



RF.º: CP/19/015

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «PREMIOS CAPITAL», DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y MEDIO AMBIENTE

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 “Premios Capital”, de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2019/000132	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121676		
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

Los Premios La Rioja Capital nacieron en 2011 y reconocen públicamente la trayectoria y el compromiso de profesionales, organizaciones, empresas y entidades públicas o privadas con el crecimiento del sector agrícola, ganadero y agroalimentario en la comunidad autónoma.

Estos premios, que son de carácter bienal y viven su quinta edición, tienen un carácter honorífico y no contemplan contraprestación económica alguna.

A través de nueve categorías, abarcan la diversidad de ámbitos que agrupa el sector agroalimentario, desde el productor, industrial y comercial, al divulgativo, gastronómico o investigador:

- **Premio a la Trayectoria Agrícola o Ganadera.** Reconoce a aquellas personas o entidades que hayan sobresalido en su dedicación al sector agrario, ya sea en el trabajo en su explotación, o en labores de representación en organizaciones, asociaciones, entidades públicas o privadas.
 - Galardonado: Luis Pascual, presidente de Ternoja, distintivo de calidad de ternera de La Rioja.
- **Premio a la Trayectoria Empresarial Agroalimentaria.** Este galardón distingue a personas o entidades que hayan destacado por su trayectoria en el campo agroalimentario, cuidando la excelencia al producto, garantizando la calidad y potenciando el uso de tecnología avanzada o que su elaboración haya sido especialmente respetuosa con el medio ambiente.
 - Galardonado: Grupo de Empresas Vinícolas de Rioja
- **Premio a la Calidad Agroalimentaria.** Dirigido a indicaciones o marcas de calidad que se hayan diferenciado por su esfuerzo en el incremento de la calidad y la promoción de sus productos.
 - Galardonado: Nuez de Pedroso y Alubia de Anguiano.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000132	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121676	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



- **Premio a la Investigación e Innovación Agraria.** Reconoce a personas y entidades que hayan contribuido de manera decisiva a la mejora de la calidad de los productos agrícolas y agroalimentarios a través de la investigación o la innovación.
 - Galardonado: Embutidos Ortiz.
- **Premio al Desarrollo Rural.** Esta distinción valora a aquellas personas y entidades que se hayan destacado por su compromiso con el desarrollo rural de La Rioja, y el impulso de sus actividades agrícolas y ganaderas.
 - Galardonado: Cameros Blues Festival.
- **Premio al Desarrollo de Iniciativas Singulares y Dinamizadoras de la actividad económica ligada con los recursos agrícolas y agroalimentarios.** En reconocimiento a iniciativas vinculadas a recursos agrarios o agroalimentarios que contribuyan al desarrollo económico de la región.
 - Galardonado: Bodegas Lecea.
- **Premio a la Iniciativa Gastronómica.** Este galardón resalta el trabajo de personas y entidades que hayan contribuido al prestigio de los productos agrícolas locales a través de la gastronomía.
 - Galardonado: La Vieja Bodega.
- **Premio al Medio de Comunicación más comprometido con el sector agrario y agroalimentario.** Este galardón reconoce la labor de profesionales y medios de comunicación que se hayan destacado por prestar atención y divulgar todo lo referente a la agricultura y a la calidad de los productos agroalimentarios.
 - Galardonados: Revistas “La Unión”, de la UAGR, y “Campo Riojano”, de ARAG-ASAJA.
- **Premio Honorífico.** A Marisa Sánchez Echaurren, por toda una vida dedicada a la cocina y por ser un ejemplo de trabajo y de constancia para las nuevas generaciones de cocineros.

Más información sobre los premiados en: <https://bit.ly/2UIVfvm>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000132	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121676
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



3.2. Enfoque de comunicación

Esta campaña pretende dar a conocer a los galardonados con los Premios La Rioja Capital, así como rendirles reconocimiento por las buenas prácticas llevadas a cabo en materia de calidad agroalimentaria.

La coincidencia de esta campaña con las semanas previas a los diferentes procesos electorales que se abrirán en el año 2019 obliga a centrar los esfuerzos comunicativos en la difusión de los Premios La Rioja Capital y en dar visibilidad a los diferentes galardonados bajo un enfoque meramente informativo, renunciando a otros enfoques de comunicación de carácter persuasivos.

3.3. Objetivos de comunicación

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

- Difundir el reconocimiento y las buenas prácticas en La Rioja en relación con la calidad agroalimentaria.

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 visitas a la web www.larioja.org/premioscapital durante el período de actividad de la campaña publicitaria.

3.5. Públicos objetivos

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

- **Público primario:** El **sector agrícola, ganadero y agroalimentario riojano**, formado por profesionales, organizaciones, empresas y entidades públicas o privadas con el crecimiento del sector agrícola, ganadero y agroalimentario en la comunidad autónoma.
- **Público secundario:** El **conjunto de la sociedad riojana**, que debe conocer las buenas prácticas llevadas a cabo en nuestra comunidad autónoma en materia de calidad agroalimentaria.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000132	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121676	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



En este caso, delimitaremos este grupo de población como aquel formado por los riojanos **desde los 30 hasta los 65 años**. Según los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja, esta campaña se dirige a un total de 160.883 riojanos.

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

Esta campaña se encuentra dentro del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja y, por ello, éste será el emisor.

3.8. Lenguaje

Esta campaña publicitaria pretende difundir el reconocimiento y las buenas prácticas en La Rioja relacionado con la calidad alimentaria, a la par que se dan a conocer los galardonados en los Premios La Rioja Capital bajo estas premisas.

Por este motivo, se debe utilizar un tono informativo en la construcción de los mensajes publicitarios, que se dirigirá al ciudadano y respetará las prohibiciones establecidas para el autobombo y el ensalzamiento de logros institucionales.

Las características del tono informativo definen el uso de verbos de acción en la publicidad institucional del Gobierno de La Rioja. Cuando sea necesaria su conjugación los verbos deberán plantearse en el presente de indicativo para transmitir una imagen de realidad: las consecuencias de la acción política suceden en este momento. Se evitarán los tiempos compuestos y el uso de subjuntivo y gerundio.

La conjugación de los verbos se hará mediante la primera persona del plural, reforzando así el valor del trabajo en equipo dentro de la Administración regional.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000132	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121676	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



Así mismo, 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.

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.

3.9. Programa gráfico a aplicar en la campaña de publicidad

En este caso la tipología de campaña 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

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 6 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2019/000132	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121676		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



compondrán la campaña de publicidad institucional “Premios Capital” de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente.

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.
- Imagotipo de La Rioja Capital.
- Enlace a la página web www.larioja.org/premioscapital
- 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 7 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 **9 cuñas** radiofónicas, haciendo referencia a cada categoría y premiado:
 - 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 <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 7 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000132	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121676
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



- 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 del **cartel** definido en el apartado a) del presente pliego para su colocación en espacios exteriores de Logroño, cabeceras de comarca y otros puntos de interés (cooperativas agrícolas, etc.).
 - Tamaño:40 x60 cm.
- c) **Acción de dinamización digital en Facebook y Twitter** (a través de los perfiles de La Rioja Capital) dirigida a los públicos objetivos descritos con el fin de dar visibilidad a los premios y a los premiados desde el punto de vista meramente informativo.

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) **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 **una pieza gráficas animada (motion graphics) que de visibilidad a todos los premiados**. Servirá 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](#).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 8 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000132	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0121676	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



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.

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.

Deberán facilitarse antes del 12 de marzo.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 9 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2019/000132	Pliego PT	Publicidad institucional		2019/0121676
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. 10 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000132	Pleigo PT	Publicidad institucional	2019/0121676	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				