



RF.º: CP/19/010

## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «ARTESANÍA DE LA RIOJA», DE LA CONSEJERÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO E INNOVACIÓN

### 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 “Artesanía de La Rioja”, de la Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.

### 2. Definición y descripción del contrato

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

- a) El **copy** y la **creatividad principal** para la campaña de publicidad institucional. A los efectos de este pliego, se entiende por *copy* al documento creativo que recoge la conceptualización, la idea clave, los mensajes-fuerza y la justificación técnica de los elementos gráficos que componen la propuesta creativa.
- b) El **diseño** y la **producción** de los contenidos gráficos y audiovisuales; la **redacción** de los contenidos editoriales; y/o la **compra, impresión y colocación** de materiales, de acuerdo a la orden de trabajo correspondiente que proporcionará el Gobierno de La Rioja.
- c) 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2019/000099	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0092678		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



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

#### 3.1. Presentación

El sector artesano riojano cuenta en la actualidad con 271 profesionales acreditados, incluidos 17 artesanos honorarios. Estos artesanos se distribuyen en 121 artesanos artísticos, 149 del sector agroalimentario, 1 del sector de la artesanía de servicios. Se ubican en 50 municipios de toda La Rioja. Pertenecen a 61 oficios diferentes, especialmente pastelero (30), chacinero-charcutero (23), alpargatero y elaborador de conservas vegetales (18), seguido de alfarero, y elaborador de jamón, con 13 cada oficio.

El Gobierno de La Rioja tiene previsto difundir en 2019 una campaña de comunicación con el objetivo de promocionar el sector artesano riojano y las actividades que se desarrollan con este fin en el marco de los [Días Europeos de la Artesanía 2019](#) que se llevarán a cabo del 1 al 7 de abril.

Estas jornadas se convierten en una herramienta de difusión del sector artesano que, promovidos desde la Unión Europea y por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo en nuestro país (a través de la Escuela de Organización Industrial y de la Fundación Española para la Innovación de la Artesanía, Fundesarte), acogen una serie de actividades de promoción del sector artesano, acercando al ciudadano al concepto de artesanía como actividad cultural, esencialmente realizada a mano, frente al proceso industrial.

En esta edición, que se llevará a cabo en el Edificio "Calado" de la calle Mercaderes de Logroño, del 5 al 7 de abril en horario de 10:00 a 14:30h y de 16:00 a 20:30h, se realizarán talleres demostrativos, talleres participativos y una exposición. Dado que el aforo de este espacio es limitado, en fechas previas se abre un período de preinscripción telefónica.

#### 3.2. Enfoque de comunicación

Esta campaña pretende promocionar las diferentes actividades que se desarrollen en el marco de los Días Europeos de la Artesanía con el objeto de incrementar la notoriedad de este sector y acercar a la ciudadanía a la artesanía de nuestra región.

La campaña, de carácter cultural debe, además, contribuir a la participación ciudadana en estas actividades.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 2 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2019/000099	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0092678		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



### 3.3. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación para este año cuenta con los siguientes objetivos generales de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Difundir las ferias de artesanía y los talleres organizados por el Gobierno de La Rioja para el sector artesano.
- Lograr asistencia a las actividades programadas.

### 3.4. Criterios de conversión

Para evaluar convenientemente el grado de cumplimiento de los objetivos de comunicación que pretende la campaña de publicidad se establecen los siguientes indicadores de impacto:

- Nº. de visitas a los talleres y a la exposición celebrados del 5 al 7 de abril.
- Nº, de visitas a la web [artesaniadelarioja.org](http://artesaniadelarioja.org) durante el período de actividad de la campaña publicitaria.

### 3.5. Públicos objetivos

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

- Familias riojanas. Teniendo en cuenta que, según los últimos datos del Instituto de Estadística de La Rioja, la edad media de maternidad en la Comunidad Autónoma de La Rioja está en 32 años, seleccionaremos nuestro público objetivo como aquel grupo formado por **mujeres y hombres desde los 32 años hasta los 65 años**. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por **154.178 personas**.
- Personas mayores de 65 años. Según los datos aportados por el instituto de Estadística de La Rioja, este grupo de personas con edad superior a 65 años está formado por **61.436 personas** en La Rioja.

### 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000099	Pleigo PT	Publicidad institucional	2019/0092678
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



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

<http://www.larioja.org/publicidad/es/identidad-publicitaria/tono-estilo-comunicacion-gobierno-rioja>

### 3.7. Emisor de la campaña

La difusión y promoción de la cultura en La Rioja se encuentra dentro del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja y, por ello, éste debe ser el emisor de la actividad publicitaria.

### 3.8. Lenguaje

Esta campaña publicitaria pretende promocionar las actividades organizadas por el Gobierno de La Rioja para promocionar el sector artesano regional en el marco de los Días Europeos de la Artesanía. Por este motivo, se debe utilizar un tono informativo a la par que sugerente en la construcción de los mensajes publicitarios, que incite a la acción y a la participación en estos talleres y exposiciones.

Este tono deberá dirigirse al ciudadano y respetar las prohibiciones establecidas para el autobombo y el ensalzamiento de logros institucionales, así como 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 **cultural**. Por ello, se deberá utilizar para la composición de mensajes el **programa publicitario cultural** 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/programacultural](http://www.larioja.org/programacultural)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 4 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000099	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0092678
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



## 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 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 **conceptualización y el desarrollo de la creatividad publicitaria, así como el diseño de los diferentes elementos gráficos y audiovisuales** que compondrán la campaña de publicidad institucional "Artesanía de La Rioja" de la Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.

### 4.3. Oferta técnica

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

- a) **Creatividad central.** Se requiere el diseño y la creatividad de un cartel (40x60 cm) con la idea central de la campaña.

Deberá acogerse al manual de identidad del Gobierno de La Rioja e incorporar los siguientes elementos:

- Imagotipo del Gobierno de La Rioja y *claim* de apoyo "Cultura para todos", dentro de la franja inferior del programa publicitario cultural.
- Imagotipo de Artesanía de La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 5 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000099	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0092678
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



- Enlace a la página web [artesianidelarioja.org](http://artesianidelarioja.org)
  - En el caso de que las propuestas contengan fotografías, podrán ser presentadas con fotografías de banco de imágenes, para las creatividades finales tendrá que realizarse una o varias sesiones fotográficas, tal y como se haya planteado en la propuesta inicial.
- b) **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 8 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.
  - Redacción, locución y producción de **dos cuñas** radiofónicas:
    - Se especificará su duración (en torno a 20") 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 12 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.
  - Diseño y maquetación del **cartel** detallado en el apartado a) del presente capítulo.
- c) **Acción de dinamización digital en Facebook y Twitter** (a través de los perfiles de Artesanía de La Rioja) dirigida a un público familiar.

No debe ser una acción meramente informativa sobre las actividades, sin que debe llamar a la participación y visita, a la par que da valor al sector artesano regional.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000099	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0092678	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



Esta acción deberá tener continuidad gráfica y conceptual con la idea central de la campaña. En este sentido, debe promover un *hashtag* que se utilicen en el resto de piezas y materiales.

d) Diseño, producción y montaje de un **photocall familiar**, realizado mediante ilustración, a través del cual los visitantes de los talleres y exposición puedan introducir sus cabezas para hacerse fotografías divertidas simulando que son artesanos. Esta estructura debe ser apta para dos adultos y dos niños.

e) **Otros materiales gráficos para web y redes sociales:**

- 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).
- Diseño y maquetación de **una pieza gráfica animada (motion graphics)** para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno: Facebook (1200x628 px) y Twitter (1200x481 px).
- 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 **5.500€ (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 banner, 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 7 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000099	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0092678
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



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.

#### 4.5. Presentación de propuestas creativas

Las propuestas técnicas y económicas deberán ser remitidas al correo electrónico [gabinete.presidencia@larioja.org](mailto:gabinete.presidencia@larioja.org) **antes de las 9 horas del 5 de marzo.**

No se admitirán las propuestas que se presenten únicamente de forma presencial en las dependencias de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior. Aquellos interesados en entregar los materiales de forma impresa, deberán también remitirlos de forma electrónica al correo previamente citado.

Las propuestas creativas que no hayan sido seleccionadas en procesos anteriores de esta u otras instituciones o administraciones públicas no podrán concurrir en el presente proceso.

#### 4.6. Valoración de las propuestas creativas

Se valorarán los siguientes criterios para la elección de la propuesta ganadora:

- a) **Propuestas económicas**, hasta 3,5 puntos sobre 10 puntos totales. Se aplicará la siguiente fórmula para la valoración:

$$\frac{\text{PBrief/POV}^1}{\text{PBrief}^2/\text{POEb}^3} \times \text{n.º de puntos}$$

<sup>1</sup> Propuesta económica a valorar. Se incluyen las mejoras y los costes indirectos de producción.

<sup>2</sup> Importe máximo fijado en el artículo 7.4.

<sup>3</sup> Propuesta económica más baja de entre las propuestas recibidas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 8 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2019/000099	Pliego PT	Publicidad institucional		2019/0092678
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



- b) **Propuestas técnicas**, hasta 5 puntos sobre 10 puntos totales, con arreglo a los siguientes criterios de valoración:

Baremo	Puntos
La propuesta responde a los objetivos previstos en el pliego de prescripciones técnicas del contrato de creación	0,5
La propuesta considera los públicos objetivos previstos en el pliego de prescripciones técnicas del contrato de creación	0,5
La propuesta es coherente con el tono y el estilo de la comunicación definido en el pliego de prescripciones técnicas del contrato de creación	1
La propuesta incluye los elementos de identidad institucional y corporativa solicitados en el pliego de prescripciones técnicas del contrato de creación	0,5
El copy creativo de la propuesta es original – <i>no existe un precedente a nivel nacional en campañas similares</i> -, innovador – <i>promueve la animación y la interacción con el usuario, superando la información; tiene un carácter transmedia o va más allá de los indicadores tradicionales de conversión, como la visita a página web</i> - y detallado.	1
La propuesta presentada presenta un diseño gráfico, en el que se introducen códigos, conceptos y técnicas coherentes a los objetivos, la idea general y al copy creativo.	1
La idea general de la propuesta presenta continuidad y coherencia en todos los elementos, aplicaciones, soportes y contenidos que acompañan la propuesta.	0,5

- c) **Criterios de Responsabilidad Social Corporativa**, hasta 0,75 puntos, con arreglo a los siguientes criterios:

Criterios RSC	Puntos
La empresa acredita personal con capacidades diferentes en su plantilla	0,25
La empresa acredita imprimir con certificados de responsabilidad medioambiental	0,125

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 9 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2019/000099	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0092678		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



Criterios RSC	Puntos
La propuesta promueve un enfoque de igualdad en la sociedad riojana	0,25
La propuesta incluye criterios de accesibilidad en los elementos de campaña propuestos	0,125

- d) **Mejoras al presente pliego de prescripciones técnicas del contrato de creación**, hasta 0,75 puntos, con arreglo a los siguientes criterios:

Criterios sobre las mejoras	Puntos
Contenidos audiovisuales e interactivos	0,25
Mejoras en la táctica publicitaria	0,25
Mejoras en herramientas y contenidos de la campaña	0,25

- e) Quedarán **excluidas** aquellas propuestas que no **desglosen los importes de cada uno de los servicios** solicitados en la oferta técnica; así como aquellas propuestas que **no respeten las normas gráficas recogidas en el programa de identidad corporativa para la publicidad institucional**.
- f) El grupo de valoración de propuestas se reserva el derecho a anular el **proceso de selección** si ninguna de las propuestas recibidas tuviera calidad técnica y comunicativa mínima y suficiente.

#### 4.7. Grupo de valoración de propuestas

Para la valoración y selección de las propuestas remitidas, se constituye un grupo de valoración formado por las siguientes personas:

- La dirección del gabinete de la Consejería de Presidencia.
- El responsable de publicidad del Gobierno de La Rioja.
- Una persona seleccionada por la Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.
- Un representante de una agencia de Comunicación de Acrear que no concurra en el proceso creativo.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 10   11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2019/000099	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0092678		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



- e) Un funcionario de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

#### 4.8. Contenido de las propuestas

El contenido mínimo a presentar por las agencias contendrá los siguientes elementos:

- **Copy creativo** de la propuesta y lema de la campaña publicitaria.
- **Creatividad principal:** formato vertical.
- **Texto** de las dos **cuñas radiofónica**.
- Propuesta de **photocall**.
- **Propuesta económica**.

#### 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:

- 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 14 de marzo.**

#### 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 <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 11 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2019/000099	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0092678
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			