



Rf.ª: CP/18/012

BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “PRESUPUESTOS DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA RIOJA 2018”, DE LA CONSEJERÍA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y HACIENDA

1. Presentación y datos de interés

Las cuentas regionales incluyen la totalidad de los gastos e ingresos de los organismos y entes integrantes del sector público riojano, de conformidad con lo establecido en el artículo 56 de la Ley Orgánica 3/1982, de 9 de junio, redactado conforme a la Ley Orgánica 2/1999, de 7 de enero, de Estatuto de Autonomía de La Rioja, que atribuye al Gobierno la elaboración y aplicación del Presupuesto de la Comunidad Autónoma y al Parlamento su examen, enmienda, aprobación y control.

La elaboración de los presupuestos se ajusta al marco jurídico en materia presupuestaria constituido por la Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera, que persigue garantizar la sostenibilidad financiera de las Administraciones Públicas y reforzar el compromiso que tiene España con la Unión Europea sobre estabilidad presupuestaria y la Ley 11/2013, de 21 de octubre, de Hacienda Pública de La Rioja.

Para su tramitación, una vez que el Consejo de Gobierno aprueba el Anteproyecto de Ley de Presupuestos convirtiéndolo en Proyecto, es el consejero con competencias en materia de Hacienda quien presenta el Proyecto de Presupuestos en el Parlamento para su discusión y, en su caso, su aprobación.

Al margen de su marco normativo, el Proyecto de Ley de Presupuestos para el año 2018 se ha concebido como el instrumento del Gobierno de La Rioja para estimular de la forma más eficaz el crecimiento económico, así como mantener nuestro modelo social, sustentado en los servicios de calidad a disposición de los ciudadanos riojanos, sin que ello conlleve una subida de impuestos.

2. Enfoque de comunicación

Las cuentas públicas de La Rioja para 2018 descansan, como las anteriores, en la transversalidad de las políticas públicas y en los retos de comunidad autónoma, siendo estos últimos el empleo, el reto demográfico, la digitalización, la internacionalización y la innovación.

En concreto, el empleo, el gasto social y la rebaja fiscal son los ejes irrenunciables sobre los que pivotarán los presupuestos para 2018, con el objetivo de ser un instrumento al servicio de la

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000007	Otros	Publicidad institucional	2018/0028856
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



recuperación económica. Además, estos presupuestos se presentarán en un formato más abierto y reutilizable, lo que supondrá un impulso a las políticas vinculadas a la digitalización, la I+D+i, la industrialización y el empleo. Del mismo modo, aumentará el gasto en inversión y en protección social, con el desarrollo de la renta de ciudadanía, y contemplará mayores recursos para los ámbitos sanitario y educativo. En relación con la política fiscal, el Gobierno busca mantener a La Rioja como una de las comunidades donde menos impuestos se pagan, por lo que en 2018 se llevará a cabo la mayor rebaja fiscal en la historia de la Comunidad.

En este marco, el Gobierno de La Rioja entiende como un deber y una responsabilidad la acción de informar a la ciudadanía sobre los presupuestos de la comunidad autónoma como un ejercicio de transparencia hacia la sociedad.

Así, el presupuesto general de la CAR se puede consultar en la página web del Gobierno de La Rioja, www.larioja.org. De esta forma, a través del Portal de la Transparencia los ciudadanos pueden consultar en qué se gasta el dinero el Gobierno de La Rioja, quién se lo gasta y cómo se lo gasta.

3. Objetivos de comunicación

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

- Dar a conocer a la ciudadanía el uso y el destino de los recursos económicos previstos en la Ley de Presupuestos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.
- Dar visibilidad a la transparencia económica de las instituciones y la información ciudadana sobre el uso y destino del dinero público (se pueden consultar a través de la web www.larioja.org/presupuestos2018).

3.1. 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**:

- Nº. de visitas a la página web www.larioja.org/presupuestos2018

4. Públicos objetivos

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2018/000007	Otros	Publicidad institucional		2018/0028856
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



a) **Público primario**

Entendemos como público primario a todo ciudadano mayor de edad que resida en nuestra comunidad autónoma. Un rango de población extenso entre el que elegimos **a todos los riojanos con edades comprendidas entre los 18 y los 80 años**. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **239.942 riojanos**.

b) **Público secundario**

Aunque por franja de edad este público se enmarca dentro del anterior, se destacan los siguientes agentes:

- Los medios de comunicación, que ejercen como canal para transmitir la información a la sociedad riojana.
- Los 33 diputados que integran el Parlamento regional: 15 pertenecientes al grupo popular, 10 al grupo socialista, 4 al grupo podemos La Rioja y 4 al grupo Ciudadanos.

5. 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.

Con esta campaña de publicidad se busca difundir los principios y los objetivos de la Ley de Presupuestos, así como dar a conocer dichos presupuestos y sus diferentes partidas definidas para 2018. Por ello, el tono y el estilo de la comunicación tendrán un enfoque claramente informativo, evitando datos y enfoque comunicativo que evoquen el autobombo, y que oriente a la campaña hacia la utilidad pública.

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000007	Otros	Publicidad institucional	2018/0028856	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



5.1. Emisor de la campaña

Entendemos que la Ley de Presupuestos de la Comunidad Autónoma de La Rioja 2018 se circunscribe dentro de la territorialidad y no del ejercicio administrativo y político del Gobierno, por lo que en esta ocasión se considera apropiado que el emisor de la campaña sea la Comunidad de La Rioja.

Para el correcto uso de la imagen del emisor de la campaña, la creatividad y los diferentes materiales deberán respetar el manual de identidad de la Comunidad de La Rioja, aprobado por Decreto en el año 2003.

La agencia o el profesional colaborador contactará con la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior a fin de obtener los materiales corporativos (marca gráfica, cromatismo y tipografía) de este manual para realizar las adaptaciones gráficas.

5.2. Lenguaje

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.

Por otro lado, 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.

5.3. 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 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000007	Otros	Publicidad institucional	2018/0028856	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



6. Táctica publicitaria

A través de esta campaña se pretende dar a conocer a la ciudadanía el uso y el destino de los recursos económicos previstos en la Ley de Presupuestos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

Por ello, y dado el amplio espectro de públicos objetivos, se cree conveniente elegir la prensa escrita, la radio generalista y los medios digitales para llegar a impactar en nuestro *target*.

6.1. Duración de la campaña publicitaria

La duración de la campaña contempla 7 días: desde el 1 hasta el 7 de febrero de 2018.

6.2. Plan de medios

Se establece el siguiente plan de medios para el desarrollo de la táctica publicitaria:

Prensa escrita auditada						
Soporte	Difusión por ejemplar	Difusión acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Diario La Rioja	9.007 ejemplares	45.035 ejemplares	Chimenea	5	100x327 mm	1, 2, 5, 6 y 7 de febrero
Noticias de La Rioja	5.218 ejemplares	26.090 ejemplares	Chimenea	4	101x320 mm	1, 2, 3 y 6 de febrero
Gente	15.733 ejemplares	15.733 ejemplares	Chimenea	1	97x318 mm	2 de febrero

Prensa escrita local						
Soporte	Difusión por ejemplar	Difusión acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
ARN	6.000 ejemplares	6.000 ejemplares	Media página	1	184x136 mm	15 de febrero
La Brújula de Calahorra	3.000 ejemplares	3.000 ejemplares	Página completa	1	155x235 mm	2 de febrero
La Noticia de Calahorra	5.000 ejemplares	5.000 ejemplares	Página completa	1	155x220 mm	27 de febrero
Escaparate de Alfaro	10.000 ejemplares	10.000 ejemplares	Página completa	1	170x240 mm	15 de febrero
Escaparate de Calahorra	10.000 ejemplares	10.000 ejemplares	Página completa	1	170x240 mm	15 de febrero

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000007	Otros	Publicidad institucional	2018/0028856
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



Prensa escrita local						
Soporte	Difusión por ejemplar	Difusión acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
La Voz del Najerilla	16.000 ejemplares	16.000 ejemplares	Página completa	1	256x384 mm	15 de febrero

Radios regionales auditadas de corte generalista						
Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Cadena SER	50.000 oyentes	350.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 1 al 7 de febrero
Cadena Cope	21.000 oyentes	147.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 1 al 7 de febrero
Onda Cero	17.000 oyentes	119.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 1 al 7 de febrero

Radios locales y comarcales auditadas						
Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Radio Arnedo	6.000 oyentes	42.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 1 al 7 de febrero
Radio Haro	4.000 oyentes	28.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 1 al 7 de febrero
Onda Cero Calahorra	3.000 oyentes	21.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 1 al 7 de febrero

Medios digitales						
Soporte	U.U. diarios	U.U. acumulados	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Larioja.com	61.200 U.U.	428.400 U.U.	Megabanner	5	980x90 px 320x100 px	Del 1 al 5 de febrero
Noticiasdelarioja.com	723 U.U.	5.061 U.U.	Megabanner	5	1305x130 px	Del 1 al 5 de febrero
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner principal	5	970x90 px 728x90 px 300x90 px	Del 1 al 5 de febrero

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000007	Otros	Publicidad institucional	2018/0028856
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



Medios digitales						
Soporte	U.U. diarios	U.U. acumulados	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner Tempranillo	5	600x150 px	1, 2, 5, 6 y 7 de febrero
Rioja2.com	7.795 U.U.	54.565 U.U.	Cintillo superior	5	1140x68 px 300x100 px	Del 1 al 5 de febrero
Haro Digital	646 U.U.	3.876 U.U.	Banner cabecera	5	1068x200 px 600x250 px	Del 1 al 5 de febrero
NoticiasdeArnedo.es	532 U.U.	3.192 U.U.	Banner semana t. especial	1	728x90 px	Del 1 al 7 de febrero

La planificación y contratación de este plan de medios corresponderá a la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior, **con cargo a la partida presupuestaria 1410.1812.226.11**. Este órgano de la Administración, de acuerdo a su decreto de estructura, es el encargado de la política de publicidad institucional.

7. Creatividad publicitaria

7.1. 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 7 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento			Nº Documento
00848-2018/000007	Otros	Publicidad institucional			2018/0028856
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora	
1	Director de Gabinete				
2	Consejera				
3					



7.2. 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 “Presupuestos de la Comunidad Autónoma de La Rioja 2018” de la Consejería de Administración Pública y Hacienda.

7.3. Oferta técnica

Los materiales deberán contemplar los siguientes elementos:

- Imagotipo de la comunidad autónoma.
- Enlace a la página web www.larioja.org/presupuestos2018
- Código QR vinculado a www.larioja.org/presupuestos2018
- Debe utilizarse imagen real. Para ello, tendrá que realizarse una sesión fotográfica en la que se cuente con modelos de diferente género y edad, así como diferentes ubicaciones (en total se realizarán tres fotografías diferentes para ilustrar los anuncios en sus diferentes versiones).

a) **Materiales para los soportes previstos en el plan de *medios* (ver 6.2.)** 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 gráfico de creatividades para prensa escrita auditada.
- Diseño gráfico de creatividades para medios digitales.
- Redacción, locución y producción de cuña publicitaria para los medios radiofónicos.

b) **Otros materiales gráficos:**

- Diseño y maquetación de banners animados para las webs www.larioja.org y www.larioja.org/hacienda:
 - Cabecera (964x107 px) y recursos gráficos para la web (pastilla “Novedades”: 100 x 120 px). Consultar especificaciones de diseño en publicidad@larioja.org
- Diseño y maquetación de piezas gráficas para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno: Facebook (1200x628 px) y Twitter (1200x481 px).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 8 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000007	Otros	Publicidad institucional	2018/0028856	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



- 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.

7.4. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **4.000€ (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.
- 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.

7.5. 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 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.

8. 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 9 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000007	Otros	Publicidad institucional	2018/0028856	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



**Gobierno
de La Rioja**

Presidencia,
Relaciones Institucionales
y Acción Exterior

Teléfono de contacto

941 294 064

Email de contacto

publicidad@larioja.org

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 10 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2018/000007	Otros	Publicidad institucional	2018/0028856	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				