



RF.º: CP/18/006

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «40.º ANIVERSARIO DE LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA», DE LA CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, RELACIONES INSTITUCIONALES Y ACCIÓN EXTERIOR

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 “40.º Aniversario de la Constitución Española”, de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

2. Definición y descripción del contrato

El objeto del contrato de difusión 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 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000293	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0681850
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 Constitución de 1978 fue el fruto de un pacto laborioso que comenzó con la Ley para la Reforma Política de 1976. Esta ley hizo posible las elecciones de 1977, pues contenían los principios de un sistema democrático como el imperio de la Ley, el Estado de Derecho y la necesidad de elecciones por sufragio universal.

Tras estas elecciones generales, se aprobó la creación de una Comisión Constitucional para redactar un proyecto de Constitución, que recayó en siete diputados de distinto signo político, conocidos a la postre como los Padres de la Constitución: Gabriel Cisneros Laborda (UCD), Miguel Herrero y Rodríguez de Miñón (UCD), José Pedro Pérez-Llorca Rodrigo (UCD), Manuel Fraga Iribarne (AP), Gregorio Peces-Barba Martínez (PSOE), Miquel Roca i Junyent (CiU) y Jordi Solé Tura (PCE).

El anteproyecto fruto de este equipo de trabajo fue votado y aprobado y por las Cortes el 31 de octubre de 1978, y ratificado en referéndum por el pueblo español con un 87,7% de síes, el 6 de diciembre del mismo año.

Nació así el texto constitucional progresista de más larga duración en la historia de nuestro país, que supuso el acuerdo de todos los representantes políticos, dejando a un lado las diferencias, en un momento muy difícil.

Nuestra Carta Magna consta de 169 artículos distribuidos en diferentes apartados, que reciben el nombre de títulos. En total son 11, si incluimos el preámbulo. Y, cada uno de ellos, versa sobre un tema determinado (derechos y deberes de los ciudadanos, organización del Estado, etc.).

En ellos, se define a España como un “Estado social y democrático de Derecho”. Reconoce la soberanía popular y que la forma de Estado es la monarquía parlamentaria, a la par que establece la división de poderes.

Una Constitución acorde a los nuevos tiempos que se vivían y que, aún hoy, tiene plena vigencia. Por eso, y en su honor, cada 6 de diciembre se celebra el Día de la Constitución.

3.2. Enfoque de comunicación

Con motivo del 40.º Aniversario de la Constitución Española se quiere desarrollar una campaña de publicidad institucional cuyo enfoque de comunicación vaya más allá de difundir esta efeméride entre los riojanos: debe invitar al debate y a la reflexión por parte de los ciudadanos sobre el

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 2 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2018/000293	Pleigo PT	Publicidad institucional	2018/0681850		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



patrimonio democrático y social, formado por derechos y libertades, del que goza la sociedad actual gracias a la actual Carta Magna.

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 el sistema nacional de derechos y libertades de ciudadanía.
- Aumentar el grado de conocimiento del funcionamiento del sistema institucional de España.

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/aniversarioconstitucion durante el período de actividad de la campaña publicitaria.

3.5. Públicos objetivos

Se establecen los **siguientes públicos objetivos** para la campaña de comunicación institucional:

- **Población de entre 40 y 75 años.** Con este rango de población abarcamos a los riojanos que han sido testigos de entrada en vigor de la Constitución Española, el 6 de diciembre de 1978. Según los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por **142.812 personas** en nuestra comunidad.
- **Población de entre 18 y 40 años.** Como grupo secundario definimos a los jóvenes de entre 18 y 40 años. Un público en el que se busca mejorar el grado de conocimiento sobre la Carta Magna, así como difundir el impacto positivo que tiene en nuestra comunidad autónoma en particular y en el país en general. Según los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja, este grupo de población está formado por **57.484 personas** en La Rioja.

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	
00848-2018/000293	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0681850	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



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

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

3.7. Emisor de la campaña

Entendemos que la efeméride del Día de La Rioja se circunscribe dentro de la territorialidad y no del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja. Por ello, se considera apropiado en esta ocasión que el emisor de la campaña sea la **Comunidad de La Rioja**.

3.8. Lenguaje

El lenguaje y estilo de la campaña deberán ser persuasivos en la construcción del *copy* y los mensajes publicitarios. Deben ser mensajes que llamen a la reflexión y conciencien a las riojanas y riojanos sobre el papel fundamental jugado por la Constitución Española para la construcción y crecimiento de un Estado democrático y de derecho.

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 **institucional**, por lo que los diferentes programas publicitarios estarán excluidos. La Comunidad de La Rioja dispone de un [manual de identidad](#), aprobado por el Decreto en el año 2003.

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	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2018/000293	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0681850	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



4. Contenido de los servicios

4.1. Normativa aplicable

Se 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 "40.º Aniversario de la Constitución Española" de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

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 de la Comunidad Autónoma de La Rioja.
- Enlace a la página web www.larioja.org/aniversarioconstitucion
- En el caso de que las propuestas contengan fotografías, podrán ser presentadas con fotografías de banco de imágenes, para las creatividades

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
00848-2018/000293	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0681850
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



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 una **cuña** radiofónica (una para cada público):
 - 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 6 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** definido en el apartado a) del presente pliego para su colocación en espacios exteriores de Logroño y cabeceras de comarca.
- Adaptación del cartel anterior al formato **mupi**.
 - Tamaño: 120x175 cm.
- Diseño y maquetación de creatividad para la rotulación de los laterales de **autobús metropolitano**.
 - Lateral derecho: 273x83 cm.
 - Lateral izquierdo: 418x83 cm.

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
00848-2018/000293	Pliego PT	Publicidad institucional		2018/0681850
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				


c) 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 publicidad@larioja.org.
- Diseño y maquetación de un **banner** para la cabecera de la web ww.blr.larioja.org (1024x321 px).
- Diseño y maquetación de **6 piezas gráficas animadas (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 **6.900 € (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 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. 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 7 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2018/000293	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0681850		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



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.

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	
00848-2018/000293	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0681850	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				