



RF.º: CP/19/040

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “OFERTA FORMATIVA ESDIR” DE LA CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, RELACIONES INSTITUCIONALES Y ACCIÓN EXTERIOR

1. Objeto del contrato

Mediante el presente pliego de prescripciones técnicas se pretende establecer y fijar las condiciones técnicas a las que deberá atenerse el servicio de creación y diseño publicitarios para la campaña de publicidad “Oferta formativa ESDIR” de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

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 de la ESDIR. 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 <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000162	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0207850
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 Escuela Superior de Diseño de La Rioja (ESDIR) fue creada en 1886 enlazando con la mejor tradición de renovación de las enseñanzas artísticas surgida en Inglaterra hacia la mitad del siglo XIX.

Actualmente oferta cuatro Títulos Oficiales en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño que, a todos los efectos, son equivalentes a los Títulos Universitarios Oficiales de Grado:

- **Grado en Diseño de Moda:** El diseñador de moda es un profesional capaz de configurar material y formalmente los productos de diseño textil y de la indumentaria en distintos ámbitos, atendiendo las necesidades y las tendencias del mercado, de creatividad, de innovación y su viabilidad técnico-productiva, económica, medio-ambiental y sociocultural.
- **Grado en Diseño de Producto:** Funcionalidad, estética y ergonomía dan una respuesta cada vez más eficaz a las necesidades del ser humano. Los nuevos materiales y las tecnologías son aliados de esta disciplina que innova cada día con nuevas soluciones y propuestas. El diseñador de productos manufacturados contribuye al progreso de una sociedad en constante evolución que demanda nuevos diseños y aplicaciones incesantemente.
- **Grado en Diseño de Interiores:** El diseño de interiores es una profesión multidisciplinar y en la que soluciones técnicas y creativas son aplicadas a un espacio con el fin de conseguir un determinado ambiente interior. El mobiliario, el tratamiento de materiales o la iluminación forman también parte de esta disciplina que ayuda a mejorar la calidad de vida.
- **Grado en Diseño Gráfico:** El diseñador gráfico evoluciona constantemente y abarca ámbitos tan diversos como la señalética, el embalaje, la identidad corporativa o el diseño web. Vivimos rodeados de mensajes gráficos que reclaman nuestra atención, de ahí la necesidad de responder a la gran demanda de diseño con una formación académica actualizada y apoyada en las nuevas tecnologías.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000162	Pleigo PT	Publicidad institucional	2019/0207850
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



Recientemente, la ESDIR ha añadido una nueva vía educativa con su área de Másteres en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño con los postgrados:

- **Máster en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola**, preparado conjuntamente por las especialidades de Diseño Gráfico y Diseño de Producto.

Este postgrado tiene como objetivo dotar al alumnado de todos aquellos conocimientos y recursos que son necesarios para acometer con éxito la producción de proyectos integrales de packaging: construcción y desarrollo de nuevos envases y embalajes eficientes desde el punto de vista estructural, de usabilidad, formal y comunicacional.

- **Máster en Diseño e Innovación de Calzado**, cuyo objetivo es formar profesionales especializados en el sector del calzado, profundizando en los diferentes aspectos del proceso de creación y desarrollo, y potenciando el estudio de aspectos formales, tecnológicos, funcionales y ergonómicos propios del calzado.

Ambos másteres cuentan con un máximo de 20 plazas cada uno y preparan a futuros diseñadores a través de clases teóricas y prácticas, laboratorios, talleres y seminarios, y cuentan con períodos de prácticas externas en entornos profesionales reales.

3.2. Enfoque de comunicación

El objetivo de esta campaña de publicidad es dar a conocer la oferta académica que se imparte en la ESDIR, formada por grados y estudios de máster, así como informar y dar a conocer el calendario de pruebas, admisión y matriculación del centro.

Debe plantearse bajo un enfoque informativo, renunciando a otros enfoques de comunicación de carácter persuasivos. Un planteamiento que debe reforzarse al desarrollarse la presente campaña durante las semanas previas a los diferentes procesos electorales que se abrirán en el año 2019.

3.3. Objetivos de comunicación

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

- Difundir la oferta educativa en grados y estudios de máster de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2019/000162	Plegio PT	Publicidad institucional		2019/0207850
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.º. de solicitudes de información recibidas para los diferentes grados y másteres con respecto al curso 2018/19.
- N.º. de matrículas realizadas en los diferentes grados con respecto al curso 2018/19.
- N.º. de matrículas realizadas en los diferentes másteres con respecto al curso 2018/19.
- N.º de visitas a la web www.esdir.eu durante el período que dure la campaña.

3.5. Públicos objetivos

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

- **Público primario:**

Jóvenes riojanos de entre 17 y 20 años que estén cursando estudios de Bachillerato, ya que es un público objetivo que está barajando las diferentes posibilidades académicas una vez concluido dicho ciclo. En este caso estará compuesto por **3.519 personas** según los datos del Instituto Riojano de Estadística.

Jóvenes riojanos de entre los 20 y 35 años. Este rango de personas está compuesto por **52.279 personas** según el Instituto Riojano de Estadística, las cuales por edad están dentro del público potencial que podría cursar un máster al haber finalizado los estudios de Grado.

- **Público secundario:**

Jóvenes de comunidades limítrofes con las edades comprendidas en las dos horquillas del público primario y que deseen iniciar o continuar su formación superior en la ESDIR.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2019/000162	Pliego PT	Publicidad institucional		2019/0207850
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



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

3.7. Emisor de la campaña

El emisor principal de la campaña de publicidad institucional será el Gobierno de La Rioja, cuyo imago tipo deberá convivir con el de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja.

3.8. Lenguaje

Esta campaña publicitaria tiene como objetivo dar a conocer la oferta educativa de la ESDIR y los diferentes cursos que oferta, tanto los títulos de Grado como los Másteres en Enseñanzas Artísticas Superiores. Es por esto que el **tono de la campaña deberá ser informativo** en la construcción de los mensajes publicitarios y se respetará las prohibiciones con respecto al autobombo y ensalzamiento de logros institucionales.

Las características por las que se define este tono son el uso de verbos de acción en la publicidad institucional del Gobierno de la Rioja. Las conjugaciones de verbos cuando procedan, deberán ser en presente de indicativo para transmitir una imagen de realidad: las consecuencias de la acción política suceden en este momento. Se evitará el uso de los tiempos compuestos y el uso de subjuntivo y gerundio.

La conjugación de los verbos se realizará en segunda persona del singular ya que el tono de la campaña debe atenerse a la neutralidad de la transmisión de la información.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000162	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0207850	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



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

Descargas útiles

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

www.larioja.org/programasocial

4. Contenido de los servicios

4.1. Normativa aplicable

Se Este contrato tiene su fundamento normativo en lo dispuesto en los artículos 20 de la ley 34/1988, de 11 noviembre, General de Publicidad, así como en el artículo 5 de la Ley 7/2017, de 22 de mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional.

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

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

4.2. Objeto del contrato de creación publicitaria

El objeto de contrato previsto es la **conceptualización y el desarrollo de la creatividad publicitaria, así como el diseño de los diferentes elementos gráficos y audiovisuales** que compondrán la campaña de publicidad institucional **“Oferta formativa ESDIR”** 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. 6 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2019/000162	Pleigo PT	Publicidad institucional	2019/0207850		
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



4.3. Oferta técnica

La oferta técnica deberá contemplar los siguientes **materiales**:

a) Elementos de publicidad exterior.

- Diseño, maquetación y producción de **6 modelos de tarjetón**, uno para cada grado o máster:
 - Tamaño A5.
 - Impresión a 4+4 tintas sobre cartulina offset blanca de 300 gr.
 - 4.800 unidades en total (800 por cada uno de los 6 modelos).
- Diseño, maquetación y producción de **carpeta para los tarjetones anteriores**:
 - Díptico (Tamaño abierto: 30,6 x 22 cm; tamaño cerrado: 15,3 x 22 cm).
 - Impresión a 4+4 tintas sobre papel estucado brillo 350 gr., con hendido y plastificado mate.
- Adaptación de la creatividad para la rotulación de los laterales de **autobús metropolitano**:
 - Lateral derecho: 273x83 cm.
 - Lateral izquierdo: 418x83 cm.

b) Redes sociales (contenido orgánico).

- Adaptación de la imagen general de la campaña para el tamaño estándar de las **imágenes para las redes sociales en las que tiene presencia la ESDIR** como Instagram, Facebook y Twitter.
- Diseño y maquetación de **dos piezas gráficas animadas (motion graphics)** sobre las siguientes temáticas:
 - Oferta de Grados (pieza conjunta para Diseño Gráfico, Diseño de Moda, Diseño de Interiores y Diseño de Producto).
 - Oferta de Másteres (Packaging y Calzado).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 7 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000162	Plego PT	Publicidad institucional	2019/0207850
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



c) Redes sociales (publicidad).

- Campaña de publicidad en **Instagram y Facebook**.
- Dos anuncios que se centrarán en La Rioja y provincias limítrofes, según la siguiente distribución:
 - Perfil de Público objetivo hombre/mujer de entre 17 y 35 años.
 - Tamaño aprox. de la audiencia 130.000 personas.
 - Periodo de activación: 4 semanas.
 - Estimación de 12.000 impresiones y 120 clics diarios.

d) Otros materiales gráficos para web.

- Diseño y maquetación de **dos cabeceras web** para www.esdir.eu/es/ y www.larioja.org recursos gráficos para la web (964x107 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.

4.4. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica será de **3.200 € (IVA no incluido)** con cargo a la partida presupuestaria **14.10.1812.227.13** 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 8 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000162	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0207850
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



4.5. 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.

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. 9 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2019/000162	Pleigo PT	Publicidad institucional	2019/0207850	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				