



RF.º: CP/18/068

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «PROMOCIÓN DE LA LECTURA», DE LA CONSEJERÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO E INNOVACIÓN

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 “Promoción de la lectura”, de la Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.

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	
00848-2018/000280	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0614746	
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 Encuesta sobre Hábitos y Prácticas Culturales en España, realizada por el Ministerio de Cultura y Deporte con periodicidad cuatrienal, trata de analizar la evolución del hábito de lectura en los últimos años. La última encuesta fue realizada en 2015, con una muestra de 16.500 personas mayores de 15 años.

Entre los datos extraídos, se llegó a la conclusión de que el 62% de la población participante leía al menos un libro al año. La lectura es, por lo tanto, una de las principales actividades realizadas por los españoles en su tiempo libre. En concreto, los menores de 55 años son lectores más activos, principalmente en la franja de edad entre los 15 y 19 años, no tanto por la lectura como simple placer, sino como producto de la lectura de libros de texto durante el período lectivo.

Dentro de la promoción a la lectura, las bibliotecas públicas juegan un papel importante junto con otros actores, como los centros educativos o el propio sector editorial. En el caso de las bibliotecas, hablamos de entes vivos y dinámicos que ofrecen a la ciudadanía servicios, colecciones y actividades a través de los cuales puede disfrutar de un ocio cultural.

Bajo la denominación Bibliotecas de La Rioja se encuentra una red de 24 centros, que facilitan servicios bibliotecarios de uso público general y carácter gratuito, cuya finalidad es racionalizar los recursos bibliotecarios de toda la Comunidad Autónoma. La colaboración y cooperación entre sus componentes son fundamentales, de manera que se garantice el derecho de los ciudadanos al acceso y disfrute de los bienes culturales que las bibliotecas municipales riojanas poseen.

Los riojanos pueden formar parte de las Bibliotecas de La Rioja a través de un carné único, que les abre las puertas no sólo a su centro más próximo, sino a todas las bibliotecas que forman parte de la red.

3.2. Enfoque de comunicación

En este marco, la presente campaña de publicidad pretende fomentar el descubrimiento de la lectura por parte de los nuevos lectores: los niños.

Para ello, el enfoque de comunicación debe ir alineado con el objetivo positivo de la promoción y descubrimiento de la lectura por parte de este público, en el que los diferentes actores de su círculo de influencia (familia, amigos, etc.) juegan un papel fundamental.

Para facilitar este objetivo, cada usuario cuenta con un carné único para hacer uso de los recursos de todas las bibliotecas municipales 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 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000280	Pleigo PT	Publicidad institucional	2018/0614746
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



En definitiva, debe ser una campaña que llame a la acción y que fomente la idea de ocio familiar centrado en el ejercicio activo de la lectura (“leer en familia, una aventura compartida”).

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:

- Incrementar el número de altas de carnés y de préstamos infantiles en todas las Bibliotecas de La Rioja.
- Aumentar el número de visitas a las Bibliotecas de La Rioja.
- Garantizar el acceso a la cultura y a la lectura en la Comunidad Autónoma de La Rioja a través de la red de bibliotecas dependientes del Gobierno de La Rioja.

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 préstamos realizados en las bibliotecas de La Rioja durante el período de actividad de la campaña publicitaria.
- Nº. de carnés de biblioteca generados durante el período anterior.
- Nº. de visitas a la web www.blr.larioja.org durante dicho período.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2018/000280	Plego PT	Publicidad institucional		2018/0614746
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



3.5. Públicos objetivos

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

- **Público objetivo primario:**
 - **Madres y padres de entre 35 a 50 años** residentes en La Rioja, con hijos con edades óptimas para la iniciación a la lectura.
 - **Abuelas y abuelos de entre 60 a 75 años**, residentes en La Rioja y lectores asiduos. Implicados en el cuidado de sus nietos para apoyar a la familia. Al igual que el perfil anterior, pueden participar en introducir a sus nietos en el placer de la lectura y el uso de las bibliotecas.
- **Público objetivo secundario:**
 - **Niñas y niños de entre 3 a 15 años**, considerados usuarios infantiles dentro de las bibliotecas de 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

El acceso a la cultura 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

El objetivo principal de la campaña publicitaria es fomentar la lectura y su acceso a través de la red de bibliotecas de La Rioja.

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		
00848-2018/000280	Plegio PT	Publicidad institucional	2018/0614746		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



Por este motivo, se solicita 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 adquirir esta conciencia social.

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 **cultural**.

Por ello, para la composición de mensajes se deberá utilizar el **programa publicitario cultural** del Programa de Identidad para la Publicidad Institucional.

Descargas útiles

Puedes consultar las normas gráficas y descargar las plantillas del programa en esta web:

<http://www.larioja.org/programacultural>

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,

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2018/000280	Pliego PT	Publicidad institucional		2018/0614746
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Director de Gabinete			
2	Consejera			
3				



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 “Promoción de la lectura” de la Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.

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.blr.larioja.org
- El *claim* de apoyo “Cultura para todos”.
- 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, maquetación y producción del **cartel** definido en el apartado a) del presente pliego para su colocación en:
 - Tamaño 40x60 cm.
 - Impresión de 2.000 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	
00848-2018/000280	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0614746	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



- Adaptación y producción del cartel anterior al formato **mupi**.
 - Tamaño: 120x175 cm.
 - Impresión de 15 unidades.
 - Diseño y maquetación de creatividad para la rotulación de los laterales de **autobús metropolitano**.
 - Lateral derecho: 273x83 cm.
 - Lateral izquierdo: 418x83 cm.
- c) **Acción de dinamización digital en Facebook y Twitter** (a través de los perfiles de la biblioteca central de La Rioja) dirigida a los públicos objetivos descritos con el fin de fomentar la lectura.

No debe ser una acción meramente informativa o divulgativa, sino que **debe movilizar para promocionar la lectura, así como presentar las bibliotecas de La Rioja como plataforma de acceso a los libros en particular y a la cultura en general**.

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.

- d) Diseño, producción y entrega de **merchandising**: Elemento simbólico que represente y fomente la lectura entre el público infantil. 1.000 unidades.
- e) **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 **una pieza gráfica animada (motion graphics)** para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno: Facebook (1200x628 px) y Twitter (1200x481 px).

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
00848-2018/000280	Plegio PT	Publicidad institucional	2018/0614746
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.](#)

4.4. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **7.000 € (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.

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 22 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.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 8 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000280	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0614746
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



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 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

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. 9 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2018/000280	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0614746		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



Baremo	Puntos
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. 10 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
00848-2018/000280	Plego PT	Publicidad institucional	2018/0614746		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



- 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 Desarrollo Económico e Innovación.
- 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.
- **Propuesta de elemento de *merchandising*.**
- **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 30 de noviembre.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 11 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000280	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0614746
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	
00848-2018/000280	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0614746	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				