



**Gobierno
de La Rioja**

Presidencia,
Relaciones Institucionales
y Acción Exterior

C/. Vara de Rey1-3
26001 Logroño, La Rioja
Teléfono: 941294066
gabinete.presidencia@larioja.org

RF.º: CP/18/021

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «SUSTANCIAS ADICTIVAS», DE LA CONSEJERÍA DE SALUD

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 “Sustancias adictivas”, de la Consejería de Salud.

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 / 15
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000257	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0469340	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



**Gobierno
de La Rioja**

Presidencia,
Relaciones Institucionales
y Acción Exterior

C/. Vara de Rey1-3
26001 Logroño, La Rioja
Teléfono: 941294066
gabinete.presidencia@larioja.org

3. Brief de comunicación de la campaña de publicidad institucional

3.1. Presentación

El Servicio de Drogodependencias y otras Adicciones, dependiente de la Dirección General de Salud Pública y Consumo del Gobierno de La Rioja, es la unidad administrativa que coordina, gestiona e impulsa actuaciones de información, asesoramiento, prevención, investigación y formación en el campo de las adicciones.

Asimismo, planifica las prioridades de los programas de asistencia y prevención que desarrollan específicamente en esta materia las entidades públicas y de iniciativa privada.

Este servicio está dotado de los recursos personales, técnicos, económicos y administrativos necesarios para el desarrollo de sus funciones.

En el Capítulo V de la Ley 5/2001, de 17 de octubre, sobre drogodependencias y otras adicciones, se recoge que el Gobierno de la Rioja promoverá estrategias de comunicación sobre el fenómeno de las drogas, el alcohol y el tabaco; sus causas y efectos a fin de promover la modificación de actitudes y hábitos en relación a su consumo y fomentará la participación de los medios de comunicación en estas estrategias.

El Gobierno de La Rioja, a través de la Consejería de Salud, ha situado la necesidad de desarrollar una campaña de comunicación para lograr esos objetivos, fundamentalmente entre la población más joven.

El alcohol es consumido por casi toda la población en algún momento de su vida. Adolescentes y adultos comparten un patrón de consumo vinculado al ocio. Ahora bien, entre los estudiantes, el patrón de consumo en atracones ha ganado en importancia, así como la prevalencia de borracheras. Esta tendencia parece estar moderándose últimamente, según las dos últimas encuestas.

Las bebidas alcohólicas más consumidas por la población general entre semana son el vino (30,8%) y la cerveza (31,8), que los consumen el doble los fines de semana (60% y 61,6%, respectivamente), así como los combinados de bebidas espirituosas (1,2% entre semana y 24% el fin de semana).

Un tercio de los hombres y 1/2 de las mujeres de 15-34 años se ha emborrachado en el último año. Conforme la edad avanza, el consumo es más cotidiano, pero en cantidades menos extremas. En La Rioja se considera que el 2,6% de los varones y el 1,7% de las mujeres son bebedores de riesgo

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 2 / 15
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2018/000257	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0469340		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



(INCLASNS 2014), siguiendo una evolución a la baja en los últimos 10 años. El consumo abusivo de alcohol es responsable de 2/3 de las consultas totales atendidas en el servicio de urgencias por consumo de drogas. El 061 atiende 4 veces más consultas por alcohol que por otro tipo de drogas, y de ellos, el doble en hombres que en mujeres.

3.2. Enfoque de comunicación

Dentro de las actuaciones prioritarias del Plan Riojano de Drogodependencias y otras Adicciones se encuentra la prevención del consumo de drogas legales e ilegales promoviendo las siguientes medidas preventivas generales:

- Informar adecuadamente a la población general sobre las sustancias y sus efectos, así como de las consecuencias derivadas de su uso y/o abuso de las mismas.
- Educar en la creación de hábitos saludables, especialmente en los jóvenes.
- Desarrollar políticas que coordinen a los medios de comunicación como agentes de transmisión de valores en la familia, con las Administraciones que les competa, para generar estados de opinión y actitudes contrarias al consumo de drogas legales y no legales.

Tal y como se realizó en 2017, el Gobierno de La Rioja pondrá en marcha durante las fiestas de San Mateo una campaña de sensibilización para la prevención de riesgos asociados al consumo de alcohol, dirigido a la población general.

El concepto de reducción de riesgos asociados al uso del alcohol consiste en la búsqueda de la disminución de los posibles efectos nocivos del uso del alcohol, sin la imposición del no-uso del mismo.

Esta campaña de prevención se debe plantear y enfocar desde actuaciones de sensibilización y comunicación basadas en el modelo de la reducción de riesgos, adaptándose a la realidad del contexto durante estas jornadas festivas. Se busca fomentar la reflexión de las personas, así como facilitar la toma de decisiones y favorecer la reducción de riesgos relacionados con el consumo de alcohol.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 15
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000257	Pliero PT	Publicidad institucional	2018/0469340	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



Se trata de disfrutar de la fiesta de una manera saludable dando herramientas para poder tomar decisiones sobre el consumo de alcohol de manera libre, responsable y cuidando la salud de las personas. Es decir, la campaña pretende lanzar un mensaje de autocuidado en dos partes:

- Para las personas que han decidido no consumir, la información pretende reforzar su posición y ofrecer, en caso de consumo, guías válidas para un uso responsable.
- Para las personas que han decidido beber, la información pretende proporcionar elementos útiles que favorezcan el preservar modelos de consumo de menor riesgo y, las personas que lo precisen, acceso a espacios de información y atención.

En términos coloquiales se busca transmitir a la población en general la idea de que, si bebe, que lo haga con sentido común.

Los principios que determinan la filosofía y la práctica de la reducción de daños y riesgos son:

- La decisión libre de los usuarios de alcohol de consumirlo ha de ser respetada y aceptada reconociendo su responsabilidad, competencia y capacidad.
- La atención se desplaza de la abstinencia absoluta del consumo de alcohol hacia conocer los efectos y consecuencias del su consumo.
- El daño asociado al consumo de sustancias es considerado desde una perspectiva multidimensional afectando al usuario de drogas, su red social próxima o el entorno social amplio, y produciendo daños sobre la salud, así como daños sociales y económicos.
- Se intenta reducir los daños asociados al consumo, y también actuar como agentes de salud.

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:

- Reducir el consumo de drogas legales e ilegales en la población joven de La Rioja.
- Concienciar del riesgo de consumo de estas sustancias adictivas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 4 / 15
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000257	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0469340
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



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:

- N°. de visitas a la web www.infodrogas.org durante el período de actividad de la campaña publicitaria.
- N°. de actuaciones de los servicios de Salud en intoxicaciones etílicas o por otras sustancias durante las fiestas de San Mateo de Logroño en relación a las efectuadas en las del año anterior.

3.5. Públicos objetivos

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

- **Población entre 18 a 65 años.** Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de población está formado por 199.860 personas en La Rioja.
- **Población entre 13 y 18 años.** Según el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad el consumo de alcohol suele iniciarse en nuestro país alrededor de los 13 años. Este rango de población está formado por 15.004 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 www.larioja.org/identidadpublicitaria/general

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 15
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000257	Pleigo PT	Publicidad institucional	2018/0469340	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



3.7. Emisor de la campaña

La difusión de la política de prevención en materia de drogodependencias se encuentra dentro del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja y, por ello, éste debe ser el emisor de las actividades publicitarias.

Su imago tipo deberá convivir con el de Infodrogas. (www.infodrogas.org), el servicio de información y prevención de drogas del Gobierno de La Rioja.

3.8. Lenguaje

Esta campaña publicitaria pretende y promueve la sensibilización social para reducir el consumo de drogas legales e ilegales, así como para concienciar sobre el riesgo de tomar estas sustancias adictivas. Por este motivo, se debe incorporar un tono y estilo persuasivos en la construcción de los mensajes publicitarios que inciten a la acción y conciencien a la ciudadanía sobre la importancia de estas conductas de riesgo.

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.

Los mensajes que, tanto gráficos como redaccionales, deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Tono positivo, desterrando la negación en el eslogan.
- Cuidar el lenguaje visual (fotografías, imágenes, dibujos, etc.) adoptando las siguientes precauciones:
 - Evitar las imágenes de archivo y sensacionalistas.
 - Equilibrar la representación gráfica de las sustancias con la aparición de profesionales e iniciativas para afrontar el problema.
 - Huir de visiones criminalizadoras de los consumos.
 - Evitar la aparición de imágenes que refuercen estereotipos sociales relacionados con este problema: drogas–diversión; jóvenes–alcohol; bebedor–marginalidad; etc.
- Adecuar la información y el modo de contarla, incluido el lenguaje, al público afectado. No se puede comunicar del mismo modo a los adolescentes que a la población adulta.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 15
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000257	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0469340	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



- Insistir en los valores positivos del no consumo de drogas y resaltar la abstinencia como una opción normal para la mayoría de las personas.
- Evitar minimizar los riesgos del consumo de alcohol, tabaco y otras drogas.
- Evitar todo tipo de asociaciones entre drogas y juventud, rebeldía, éxito, estatus social, marginalidad, inadaptación social, etc.
- Controlar la amplificación informativa de ciertos fenómenos, como por ejemplo el “botellón”, que puedan servir de plataforma para popularizarlos en ciertos segmentos de población y extenderlos por la geografía.
- Adoptar un enfoque constructivo del problema, tratando de informar equilibradamente sobre los efectos negativos de las drogas y sobre las actuaciones de calidad que realizan instituciones públicas y privadas para prevenir el consumo, así como para ayudar a las personas drogodependientes.
- Extremar las precauciones y los matices en la información sobre las supuestas propiedades saludables o terapéuticas.
- Prestar especial atención a los mensajes dirigidos a frenar o inhibir el consumo de alcohol en fiestas ya que las cifras indican que en el tiempo de ocio este tipo de consumo sigue al alza.
- Considerar las diferencias por sexo y grupo de edad en cuanto al consumo de alcohol.

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 15
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000257	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0469340	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



**Gobierno
de La Rioja**

Presidencia,
Relaciones Institucionales
y Acción Exterior

C/. Vara de Rey1-3
26001 Logroño, La Rioja
Teléfono: 941294066
gabinete.presidencia@larioja.org

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.

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.

Habrá que tener en cuenta el artículo 118 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público en relación a los límites cuantitativos de contratación mediante el procedimiento de contratación menor.

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 "Sustancias adictivas" de la Consejería de Salud.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 8 / 15
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000257	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0469340	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



**Gobierno
de La Rioja**

Presidencia,
Relaciones Institucionales
y Acción Exterior

C/. Vara de Rey1-3
26001 Logroño, La Rioja
Teléfono: 941294066
gabinete.presidencia@larioja.org

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:

- Imagotipos del Gobierno de La Rioja y de Infodrogas.
- Enlace a la página web www.infodrogas.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 3 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 9 / 15
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000257	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0469340	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



**Gobierno
de La Rioja**

Presidencia,
Relaciones Institucionales
y Acción Exterior

C/. Vara de Rey1-3
26001 Logroño, La Rioja
Teléfono: 941294066
gabinete.presidencia@larioja.org

- 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 de **piezas gráficas para realizar publicidad redes sociales**:
 - Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 6 adaptaciones, que podrán ser animadas) 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 de **cartel**.
 - Tamaño 40x60 cm.
 - Adaptación del cartel anterior para formato **mupi** e impresión.
 - Tamaño 120x175 cm.
 - Diseño y maquetación de un **folleto**.
 - Formato tríptico. Formato cerrado: 10x21 cm. Formato abierto: A4.
- c) **Acción de dinamización digital en Facebook y Twitter** dirigida a los públicos objetivos descritos para concienciar sobre el riesgo de consumo de estas sustancias adictivas.

No debe ser una acción meramente informativa o divulgativa, sino que **debe movilizar, principalmente a los jóvenes, para que participen y tomen parte**, con la consecuente concienciación sobre el consumo de drogas legales e ilegales.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 10 / 15
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000257	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0469340	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Director de Gabinete			
2	Consejera			
3				



**Gobierno
de La Rioja**

Presidencia,
Relaciones Institucionales
y Acción Exterior

C/. Vara de Rey1-3
26001 Logroño, La Rioja
Teléfono: 941294066
gabinete.presidencia@larioja.org

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 publicidad@larioja.org.
- Diseño y maquetación de **4 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 **9.500€ (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 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 11 / 15
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000257	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0469340	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



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 10 de septiembre.

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.

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:

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

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

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 –no existe un precedente a nivel nacional en campañas similares-, innovador –promueve la animación y la interacción con el usuario, superando la información; tiene un carácter	1

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. 12 15
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000257	Pleigo PT	Publicidad institucional	2018/0469340
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



Baremo	Puntos
<i>transmedia o va más allá de los indicadores tradicionales de conversión, como la visita a página web- y detallado.</i>	
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

- d) **Mejoras al presente brief de comunicación**, 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**.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 13 / 15
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2018/000257	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0469340		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



**Gobierno
de La Rioja**

Presidencia,
Relaciones Institucionales
y Acción Exterior

C/. Vara de Rey1-3
26001 Logroño, La Rioja
Teléfono: 941294066
gabinete.presidencia@larioja.org

- 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:

- a) La dirección del gabinete de la Consejería de Presidencia.
- b) El responsable de publicidad del Gobierno de La Rioja.
- c) Una persona seleccionada por la Consejería de Salud.
- d) Un representante de una agencia de Comunicación de Acrear que no concurra en el proceso creativo.
- 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 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. 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 septiembre.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 14 / 15
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000257	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0469340	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



**Gobierno
de La Rioja**

Presidencia,
Relaciones Institucionales
y Acción Exterior

C/. Vara de Rey1-3
26001 Logroño, La Rioja
Teléfono: 941294066
gabinete.presidencia@larioja.org

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. 15 / 15
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000257	Pleigo PT	Publicidad institucional	2018/0469340	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				