



RF.º: CP/19/016

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «PAC EN LA RIOJA», 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 creación y diseño publicitario para la campaña de publicidad institucional “PAC en La Rioja”, de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente.

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 <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000131	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121675
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

La Política Agraria Común (PAC) nació en 1962, en unos tiempos en los que el abastecimiento alimentario no estaba garantizado y la agricultura había quedado devastada y paralizada por la Segunda Guerra Mundial.

Desde entonces la PAC ha evolucionado, tomando diferentes formas y rutas, todas ellas con el objetivo común de fomentar la mejora de la productividad, conseguir el autoabastecimiento de la Unión Europea a precios asequibles para sus ciudadanos y garantizar una calidad de vida razonable para los agricultores.

Esto se ha conseguido a base de políticas diversas y grandes subvenciones y ayudas al sector que han incentivado la permanencia del entorno rural, la estabilidad económica del agricultor y la evolución hacia nuevas producciones y mercados.

Las ayudas, cuyo total asciende a 32,5 millones de euros, se pueden solicitar hasta el 30 de abril a través de las Oficinas de Atención al Ciudadano del Gobierno de La Rioja o mediante las entidades colaboradoras que participan en la campaña (Organizaciones Profesionales Agrarias, entidades financieras y otras entidades asociativas o de asesoramiento).

En una misma solicitud se incluyen las ayudas directas de la PAC correspondientes al régimen de pago básico, pago verde, complemento de jóvenes agricultores, ayudas asociadas a sectores agrícolas, ayudas asociadas a sectores ganaderos, ayuda al régimen de pequeños agricultores y, también, las ayudas contempladas en el Programa de Desarrollo Rural de La Rioja: a la Agricultura Ecológica, Ayudas al Agroambiente y Clima, así como la Ayuda de Indemnización Compensatoria en Zonas de Montaña.

También puede presentarse, en el mismo plazo, la solicitud de acceso a la Reserva Nacional de derechos de pago básico, la solicitud de renuncia al régimen de pequeños agricultores y la solicitud de alegación al Sistema de Identificación de la PAC (SIGPAC). Las cesiones de derechos de pago básico se podrán comunicar hasta el próximo 31 de mayo en las Oficinas de Atención al Ciudadano

Una de las novedades de esta edición es que se abre la convocatoria para solicitar la incorporación a las medidas de Agricultura Ecológica, lo que permitirá que unas 70 explotaciones agrarias puedan beneficiarse de las ayudas que contempla el Programa de Desarrollo Rural 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. 2 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000131	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121675
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



3.2. Enfoque de comunicación

El enfoque de comunicación de esta campaña debe estar dirigido a informar al profesional agrario y ganadero de la Comunidad Autónoma de La Rioja sobre las ayudas de la Política Agraria Común (PAC), dónde y cómo solicitarlas, así como la fecha límite para realizar las tramitaciones pertinentes.

Al ser una campaña de servicio público, debe plantearse bajo un enfoque informativo, renunciando a otros enfoques de comunicación de carácter persuasivos. Un planteamiento que debe reforzarse al desarrollarse la presente campaña durante las semanas previas a los diferentes procesos electorales que se abrirán en el año 2019.

3.3. Objetivos de comunicación

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

- Aumentar el conocimiento de la PAC entre la sociedad riojana.
- Acercar los servicios y ayudas promovidas en el marco de la PAC a los profesionales del sector primario.

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 la web www.larioja.org/pac durante el período de actividad de la campaña publicitaria.
- Nº. de solicitudes únicas realizadas con respecto al año anterior.

3.5. Públicos objetivos

El público objetivo al que se dirige esta campaña es el sector agrario riojano, formado por agricultores y ganaderos con grandes pequeñas o explotaciones (individuales y cooperativas).

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,

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
00848-2019/000131	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121675
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



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

3.7. Emisor de la campaña

La difusión y tramitación de las ayudas de la Política Agraria Común (PAC) 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 aumentar el grado de conocimiento sobre la Política Agraria Común (PAC) entre la sociedad riojana, así como acercar las ayudas promovidas en este marco. Por este motivo, se debe utilizar un tono informativo en la construcción de los mensajes publicitarios, que se dirigirá al ciudadano y respetará las prohibiciones establecidas para el autobombo y el ensalzamiento de logros institucionales.

Las características del tono informativo definen el uso de verbos de acción en la publicidad institucional del Gobierno de La Rioja. Cuando sea necesaria su conjugación los verbos deberán plantearse en el presente de indicativo para transmitir una imagen de realidad: las consecuencias de la acción política suceden en este momento. Se evitarán los tiempos compuestos y el uso de subjuntivo y gerundio.

La conjugación de los verbos se hará mediante la primera persona del plural, reforzando así el valor del trabajo en equipo dentro de la Administración regional.

Así mismo, se recomienda acotar el uso de adjetivos y adverbios y emplearlos cuando tengan sentido. Deben servir para explicar los hechos y no para expresar una valoración.

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
00848-2019/000131	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121675
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



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 de **servicio público**. Por ello, se deberá utilizar para la composición de mensajes el **programa publicitario general** 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/programageneral

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 "PAC en La Rioja" de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000131	Pleigo PT	Publicidad institucional	2019/0121675	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



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.
- Enlace a la página web www.larioja.org/pac
- El *claim* de apoyo “Una comunidad sostenible”.
- La fotografía presentada en la propuesta podrá ser de banco de imágenes, pero 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 **cuña** radiofónica:
 - 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 9 adaptaciones, con sus respectivas versiones para formatos móviles) y sus dimensiones una vez que esté adjudicado el pliego de prescripciones técnicas del contrato

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		
00848-2019/000131	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121675		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



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) **Audiovisual.** Redacción de guión, producción, edición y postproducción de un audiovisual para presentar las novedades y explicar cómo solicitar estas ayudas:
- Tendría una duración aproximada de 30-45 segundos.
 - Voz en off y subtítulos.
 - Debe contener la imagen de la campaña y seguir un **estilo playground**.
- d) **Otros materiales gráficos para web y redes sociales:**
- Diseño y maquetación de un **banner** para la cabecera de la web www.larioja.org y recursos gráficos para la web (964x107 px). Consultar especificaciones de diseño en gabinete.presidencia@larioja.org.
 - Diseño y maquetación de **una pieza gráfica animada (motion graphics)** que incida en la **fecha límite para solicitar las ayudas de la PAC e incluya tips de ayuda**. Servirá 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 **6.000€ (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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000131	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121675	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



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 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 **antes de las 9 horas del 11 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:

$$\frac{P_{\text{Brief/POV}}^1}{P_{\text{Brief}^2/\text{POEb}}^3} \times n.^\circ \text{ de puntos}$$

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

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

² Importe máximo fijado en el artículo 7.4.

³ Propuesta económica más baja de entre las propuestas recibidas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 8 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000131	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121675
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



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
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

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		
00848-2019/000131	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121675		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



- 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 Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente.
- Un representante de una agencia de Comunicación de Acrear que no concorra en el proceso creativo.
- 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:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 10 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000131	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121675
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



- **Copy creativo** de la propuesta y lema de la campaña publicitaria.
- **Creatividad principal:** formato vertical.
- **Texto de la cuña radiofónica.**
- **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. Se entregará 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. También se cederá los diferentes archivos generados para la pieza audiovisual, así como los derechos de propiedad intelectual para su posible uso en otras piezas.
Deberán facilitarse antes del 19 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
00848-2019/000131	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121675
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			