



RF.º: CP/19/026

## **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «BANCO DE SANGRE», 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 “Banco de Sangre” de la Consejería de Salud.

### **2. Definición y descripción del contrato**

El objeto del contrato de creación 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.

### **3. Brief de comunicación de la campaña de publicidad institucional**

#### **3.1. Presentación**

La donación de sangre, por la gran relevancia que tiene la transfusión en la atención sanitaria de nuestro país y debido a que la única forma de obtenerla es gracias a la generosidad y altruismo de los donantes, se trata de uno de los pilares del buen funcionamiento de la sanidad pública.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000148	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0162795
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



Siguiendo la normativa europea, la donación de sangre en España y, por lo tanto, en La Rioja, es un acto voluntario, libre y desinteresado que necesita de una tasa de reemplazo de donantes nuevos respecto a los donantes en retirada (que llevan más de 12 meses sin donar) o inactivos (cuya última donación se realizó hace más de 24 meses).

En este marco, el [Banco de Sangre de La Rioja](#) tiene como objetivo prioritario garantizar el suficiente número de donaciones para autoabastecer las necesidades transfusionales de la Comunidad Autónoma de La Rioja y disponer de unas reservas suficientes que permitan una actuación eficiente ante una situación de emergencia.

### 3.2. Enfoque de comunicación

Con esta campaña de publicidad se pretende trasladar a la población la información referente a cómo y dónde donar sangre, una acción que debe ser frecuente y duradera para garantizar el autoabastecimiento de componentes sanguíneos ante la acumulación de jornadas festivas y el descenso de las donaciones de sangre durante la Semana Santa.

Así, la campaña debe trasladar, de una forma clara y precisa, esta información de servicio público, incluyendo en su *copy* la frase “Consulta la ubicación y horarios en [www.bancosangrerioja.org](http://www.bancosangrerioja.org)”, en referencia a la unidad móvil de donación que recorre La Rioja.

Debido a que esta campaña se llevará acabo en las semanas previas a los diferentes procesos electorales que se abrirán en el año 2019, el enfoque de comunicación debe ser meramente informativo, renunciando a otros enfoques de comunicación de carácter persuasivos.

### 3.3. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación para este año cuenta con los siguientes objetivos generales de comunicación:

- Incrementar el número de nuevos donantes en la Comunidad Autónoma de La Rioja y fidelizar a los donantes actuales.
- Informar sobre las fechas y lugares de extracción en el periodo en el marco de las vacaciones de Semana Santa.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000148	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0162795
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



### 3.4. Criterios de conversión

Para llevar a cabo una evaluación del grado de cumplimiento de los objetivos de comunicación que pretende la actual campaña de publicidad, se establecen los siguientes indicadores de impacto:

- **Número de donaciones** efectuadas durante la duración de la campaña de extracciones.
- **Número de visitas recibidas en la página web** [www.bancosangrerioja.org](http://www.bancosangrerioja.org) durante la duración de la campaña de extracciones.

### 3.5. Públicos objetivos

Se establecen el siguiente público objetivo para la campaña de comunicación institucional:

- **Población riojana en edad de donar:** compuesta por todos los hombres y mujeres que durante la campaña de extracción se encuentren comprendidos entre los 18 y 65 años y cuenten con un buen estado de salud y se atengan a los requisitos necesarios para la donación impuestos por parte de la Consejería de Salud. En el caso de La Rioja, el Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza el público objetivo en **195.978 personas**.

### 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](http://www.larioja.org/identidadpublicitaria)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000148	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0162795
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



### 3.7. Emisor de la campaña

El Banco de Sangre de La Rioja tiene como finalidad aglutinar todos los medios humanos y materiales relacionados con la hemoterapia y concentrar la responsabilidad de la promoción de la donación de sangre, extracción de unidades, procesamiento, verificación analítica, almacenamiento y distribución de las mismas, de forma que se cubra con calidad todas las necesidades de la población.

Debido a que se encuentra dentro de sus competencias, es pertinente que sea el propio Banco de Sangre de La Rioja el emisor del mensaje publicitario. El **Banco de Sangre de La Rioja** dispone de su propio [manual de identidad gráfica](#), cuyo imagotipo deberá figurar en convivencia con el de Rioja Salud.

### 3.8. Lenguaje

El objetivo principal de la campaña publicitaria es promover la concienciación social, interiorizando en la población de La Rioja que mediante la donación de sangre se salvan vidas.

En este marco, y debido a que esta campaña se llevará acabo en las semanas previas a los diferentes procesos electorales que se abrirán en el año 2019, el lenguaje utilizado debe ser meramente informativo, renunciando a otros enfoques de comunicación de carácter persuasivos.

### 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.

El programa publicitario social tiene como objetivo promover la concienciación social, evitar las conductas de riesgo y fomentar la educación social de la ciudadanía sobre asuntos de interés y relevancia. Este programa se aplicará en todas las campañas publicitarias que tengan como objetivo la concienciación social de la ciudadanía o fines similares.

#### Descargas útiles

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

[www.larioja.org/programasocial](http://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. 4 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000148	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0162795	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



## 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.

Así el artículo 20 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, define el contrato de creación publicitaria como aquel por el que, a cambio de una contraprestación, una persona física o jurídica se obliga en favor del anunciante o agencia a idear y elaborar un proyecto de campaña publicitaria, una parte de la misma o cualquier otro elemento publicitario.

Por su parte la Ley 7/2017, de 22 de mayo, establece en el artículo 5 que las campañas de publicidad institucional se articularán mediante los contratos de publicidad, de difusión publicitaria, de creación publicitaria o de patrocinio previstos en la normativa vigente reguladora de la publicidad con carácter general.

### 4.2. Objeto del contrato de creación publicitaria

El objeto de contrato previsto es la **conceptualización y el desarrollo de la creatividad publicitaria, así como el diseño de los diferentes elementos gráficos y audiovisuales** que compondrán la campaña de publicidad institucional “Banco de Sangre” de la Consejería de Salud.

### 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.

Además de eslogan y *copy*, deberá incorporar los siguientes elementos:

- Imagotipo del Banco de Sangre en convivencia con el de Rioja Salud.
- Direcciones de Facebook y Twitter (en ambos casos, @bsangrelarioja).
- Consulta la ubicación y horarios en: [www.bancosangrerioja.org](http://www.bancosangrerioja.org)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000148	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0162795	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



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 6 adaptaciones) y sus dimensiones una vez que esté adjudicado el pliego de prescripciones técnicas del contrato de difusión publicitaria para la presente campaña y, por lo tanto, cerrado su plan de medios.
- Redacción, locución y producción de una **cuña** radiofónica de 20”:
- Locución y producción de **cabecera para microespacios radiofónicos** sobre seguridad vial y el estado de las carreteras. Se realizará con la voz corporativa del Gobierno de La Rioja (Ramón Langa).
- Adaptación de creatividad para **banners** animados para medios digitales (HTML5):
  - Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 9 adaptaciones, con sus respectivas versiones para formatos móviles) y sus dimensiones una vez que esté adjudicado el pliego de prescripciones técnicas del contrato de difusión publicitaria para la presente campaña y, por lo tanto, cerrado su plan de medios.
- Diseño y maquetación del **cartel** detallado en el apartado a) del presente capítulo.

c) **Otros materiales gráficos para web y redes sociales:**

- Diseño y maquetación de una **cabecera web** para [www.larioja.org](http://www.larioja.org) y recursos gráficos para la web (964x107 px). Consultar especificaciones de diseño en [gabinete.presidencia@larioja.org](mailto:gabinete.presidencia@larioja.org).
- Diseño y maquetación de una **cabecera web** para la página web del Banco de Sangre de La Rioja (1.280x400 px).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 6 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000148	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0162795
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



- Diseño y maquetación de piezas para las **cabeceras de los perfiles de Facebook y Twitter**: cabeceras (960x365 px y 1.500x500 px, respectivamente) y pastillas interiores (1.200x628px y 1.200x481px, respectivamente).
- Diseño y maquetación de **una pieza gráfica animada (motion graphics)** que servirá para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales (1080x1080 px).
- Adaptación de la imagen principal para proyección estática en monitor (1280x720 px, formato PNG).
- 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 **5.000€ (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. 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. 7 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000148	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0162795	
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](mailto:gabinete.presidencia@larioja.org) antes de las 9 horas del 29 de marzo.

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.

#### 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:

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

- 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

<sup>1</sup> Propuesta económica a valorar. Se incluyen las mejoras y los costes indirectos de producción.

<sup>2</sup> Importe máximo fijado en el artículo 7.4.

<sup>3</sup> 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 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2019/000148	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0162795	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



Baremo	Puntos
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
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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 9 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2019/000148	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0162795	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



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

#### 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 Salud.
- 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 10   11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000148	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0162795	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



#### 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. Se entregará 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. También se cederá los diferentes archivos generados para la pieza audiovisual, así como los derechos de propiedad intelectual para su posible uso en otras piezas.  
**Deberán facilitarse antes del 5 de abril.**

#### 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

**Teléfono de contacto**

gabinete.presidencia@larioja.org

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 11 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000148	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0162795
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			