



RF.º: CP/18/010

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «DÍA INTERNACIONAL PARA LA TOLERANCIA», 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 “Día Internacional para la Tolerancia”, 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			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2018/091484	Pliego PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0584693	
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

En 1996 fue proclamado por la Asamblea General de las Naciones Unidas y por iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el 16 de noviembre de cada año como Día Internacional para la Tolerancia.

Según la propia UNESCO, este día supone una ocasión para la educación este ámbito, así como para la reflexión y el análisis de los problemas de intolerancia locales y mundiales. Y es que la tolerancia es un componente fundamental del respeto de los derechos humanos, pues en su forma más simple y básica consiste en reconocer a los demás el derecho a que se respete su persona e identidad.

La tolerancia debe ser algo más que la indiferencia y la aceptación pasiva del otro. La tolerancia debe verse como un acto de liberación, por el que las diferencias de los demás se aceptan igual que las nuestras. Esto significa:

- Respetar la gran diversidad de la humanidad sobre la base de los derechos humanos.
- Relacionarse con los demás tendiendo nuevos puentes de diálogo.
- Y oponerse a toda forma de racismo, odio y discriminación, porque discriminar a una persona es discriminar a todos.

Todas las culturas son diferentes, pero la humanidad es una sola comunidad, que comparte valores, pasado y futuro. Todas las personas son diferentes y ello es una baza para todas las sociedades, para la innovación y el propio progreso. Existen mil formas de “ser humano”, pero nos une el ser miembros de la misma familia, todos diferentes, todos aspirando igualmente al respeto de los derechos y la dignidad.

3.2. Enfoque de comunicación

En el marco sociocultural actual, son palpables los prejuicios y el rechazo frente a la comunidad gitana, que en nuestra comunidad autónoma está compuesta por 9.000 ciudadanos, a los que hay que sumar unos 3.000 más, entre temporeros e inmigrantes que en el último lustro han venido a la región.

En este sentido, la cohesión social es uno de los ejes de acción principales del Gobierno de La Rioja, que impulsa medidas de sensibilización y concienciación entre la sociedad riojana para eliminar la lacra social de esta discriminación racial y cultural.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2018/091484	Pleigo PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0584693
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



Por ello, el enfoque de comunicación de la presente campaña de publicidad debe sensibilizar contra la discriminación, los tópicos y la intolerancia que sufre la comunidad gitana que definimos como antigitanismo (siguiendo la [recomendación de política general N° 13 de la ECRI](#) sobre la lucha contra el antigitanismo y las discriminaciones contra los romaníes/gitanos), así como velar por la interculturalidad, el respeto por la diversidad y la búsqueda de espacios para la convivencia. Así mismo, en términos positivos, debe contribuir a poner en valor la aportación de pueblo gitano a la cultural común.

3.3. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación cuenta con el siguiente objetivo general de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Fomentar una cultura social de respeto, de convivencia ciudadana y de promoción del diálogo intercultural en la sociedad riojana.

3.4. Criterios de conversión

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:

- N°. de visitas a la web www.larioja.org/diatolerancia durante la duración de la campaña.

3.5. Públicos objetivos

Entendemos como público primario a la **sociedad riojana en general**: al conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.794 personas.

Al definirse un grupo primario con tanta amplitud, se divide por segmentos más concretos de edad

1. **Niños y jóvenes**: Incluiremos en este grupo a los niños y jóvenes desde los 10 años hasta los 31 años. Según los datos aportados por el Instituto Riojano de Estadística, este rango de población incluye a **68.003 personas** en La Rioja.
2. **Familias riojanas**: 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 **156.100 personas**.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2018/091484	Pleigo PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0584693
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



3. 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 **60.347 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 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

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

3.8. Lenguaje

El objetivo principal de la campaña publicitaria pretende y promueve la concienciación social, así como reforzar los valores de convivencia en nuestra sociedad, concretamente con la población de etnia gitana. Por este motivo, se solicita incorporar un tono y estilo persuasivos en la construcción de los mensajes publicitarios, con especial sensibilidad en la aplicación de un lenguaje inclusivo no sexista.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2018/091484	Pleigo PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0584693	
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 **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

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 y el diseño de los diferentes elementos gráficos y audiovisuales** que compondrán la campaña de publicidad institucional “Día Internacional para la Tolerancia” de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 5 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2018/091484	Pleigo PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0584693
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 dos carteles (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.
- 16 de noviembre, Día Internacional para la Tolerancia.
- Enlace a la página web www.larioja.org/diatolerancia.
- En el caso de que la agencia presente fotografías como eje de la creatividad, aunque las propuestas podrán ser presentadas con fotos de banco de imágenes, para las creatividades finales tendrá que realizarse una sesión fotográfica en la que se cuente con modelos de diferente género y edad, así como diferentes ubicaciones (si fuese necesario dados los objetivos o el planteamiento gráfico de la campaña).

b) **Materiales para los soportes previstos en 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, maquetación y producción de **dos carteles**, detallado en el apartado anterior (*a. Creatividad central*):
 - Tamaño 40x60 cm.
 - Impresión de 1.500 unidades en total.
- Adaptación y producción del cartel destinado al público primario para formato **mupi**:
 - Tamaño 120x175 cm.
 - Impresión de 15 unidades.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2018/091484	Plego PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0584693	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



- Adaptación e impresión del cartel para formato *flyer*.
 - Tamaño: A5.
 - Impresión a 4+4 tintas.
 - 3.000 unidades.
- Diseño y maquetación de creatividad para la rotulación de los laterales de **autobús metropolitano**.
 - Lateral derecho: 273x83 cm.
 - Lateral izquierdo: 418x83 cm.

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 gabinete.presidencia@larioja.org.
- Diseño y maquetación de **dos piezas gráficas animadas (motion graphics), dirigidas principalmente a los jóvenes**, para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno: **Facebook e Instagram**.
- 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 **3.200€ (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.).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 7 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2018/091484	Pleigo PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0584693
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



- 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 5 de noviembre**.

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. Institucionales y Acción Exterior.

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:

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

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			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 8 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2018/091484	Pliego PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0584693	
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 brief de comunicación	0,5
La propuesta considera los públicos objetivos previstos en el brief de comunicación	0,5
La propuesta es coherente con el tono y el estilo de la comunicación definido en el brief de comunicación	1
La propuesta incluye los elementos de identidad institucional y corporativa solicitados en el brief	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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 9 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00860-2018/091484	Pleigo PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0584693	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



- 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

- d) **Mejoras al presente pliego de prescripciones técnicas del contrato de creación publicitaria**, 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 10 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00860-2018/091484	Pliego PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0584693	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



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 Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Un representante de una agencia de Comunicación, de Acrear, que no concurra 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:

- **Copy creativo** de la propuesta y lema de la campaña publicitaria.
- **Creatividad principal:** formato vertical y horizontal.
- **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:

- 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.

Todos los materiales deberán facilitarse antes del 8 de noviembre.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 11 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2018/091484	Pliego PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0584693	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



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. 12 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2018/091484	Pleigo PT	Solicitudes y remisiones generales	2018/0584693	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				