



Rf.º: CP/17/001

## **INFORME DE VALORACIÓN DE LAS PROPUESTAS CREATIVAS PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL CON MOTIVO DEL DÍA DE LA RIOJA**

### **1. Justificación de las necesidades técnicas**

La campaña publicitaria CP/17/001, incluida en el plan anual de Publicidad Institucional, tiene como objetivos:

- Difundir el significado del Día de La Rioja entre los ciudadanos de acuerdo con la Ley 4/1985, de 31 de mayo, de signos de la identidad riojana.
- Difundir las señas de identidad riojana, fomentar el conocimiento sobre el Estatuto de Autonomía y la capacidad de autogobierno del pueblo riojano.
- Informar de las diferentes actividades programadas por las instituciones regionales con motivo de la efeméride regional.

Estos objetivos vienen recogidos en el **brief de comunicación de la campaña publicitaria**. El brief de comunicación es un documento técnico que recoge los públicos destinatarios, la táctica publicitaria, el plan de medios y el conjunto de acciones publicitarias a desarrollar para alcanzar los objetivos publicitarios.

La creatividad publicitaria es indispensable para el desarrollo de la campaña publicitaria. A través de ella, se fija el tono y el estilo; se establecen los diferentes mensajes y se desarrolla la gráfica de las diferentes acciones publicitarias previstas.

En 2017, la consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior incluyó, como objetivo específico del plan anual de Publicidad Institucional, la **apertura y el fomento de la participación del sector creativo riojano** en el diseño y desarrollo de las campañas institucionales del Gobierno de La Rioja.

De este modo, en el brief de comunicación que se redacta con cada una de las campañas, se incluye un capítulo dedicado a la creatividad; en el que se establecen los trabajos profesionales que se demandan (oferta técnica) y se incluye también un conjunto de **criterios para valorar las ofertas económicas**.

De esta forma, se avanza en un sistema participativo basado en la **transparencia y la objetividad**, en el que se establecen **criterios objetivos para la valoración de las propuestas** que remiten las agencias y profesionales de la comunicación.



Para esta campaña publicitaria, se solicitaron los siguientes **servicios profesionales de creatividad publicitaria**:

1. **Creatividad central.** Se requiere del diseño y la creatividad de la pieza central de la campaña institucional: el cartel del Día de La Rioja para 2017.  
Este cartel deberá incorporar los siguientes elementos:
  - Descriptor de campaña: *9 de junio, Día de La Rioja*.
  - Lema de campaña: "La Rioja, voluntad de todos".
  - Imagotipo de la Comunidad Autónoma.
  - La página web [www.larioja.org/diadelarioja](http://www.larioja.org/diadelarioja)
  
2. **Materiales para los soportes previstos en 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.
  - Redacción y locución de cuña publicitaria para los medios radiofónicos de corte generalista.
  - Redacción y locución de cuña publicitaria para los medios de carácter local.
  - Redacción y locución de cuña publicitaria para los medios radiofónicos de corte temático.
  - Diseño gráfico de creatividades para prensa escrita auditada.
  - Diseño gráfico de creatividades para prensa escrita local.
  - Creatividades para los anuncios publicitarios en redes sociales.
  - Diseño e impresión de elementos para la publicidad exterior.
  - Diseño de banners animados para los diarios digitales. Se valorarán las creatividades originales e interactivas.
  
3. **Programa de actividades del Día de La Rioja.** Se requiere el diseño, maquetación e impresión del programa de actividades organizado con motivo del Día de La Rioja. La edición anterior del programa de actividades supuso 16 páginas de maquetación.
  - **Programa digital:** En PDF sin marcas de cortes y por páginas.
  - **Programa impreso:**
    - Cantidad: 2.000 unidades
    - Formato: A5 (148x210 mm). Por pliegos A4 (297x210 mm).
    - Encuadernación: Encuadernación con grapa a caballete.
    - Soporte e impresión: Papel estucado mate. Gramaje entre 115 y 170 gr.
  
4. **Desarrollo de contenidos para la línea de comunicación "La Rioja, suma de voluntades".** La empresa elaborará los contenidos gráficos, audiovisuales, interactivos y redaccionales que considere oportunos para la línea de actividad publicitaria relacionada con los relatos y las historias de vida. La empresa trabajará junto a la Dirección General TIC para la maquetación, organización y volcado de contenidos en la web del Día de La Rioja.



5. **Audiovisual corporativo del Día de La Rioja.** Se solicita la producción audiovisual de un spot corporativo para el Día de La Rioja. La propuesta deberá contemplar criterios de accesibilidad para personas con capacidades diferentes. Se generarán versiones compatibles con Youtube, Facebook y Twitter.
6. **Diseño y producción de dos lonas para roll up displays de 0,80x2m.** La consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior proporcionará las estructuras y la empresa se encargará de su montaje.
7. **Otros materiales gráficos:**
  - Diseño de banner para la web [www.larioja.org](http://www.larioja.org) y recursos gráficos para la web.
  - Diseño de 20 piezas gráficas para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno: Facebook y Twitter.
  - Piezas gráficas para personalizar las cuentas institucionales del Gobierno de La Rioja: perfil y cabecera de Twitter, Facebook y Youtube.
  - Diseño de GIF animado para publicar en las redes sociales del Gobierno, de acuerdo a los criterios que establezca la Consejería de Presidencia. Se proporcionará estilo y pautas gráficas.
  - 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.
8. **Asistencia en la contratación de publicidad en redes sociales.** La empresa colaborará con la consejería de Presidencia en la contratación de los anuncios publicitarios en redes sociales. El importe del brief de comunicación excluye la inversión publicitaria en este tipo de medios, que se facturará de forma independiente.

## 2. Empresas consultadas

La consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior abrió un proceso de participación para recabar propuestas del sector creativo y de la comunicación riojana.

En esta ocasión, se recibieron propuestas de las siguientes empresas:

- Netbrain Media Solutions, S.L.
- Hola Jorge
- Código Zeta
- Javier Benayas Bezares



### 3. Criterios de valoración

Como se mencionaba en el epígrafe primero de este documento, el capítulo de creatividad publicitaria del brief de comunicación incluyó un conjunto de criterios objetivos para valorar las ofertas técnico-económicas presentadas por las diferentes empresas.

Al proceder a valorar los diferentes criterios técnicos, se observa que la empresa **Netbrain Media Solutions**, **incurre en causa de exclusión** al no incorporar el Imagotipo de la Comunidad Autónoma en el cartel de creatividad central, tal como se especifica en el apartado 7.4 e)<sup>1</sup> del Brief de comunicación, por tanto, no se valora su propuesta y se le adjudica una puntuación de 0 puntos.

El resto de las empresas que presentaron ofertas obtuvieron las siguientes puntuaciones:

Criterio de valoración		Puntuación	Javier Benayas	Hola Jorge	Código Zeta	Netbrain
Propuesta económica	Fórmula a aplicar: $\frac{PBrief/POEs}{PBrief/POEb} \times n.^{\circ}$ de puntos	3,5	18.827,60	19.360,00	15.005,21	18.150,00
	2,79		2,71	3,50	0,00	
	1,03		1,00	1,29	1,07	
<b>Propuesta técnica, de acuerdo a los siguientes criterios:</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	<b>3,5</b>	<b>3</b>	<b>0</b>
La propuesta es coherente con el <b>tono y el estilo de la comunicación</b> definido en el brief de comunicación		0,5	0,5	0,5	0,5	
La propuesta responde a los <b>objetivos previstos en el brief de comunicación</b>		0,5	0,5	0,5	0,5	
La propuesta considera los <b>públicos objetivos</b> previstos en el brief de comunicación		0,5	0,5	0,5	0,5	
La propuesta incluye los <b>elementos de identidad institucional y corporativa</b> definidos en el brief		0,5	0,5	0,5	0,5	
El copy creativo es <b>original</b> –no existe un precedente a nivel nacional en campañas similares-, <b>innovador</b> – 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 es <b>creativo</b> .		2,5	2,5	1	0,5	
El storyboard del <b>spot publicitario</b> cumple con el enfoque propuesto en el brief de comunicación		0,5	0,5	0,5	0,5	
<b>Criterios RSC</b>		<b>0,75</b>	<b>0,25</b>	<b>0,375</b>	<b>0,5</b>	<b>0</b>
La empresa acredita personal con capacidades diferentes en su plantilla		0,25	0	0	0	
La empresa acredita imprimir con certificados de responsabilidad medioambiental		0,125	0	0	0,125	
La propuesta promueve un enfoque de igualdad en la sociedad riojana		0,25	0,25	0,25	0,25	
La propuesta incluye criterios de accesibilidad en los elementos de campaña propuestos		0,125	0	0,125	0,125	
<b>Mejoras</b>		<b>0,75</b>	<b>0,75</b>	<b>0,25</b>	<b>0,25</b>	<b>0</b>
Contenidos audiovisuales e interactivos		0,25	0,25	0,25	0,25	
Mejoras en la táctica publicitaria		0,25	0,25	0	0	
Mejoras en herramientas y contenidos de la campaña		0,25	0,25	0	0	
<b>Total valoración</b>		<b>10</b>	<b>8,79</b>	<b>6,84</b>	<b>7,25</b>	<b>0,00</b>

<sup>1</sup> “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 de identidad institucional definidas en el tono y estilo de comunicación de la campaña.”



La puntuación final de las propuestas queda formulada en los siguientes términos, de acuerdo a la ponderación de los diferentes criterios técnicos y económicos:

<b>Nombre del proponente</b>	<b>Puntuación final</b>
Javier Benayas	8,79
Código Zeta	7,26
Hola Jorge	6,84
Netbrain Media Solution S.L.	Descalificada. Motivo: incumplimiento del epígrafe 7.1.e) del brief de comunicación remitido.

Vista la tabla anterior, la consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior ha seleccionado la propuesta de **Javier Benayas Bezares** para el desarrollo de los trabajos profesionales. Esta empresa ha obtenido la mayor puntuación económico-técnica entre las propuestas recibidas.