



RF.ª: CP/19/001

## PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «DÍA DE LA RIOJA», DE LA CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, RELACIONES INSTITUCIONALES Y ACCIÓN EXTERIOR

### 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 “Día de La Rioja”, 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 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 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2019/000211	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0237859		
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera de Presidencia, Relaciones institucionales y Acción exte					
3					



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

#### 3.1. Presentación

El 9 de junio, la Comunidad Autónoma de La Rioja celebra el Día de La Rioja, una festividad con la que se conmemora la firma, por parte del rey Juan Carlos I, del Estatuto de Autonomía de La Rioja en el año 1982, en la que se constituye La Rioja como comunidad autónoma uniprovincial.

Esta festividad autonómica –cuyo acto institucional conmemorativo se celebra en San Millán de la Cogolla– se presenta como una exaltación de nuestra capacidad de autogobierno, de la organización territorial e institucional de La Rioja como comunidad, de las señas de identidad riojanas y de nuestro acervo cultural.

Con motivo de este día, el Gobierno de La Rioja, a través de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior, llevará a cabo una campaña de publicidad institucional con la que divulgar esta efeméride, que es también signo de nuestra identidad regional, y difundir un conjunto de actividades que se organizan en torno a ella.

#### 3.2. Enfoque de comunicación

El pasado 11 de abril, en un pleno celebrado en San Millán de la Cogolla, el Parlamento de La Rioja aprobó la tercera reforma del Estatuto de Autonomía, para actualizar el texto normativo más importante de La Rioja a la sociedad del siglo XXI y mejorar el sistema democrático e institucional de La Rioja.

Una de las novedades principales incluidas en la Reforma es la relativa a la Carta de Derechos y a los principios rectores de los poderes públicos. Esta carta reconoce nuevos derechos autonómicos, especialmente los de tercera generación, y actualiza la ciudadanía riojana.

Por este motivo, se propone como hilo narrativo de la actividad publicitaria la ciudadanía renovada, el conjunto de derechos y principios rectores incorporados a la reforma estatutaria y el impacto que tiene en la sociedad riojana. Cabe incidir también los valores que han guiado la reforma, aprobada por unanimidad en el Parlamento de La Rioja, dando lugar a un escenario de unidad, de consenso y de acuerdo asentado en la pluralidad política y social.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000211	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0237859
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera de Presidencia, Relaciones institucionales y Acción exte			
3			



### 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:

- Difundir el significado del Día de La Rioja entre los ciudadanos, de acuerdo a la Ley 4/1985, de 31 de mayo.
- Difundir las señas de identidad riojana y fomentar el conocimiento sobre el Estatuto de Autonomía y las novedades incorporadas en la tercera reforma.
- Informar sobre las actividades programadas por las instituciones regionales.

### 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 recibidas en la [página web del Día de La Rioja](#) durante la duración de la campaña.
- Nº. de participantes en las diferentes actividades llevadas a cabo en el Día de La Rioja.

### 3.5. Públicos objetivos

Se establecen como **público objetivo** para la campaña de comunicación institucional a la **sociedad riojana en general**, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **312.423 personas**, de las que 154.219 son hombres y 158.205 son mujeres.

Al definirse un grupo primario con tanta amplitud, se concluye en la necesidad de desagregarlo por segmentos más concretos de edad:

- Niños y jóvenes. Incluiremos en este grupo a los niños y jóvenes desde los 10 años hasta los 31 años. Según los datos aportados por el Instituto Riojano de Estadística, este rango de población incluye a **66.641 personas** en La Rioja
- Familias riojanas. Teniendo en cuenta que, según los últimos datos del Instituto de Estadística de La Rioja, la edad media de maternidad en la Comunidad Autónoma de La Rioja está en 32 años, seleccionaremos nuestro público objetivo como aquel grupo formado por **mujeres y hombres desde los 32 años hasta los 65 años**. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por **154.178 personas**.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000211	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0237859	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera de Presidencia, Relaciones institucionales y Acción exte				
3				



- Personas mayores de 65 años. Según los datos aportados por el instituto de Estadística de La Rioja, este grupo de personas con edad superior a 65 años está formado por **61.436 personas** en La Rioja.

### 3.7. Emisor de la campaña

Entendemos que la efeméride del Día de La Rioja se circunscribe dentro de la territorialidad y no del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja. Por ello, se considera apropiado en esta ocasión que el emisor de la campaña sea la **Comunidad de La Rioja**.

### 3.8. Tono, estilo y lenguaje.

El Gobierno de La Rioja quiere continuar la línea comunicativa abierta en las dos últimas ediciones, que vinculaban el concepto territorial con la sociedad y ponían a la persona en el centro de la narrativa publicitaria. **Las personas, por tanto, deben ser protagonistas de las propuestas creativas.**

El tono de comunicación debe ser persuasivo, promover la cercanía y la emocionalidad. Por su parte, la conjugación verbal debe ser inclusiva y debe construirse sobre la primera persona del plural, entendiendo La Rioja como la propia sociedad que la conforma (*“nosotros”*).

### 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 **institucional**, por lo que los diferentes programas publicitarios estarán excluidos. La Comunidad de La Rioja dispone de un [manual de identidad](#), aprobado por el Decreto en el año 2003.

## 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000211	Pleigo PT	Publicidad institucional	2019/0237859	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera de Presidencia, Relaciones institucionales y Acción exte				
3				



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 “Día de La Rioja” de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

#### 4.3. Oferta técnica

Las propuestas deberán contemplar la siguiente **oferta técnica**:

- a) **Creatividad central.** Se requiere el diseño, la creatividad y la impresión de dos carteles (50x70 cm y 70x100 cm) con la idea central de la campaña.

Deberá acogerse al manual de identidad de la Comunidad Autónoma de La Rioja e incorporar los siguientes elementos:

- Propuesta de lema de campaña.
- *Copy* realizado por la agencia o profesional.
- Descriptor de campaña: 9 de junio, Día de La Rioja.
- Dirección web: [www.larioja.org/diadelarioja](http://www.larioja.org/diadelarioja)
- Imagotipo de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

- a) **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 8 adaptaciones) y sus dimensiones una vez que esté adjudicado el pliego de prescripciones

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000211	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0237859	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera de Presidencia, Relaciones institucionales y Acción exte				
3				



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 20 segundos.
- Adaptación de creatividad para **banners** animados para medios digitales (HTML5):
  - Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 12 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, en dos formatos (ambos verticales):
  - Tamaño: 50x70 cm.
  - Tamaño: 70x100 cm.
- Diseño y maquetación de un cartel para **mupi**:
  - Tamaño: 120x175 cm.
- Diseño y maquetación de gráfica para **valla publicitaria**:
  - Tamaño: 8 x 3 m.
- Diseño y maquetación de creatividad para la rotulación lateral de **autobús metropolitano**:
  - Lateral derecho: 273x83 cm.
  - Lateral izquierdo: 418x83 cm.
- Diseño y maquetación de creatividad para la rotulación lateral y trasera de **autobús urbano**.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000211	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0237859	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera de Presidencia, Relaciones institucionales y Acción exte				
3				



b) **Programa de actividades del Día de La Rioja.** Se requiere el diseño y la maquetación del programa de actividades organizado con motivo del Día de La Rioja (sirva como referencia el programa del año 2017, con 16 páginas de maquetación: <https://bit.ly/2lqJwPB>):

- **Programa digital:**

- Formato PDF.
- Sin marcas de corte y dividido por páginas (no por pliegos).

- **Programa para impresión:**

- Formato: A5 (148x210 mm).
- Arte final para imprenta (impresión no incluida en el presente pliego).

c) **Tarjetón.** Se requiere el diseño y la maquetación de un tarjetón con las siguientes características:

- Tamaño: 120x220 cm (contenidos en ambas caras).

d) **Diseño y producción de dos lonas para roll up de 100x206 cm.** La Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior proporcionará las estructuras y la empresa se encargará de su impresión y montaje.

e) **Diseño de diferentes piezas para acompañar las publicaciones orgánicas en las redes sociales** del Gobierno de la Rioja:

- **Cabeceras e imágenes de perfil:**

- Piezas gráficas para personalizar las cuentas institucionales del Gobierno de La Rioja: perfil y cabecera de Twitter, Facebook, Instagram y YouTube.

- **Piezas generales:**

- Diseño y maquetación de una pieza gráfica animadas (*motion graphics*) para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno (1080x1080 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 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000211	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0237859
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera de Presidencia, Relaciones institucionales y Acción exte			
3			



- Diseño y maquetación de pieza estática para Facebook (1200x628 px), Twitter (1200x481 px) e Instagram (1080x1080 px) con la imagen principal de la campaña.
- **Signos de identidad:** Diseño y maquetación de tres piezas gráficas animadas (1080x1080 px) para Instagram referentes a signos de identidad riojana en diferentes formatos:
  - Bandera de La Rioja: "La Bandera de La Rioja es la formada por cuatro franjas horizontales y de igual tamaño, de los colores rojo, blanco, verde y amarillo"
  - El himno: "El Himno de la Comunidad Autónoma es la composición musical denominada 'La Rioja'"
  - El escudo heráldico de La Rioja. El Escudo simboliza la identidad regional de La Rioja".
- **Efeméride:**
  - Diseño y maquetación de una pieza gráfica animadas (*motion graphics*) para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno para felicitar el Día de La Rioja (1080x1080 px). Ejemplo: <https://bit.ly/2FZyZpf>
  - Piezas animadas para acto institucional: icono de retransmisión en directo. "En directo: acto institucional del Día de La Rioja". Ejemplo: <https://bit.ly/2l8lhS2>
    - Formatos: 1200x628 px (Facebook) y 1200x481 px (Twitter).

**b) Otros materiales gráficos:**

- Diseño y maquetación de **banner estático para la cabecera de la web** www.larioja.org (964x107 px) y recursos gráficos para la web.
- 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 <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 8 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000211	Pleigo PT	Publicidad institucional	2019/0237859
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera de Presidencia, Relaciones institucionales y Acción exte			
3			



#### 4.4. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **14.990€ (IVA no 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. 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 16 de mayo**.

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. 9 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000211	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0237859
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera de Presidencia, Relaciones institucionales y Acción exte			
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:

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

- 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 –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 transmedia o va más allá de los indicadores tradicionales de conversión, como la visita a página web- 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

<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. 10   13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2019/000211	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0237859
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera de Presidencia, Relaciones institucionales y Acción exte			
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 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**.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 11 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
00848-2019/000211	Pliego PT	Publicidad institucional	2019/0237859		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera de Presidencia, Relaciones institucionales y Acción exte					
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:

- La dirección del gabinete de la Consejería de Presidencia.
- El responsable de publicidad del Gobierno de La Rioja.
- El responsable de imagen del Gobierno de La Rioja.
- 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.

#### 4.8. Contenido de las propuestas

El contenido mínimo a presentar por las agencias contendrá los siguientes elementos:

- **Lema de campaña** (si se propone otro diferente al facilitado por la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior).
- **Copy creativo** de la propuesta.
- **Creatividad principal:** formato vertical.
- **Texto para 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:

- 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 23 de mayo.**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 12 / 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2019/000211	Pleigo PT	Publicidad institucional	2019/0237859
1 Director de Gabinete			
2 Consejera de Presidencia, Relaciones institucionales y Acción exte			
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. 13 13
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2019/000211	Plegio PT	Publicidad institucional	2019/0237859	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera de Presidencia, Relaciones institucionales y Acción exte				
3				