la libre elección de las agencias.

Tanto los informes de evaluación y seguimiento como de impacto de campaña serán de obligada presentación a la finalización de la misma, por parte de la agencia ganadora y estarán incluidos en los presupuestos de adjudicación del concurso.

Junto al estudio de impacto publicitario, se deberá presentar también un seguimiento de todas las apariciones informativas que ha tenido la feria tras la finalización de la misma. De esta forma se adjuntará un dossier completo de prensa con una copia de la información publicada en cualquier medio nacional. Se adjuntará también un informe con el impacto económico que suponen esas apariciones informativas en medios.

<b>EXPOLIVA 2017</b>		<b>ANEXO III</b>
<b>CAMPAÑA PUBLICIDAD</b>		
<b>MEDIO</b>		
<b>PRENSA ESCRITA LOCAL Y PROVINCIAL</b>		<b>Módulos mínimos</b>
Diario Jaén		270
Diario Ideal		145
Viva Jaén		200
Grupo Información		70
Motor y Turismo		60
<b>PRENSA ESCRITA NACIONAL Y REGIONAL</b>		<b>12% presupuesto</b>
El Mundo Andalucía		
El País Andalucía		
ABC Andalucía		
Marca Andalucía		
<b>RADIO PROVINCIAL</b>		<b>Cuñas mínimas</b>
Radio Jaén. Cadena Ser		180
Multimedia Jiennense		90
Onda Cero Tierras de Jaén		125
Onda Cero Linares		125
Onda Jaén		72
Cope Jaén		200
Canal Sur Jaén		80
Ser Linares		72
Radio Sierra		96
Radio Andújar		50
Radio Jodar		50
<b>RADIO NACIONAL Y REGIONAL</b>		<b>14% presupuesto</b>
CANAL SUR RADIO REGIONAL		
<b>TELEVISIÓN LOCAL Y PROVINCIAL</b>		<b>Spot mínimos</b>
Onda Jaén		48
TV Linares		100
TV Úbeda		100
Diez TV		100
Andújar TV		100
TV Baeza		100
TV Alcalá la Real		80
Canal 45		70
TV Cazorla		100
<b>TELEVISIÓN NACIONAL Y REGIONAL</b>		<b>26% presupuesto</b>
Canal sur TV regional		
Canal Sur TV Regional. Tierra y Mar		



<b>EXTERIOR Y OTROS</b>	<b>unidades mínimas</b>
Campaña de mupys en Jaén capital (montaje y material incluido)	20
Campaña de vallas en municipios de más de 20.000 habitantes de la provincia (montaje y material incluido)	30
Banderolas en Jaén en calles principales: Avda. Granada, Paseo de la Estación, Avenida de Madrid y Bulevar.	100
<b>ACCIONES ESPECIALES</b>	<b>12.000,00</b>
<b>TOTAL CAMPAÑA EXPOLIVA 2017</b>	

Jaén a 10 de Febrero de 2017