



RF.º: CP/19/022

## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER TRABAJADORA», DE LA CONSEJERÍA DE POLÍTICAS SOCIALES, FAMILIA, IGUALDAD Y JUSTICIA

### 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 creación y diseño publicitario para la campaña de publicidad institucional “Día Internacional de la Mujer Trabajadora”, de la Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

### 2. Definición y descripción del contrato

El objeto del contrato de creación comporta los siguientes servicios y actividades profesionales requeridos:

- a) **Adaptación y actualización de una creatividad ya existente** realizada en 2017 con motivo del Día Internacional de la Mujer Trabajadora:
- b) La **entrega de los artes finales** al Gobierno de La Rioja para su distribución a los soportes publicitarios elegidos para el desarrollo de la táctica publicitaria.

### 3. Brief de comunicación de la campaña de publicidad institucional

#### 3.1. Presentación

Aunque el origen del Día de la Mujer no está muy claro y existen varias versiones, la más verosímil dice que fue un 8 de marzo del año 1857 cuando un grupo de trabajadoras textiles decidió salir a las calles de Nueva York para protestar por las míseras condiciones en las que trabajaban. Una acción que se convertiría en una de las primeras manifestaciones para luchar por sus derechos laborales.

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	
00848-2019/000004	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0081113	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



En 1975, la asamblea general de la ONU declaró oficialmente esta fecha como Día Internacional de la Mujer Trabajadora, una jornada en la que se reivindica una sociedad igualitaria entre mujeres y hombres y se busca que el papel femenino ocupe el nivel que le corresponde en términos de equidad.

En este sentido, el Gobierno de La Rioja tiene como prioridad impulsar la igualdad efectiva de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, orientando la acción de los poderes públicos y dinamizando y sensibilizando a la sociedad en esa dirección.

### 3.2. Enfoque de comunicación

El enfoque de la campaña de publicidad, en el marco de esta efeméride tan relevante, debe sensibilizar a la población riojana sobre la necesidad de avanzar en materia de igualdad de género.

Por ello, debe lanzar un mensaje claro con el objetivo de concienciar sobre la ruptura de las barreras laborales, económicas y sociales para las mujeres, a la par que incite a la reflexión y llame a la acción.

### 3.3. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación cuenta con los siguientes objetivos de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Difundir esta efeméride entre la sociedad riojana.
- Concienciar a la población riojana sobre la necesidad de avanzar en la igualdad de género y fortalecer el papel de las mujeres.

### 3.4. Criterios de conversación

Para evaluar convenientemente el grado de cumplimiento de los objetivos de comunicación que pretende la campaña de publicidad se establece el siguiente indicador de impacto:

- Nº. de visitas a la web [www.larioja.org/igualdad](http://www.larioja.org/igualdad) durante el período que dure la campaña.

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
00848-2019/000004	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0081113
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



### 3.5. Públicos objetivos

Se establecen como **público objetivo** para la campaña de comunicación institucional 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 **312.423 personas**, de las que 154.219 son hombres y 158.205 son mujeres.

Al definirse un grupo primario con tanta amplitud, se concluye en la necesidad de desagregarlo por segmentos más concretos de edad:

- **Público primario**: Riojanas y riojanos en edad activa, que comprende **entre los 16 hasta los 65 años**. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de población está formado por **199.860 personas**.
- **Público secundario**: Resto de la ciudadanía de la comunidad autónoma.

### 3.6. Tono y estilo de comunicación

El tono y el estilo de la campaña definen la forma en la que el Gobierno quiere dirigir sus mensajes a los públicos para cumplir los objetivos establecidos. La identidad para la publicidad institucional, aprobada por el Consejo de Gobierno, en sesión de 27 de febrero, estableció un conjunto de normas orientadas a la **homogeneidad de tono y estilo** en la actividad publicitaria del Gobierno de La Rioja.

#### Consulta las normas de tono y estilo

En el siguiente enlace puedes consultar qué normas y pautas tenemos para construir el tono y estilo

[www.larioja.org/identidadpublicitaria/general](http://www.larioja.org/identidadpublicitaria/general)

### 3.7. Emisor de la campaña

Esta campaña se encuentra dentro del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja y, por ello, éste será el emisor.

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		
00848-2019/000004	Plego PT	Publicidad institucional	2019/0081113		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Director de Gabinete				
2	Consejera				
3					



### 3.8. Lenguaje

El objetivo principal de la campaña publicitaria pretende y promueve la concienciación social sobre la necesaria igualdad de género y del empoderamiento de la mujer, a la par que se sensibiliza sobre la corresponsabilidad intrafamiliar y la conciliación familiar, laboral y personal de las mujeres.

Por este motivo, se llevará a cabo un tono y estilo persuasivos en la construcción de los mensajes publicitarios que inciten a la acción y conciencien a la ciudadanía sobre la importancia de adquirir esta conciencia social.

Este tono de persuasión deberá dirigirse al ciudadano y respetará también las prohibiciones establecidas para el autobombo y el ensalzamiento de logros institucionales.

La persuasión con la que se construya el mensaje deberá cumplir con los principios de comunicación establecidos en la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional, así como con el compromiso del Gobierno de La Rioja con la realidad social en la que se actúa.

### 3.9. Programa gráfico a aplicar en la campaña de publicidad

En este caso la tipología de campaña, según se especifica en la ficha básica de campaña del Plan de Publicidad Institucional, es **social**. Por ello, se deberá utilizar para la composición de mensajes el **programa publicitario social** del Programa de Identidad para la Publicidad Institucional.

#### Descargas útiles

Puedes consultar las normas gráficas y descargar las plantillas del programa en esta web:

[www.larioja.org/programasocial](http://www.larioja.org/programasocial)

## 4. Contenido de los servicios

### 4.1. Normativa aplicable

Este contrato tiene su fundamento normativo en lo dispuesto en los artículos 20 de la ley 34/1988, de 11 noviembre, General de Publicidad, así como en el artículo 5 de la Ley 7/2017, de 22 de mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional.

Así el artículo 20 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, define el contrato de creación publicitaria como aquel por el que, a cambio de una contraprestación, una persona física o jurídica se obliga

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
00848-2019/000004	Pliego PT	Publicidad institucional		2019/0081113
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Director de Gabinete			
2	Consejera			
3				



en favor del anunciante o agencia a idear y elaborar un proyecto de campaña publicitaria, una parte de la misma o cualquier otro elemento publicitario.

Por su parte la Ley 7/2017, de 22 de mayo, establece en el artículo 5 que las campañas de publicidad institucional se articularán mediante los contratos de publicidad, de difusión publicitaria, de creación publicitaria o de patrocinio previstos en la normativa vigente reguladora de la publicidad con carácter general.

#### 4.2. Objeto del contrato de creación publicitaria

El objeto de contrato previsto es la **actualización de la imagen gráfica existente y su adaptación a diferentes formatos gráficos y audiovisuales** que compondrán la campaña de publicidad institucional “Día Internacional de la Mujer Trabajadora” de la Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

#### 4.3. Oferta técnica

Las propuestas deberán contemplar la siguiente **oferta técnica**:

- a) **Materiales para los soportes para el plan de medios.** La Consejería de Presidencia requiere también de adaptaciones de la creatividad central de la campaña publicitaria, de acuerdo al plan de medios previsto para la campaña publicitaria:
  - Diseño y maquetación de creatividades para **prensa regional**:
    - Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 7 adaptaciones) y sus dimensiones una vez que esté adjudicado el pliego de prescripciones técnicas del contrato de difusión publicitaria para la presente campaña y, por lo tanto, cerrado su plan de medios.
  - Adaptación de creatividad para **banners** animados para medios digitales (HTML5):
    - Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 10 adaptaciones, con sus respectivas versiones para formatos móviles) y sus dimensiones una vez que esté adjudicado el pliego de prescripciones técnicas del contrato de difusión publicitaria para la presente campaña y, por lo tanto, cerrado su plan de medios.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 5 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000004	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0081113
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



- Redacción, locución y producción de:
  - **Cuña radiofónica** de 20”.
  - **Cabecera para microespacio** radiofónico (voz corporativa del Gobierno de La Rioja).
- Adaptación y actualización del **cartel** de la presente edición:
  - Tamaño: 40x60 cm.
- Adaptación del cartel anterior para su ubicación en **mupis**:
  - Tamaño: 120x175 cm.
- Adaptación de la creatividad para la rotulación de **autobús urbano**.

b) **Web y redes sociales:**

- **Apoyo gráfico para el contenido web** [www.larioja.org/igualdad](http://www.larioja.org/igualdad) (cabecera, imágenes de recurso, etc.).
- Diseño y maquetación de **una pieza gráfica animada (motion graphics)**, una por paseo, para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno (1080x1080 px).
- Diseño y maquetación de un **banner** para la cabecera de la web [www.larioja.org](http://www.larioja.org) y recursos gráficos para la web (964x107 px). Consultar especificaciones de diseño en [publicidad@larioja.org](mailto:publicidad@larioja.org).

c) **Otros materiales gráficos:**

- Adaptación de creatividad, producción y colocación de **lona exterior microperforada** para ubicar en la fachada de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior:
  - Tamaño: 220x228 cm.
  - Impresión INK jet látex de alta resolución.
  - 4 ojales metálicos (uno por vértice) y tensada sobre sistema de sujeción existente en la fachada.

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
00848-2019/000004	Plego PT	Publicidad institucional	2019/0081113
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



- Adaptación de creatividad de **5 lonas exteriores** para ubicar en la fachada de la Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia:
  - Tamaño: 250x80 cm/unidad.
  - 5 ojales metálicos (uno por vértice) en cada una de las lonas.
- Adaptación de la creatividad para insertar en un **vaso desechable de café para servir en máquinas de autoservicio** ubicadas en consejerías y otras dependencias del Gobierno de La Rioja (colegios, centros de salud, etc.).
  - La producción (6.000 unidades) y la distribución no están incluidas en el presente pliego.
- Recursos gráficos y fotográficos de los diferentes elementos producidos por la empresa, para acompañar un artículo de “caso de éxito” en la web de publicidad institucional. (1200x628 px). [Ver un ejemplo de artículo similar.](#)

#### 4.4. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **2.500€ (IVA incluido)** con cargo a la partida presupuestaria **1410.1812.227.13** de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

La oferta económica deberá presentarse de acuerdo a los siguientes criterios:

- La oferta económica deberá **desglosar los importes unitarios de cada uno de los elementos descritos** en la oferta técnica. En referencia a los materiales para los soportes para el plan de medios (ver apdo. 4.3.b), se deberá **detallar el precio por adaptación** (por ejemplo, por pieza para prensa regional, por cuña, etc.).
- Los costes indirectos para la producción –como, por ejemplo, contratación de reportajes fotográficos o de compra de derechos de imágenes de bibliotecas y librerías...–, así como las mejoras que se propongan deberán valorarse y cuantificarse **dentro de la oferta económica**.
- Quedarán excluidas aquellas propuestas económicas que se presenten de otra forma.

#### 4.9. Cesión de materiales

Al desarrollar y entregar el servicio de creatividad y diseño solicitado, la empresa seleccionada da consentimiento a la siguiente solicitud:

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
00848-2019/000004	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0081113
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



- a) **Entrega y cesión de materiales técnicos.** Los materiales se entregarán debidamente adaptados para cada uno de los soportes y formatos solicitados. También se entregarán el material gráfico en formato PDF y en archivos compatibles con programas de diseño, como Adobe In Design o Adobe Illustrator; así como el fotográfico empleado para la campaña.

**Deberán facilitarse antes del 25 de febrero.**

## 5. Contacto técnico

La empresa puede dirigirse a la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior para consultar sus dudas y trasladar sus sugerencias.

### Persona de contacto

Alejandro Toraño Collera, responsable de Publicidad Institucional

### Teléfono de contacto

941 294 064

### Email de contacto

gabinete.presidencia@larioja.org

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	
00848-2019/000004	Pliero PT	Publicidad institucional	2019/0081113	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				