



Rf.º: CP/17/016

BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “VACUNACIÓN DE LA GRIPE”, DE LA CONSEJERÍA DE SALUD
1. Introducción

La gripe es una enfermedad infecciosa aguda de las vías respiratorias causada por un virus. Entre sus características más importantes está su elevada capacidad de transmisión de una persona a otra. Se presenta generalmente en invierno y de una forma epidémica, es decir, que cada año nos enfrentamos a una temporada en la que puede producirse una gran actividad y circulación del virus de la gripe (predominantemente en los meses de noviembre a marzo).

La gripe es un importante problema de salud, tanto por la mortalidad que puede provocar directa o indirectamente, como por las complicaciones que puede ocasionar y los costes económicos y sociales que origina. La proporción de población afectada durante las epidemias anuales oscila entre el 5 y 15% en poblaciones grandes, y es superior al 50% en grupos de población cerrados como internados escolares o residencias de ancianos.

El virus causante de la gripe tiene una elevada capacidad de sufrir variaciones en sus antígenos de superficie (proteínas que tienen especial relevancia en la capacidad de infección del virus y frente a las que los seres humanos producimos anticuerpos que nos protegen). Estas variaciones implican la aparición de nuevos virus gripales, frente a los que el ser humano no tiene protección. Actualmente existen vacunas antigripales con una alta efectividad y seguridad para controlar la gripe, pero debido a esta alta capacidad de los virus gripales de variar año tras año la vacuna debe actualizarse cada nueva temporada y administrarse anualmente.

El Gobierno de La Rioja, a través de la Consejería de Salud, ha situado la necesidad de desarrollar una campaña de comunicación para reducir la mortalidad y morbilidad asociada a la gripe y el impacto de la enfermedad en la comunidad.

La medida más efectiva para reducir el impacto de la gripe es la vacunación. Cada año, previo al comienzo de la actividad gripal se lleva a cabo la campaña de vacunación dirigida a población con mayor riesgo de complicaciones. En La Rioja desde el año 1990 se realizan campañas anuales de vacunación frente a la gripe. La infección causada por los virus gripales ocasiona una alteración de la mucosa respiratoria. La gripe es diferente de los catarros, la alteración es mucho más severa que la provocada por virus catarrales. A las pocas horas de la infección el tracto respiratorio está inflamado y congestivo.

El cuadro clínico inicial típico suele comenzar de forma brusca con fiebre y escalofríos, acompañados de dolor de cabeza, congestión nasal, molestias de garganta, malestar general, dolores musculares, pérdida de apetito y tos seca. La fiebre y los dolores musculares suelen durar de 3 a 5 días y la congestión y la falta de energía puede durar hasta 2 semanas.

La fuente de la infección está constituida por las personas enfermas. La transmisión se produce fundamentalmente por vía aérea mediante gotitas que son originadas al hablar, toser o estornudar por la persona enferma y que alcanzan a una persona sin gripe pero capaz de padecerla. El virus entra en la nariz, garganta o pulmones de una persona y comienza a multiplicarse causando los síntomas de la gripe. También puede transmitirse, con mucha menos frecuencia, por contacto directo, por ejemplo cuando una persona toca una

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00061	Otros	Publicidad institucional	2017/0390704		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director General					
2 Director de Gabinete					
3 Consejera					
4					



superficie que contiene virus de la gripe -por ejemplo la mano de un enfermo- y posteriormente se toca su nariz o su boca.

Las personas enfermas son capaces de transmitir la enfermedad desde un día antes del comienzo de los síntomas hasta unos 3 a 7 días después del comienzo de la enfermedad. Los niños pueden transmitir la gripe incluso durante más de 7 días tras el comienzo de los síntomas.

Hay que vacunarse cada año de la gripe. Los anticuerpos producidos en respuesta a la vacunación antigripal van disminuyendo con el tiempo y pueden no ser suficientes para garantizar la adecuada protección al año siguiente de la vacunación. Además, el proceso evolutivo normal del virus de la gripe incluye una serie de variaciones antigénicas menores que suponen una diferencia en un pequeño número de aminoácidos en las proteínas hemaglutinina y neuraminidasa. La consecuencia de estas pequeñas variaciones es que la vacuna antigripal debe ser modificada anualmente adaptándola a las cepas que se estima circularán en cada temporada.

La fecha de comienzo de la campaña vacunal viene determinada por la época en que habitualmente comienza a circular el virus, es decir en los meses de octubre-noviembre en el hemisferio norte y en el hemisferio sur en marzo-abril. La campaña 2017-2018, se iniciará el día 23 de octubre de 2017, manteniéndose hasta el día 15 de diciembre de 2017.

La vacuna antigripal debe ser administrada en una única dosis excepto para los niños que no han recibido ninguna dosis, en los que se recomiendan dos dosis con un intervalo de 4 semanas.

La mayor parte de los adultos desarrollan altos títulos de anticuerpos tras una dosis de vacuna. Estos anticuerpos únicamente son protectores frente a los virus de la gripe similares a los incluidos en la vacuna.

La capacidad protectora de la vacuna depende fundamentalmente de dos factores:

- la edad y del estado de salud de la persona vacunada.
- la similitud de los virus circulantes y los contenidos en la vacuna.

Cuando la coincidencia entre los virus circulantes y los vacunales es alta, la vacuna previene entre el 70 y el 90 % de la gripe en sujetos sanos menores de 65 años. En personas mayores de 65 años y personas con enfermedades crónicas es efectiva en la prevención de complicaciones derivadas de la gripe. Se pueden evitar un 50 a 60% de hospitalizaciones y el 80% de fallecimientos derivados de estas complicaciones. En estos grupos, la eficacia para prevenir la enfermedad es de un 30 a 40%, pero es importante tener en cuenta que, aunque se pueda adquirir la infección, la enfermedad será con mucha probabilidad menos grave si ha habido vacunación anterior.

La mayoría de las vacunas frente a la gripe no pueden provocar la enfermedad porque están compuestas por virus muertos no contagiosos. Si una persona sufre en los días posteriores a la vacunación un cuadro de vías respiratorias altas no está relacionado con la administración de la vacuna antigripal.

El riesgo de que la vacuna antigripal cause un daño grave es extremadamente pequeño, sin embargo, como con cualquier medicamento puede dar lugar a reacciones serias.

El efecto secundario más frecuente tras la administración de la vacuna es escozor y/o dolor en el lugar de la inyección. Estas reacciones locales suelen durar menos de 48 horas y rara vez interfieren con la vida normal de los vacunados.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 2 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00061	Otros	Publicidad institucional	2017/0390704		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director General					
2 Director de Gabinete					
3 Consejera					
4					



Las reacciones tales como fiebre, malestar o dolores musculares pueden aparecer tras la vacunación y son más frecuentes en niños de menos de 12 años y vacunados por primera vez. Estas reacciones se inician en las primeras 6-12 horas y suelen persistir 1-2 días.

2. Objetivos de comunicación

Objetivos generales de comunicación:

- Reducir el impacto de la gripe en la comunidad.
- Reducir la mortalidad y morbilidad asociada a la gripe en nuestra comunidad.

Por ello, los objetivos van dirigidos fundamentalmente a **proteger a las personas que tienen un mayor riesgo de presentar complicaciones en caso de padecer la gripe, a las que pueden transmitir la enfermedad a otras que tienen un alto riesgo de complicaciones y aquellas que, por su ocupación, proporcionan servicios esenciales en la comunidad.**

Objetivos específicos de comunicación:

- Obtener una cobertura superior al 65% en la población de 65 y más años.
- Obtener una cobertura superior al 40% en la población de 60-64 años.
- Alcanzar una cobertura vacunal de al menos el 90% en personas mayores de 60 años que están institucionalizadas.
- Alcanzar una cobertura superior al 40 % en trabajadores sanitarios y docentes.
- Aumentar la cobertura vacunal en personas menores de 60 años que sufran alguna enfermedad crónica, respecto a la campaña de vacunación antigripal 2016-2017.

3. Públicos objetivos de la campaña

Se establecen los **siguientes públicos objetivos** para la campaña de comunicación:

- **Público objetivo primario**
 - 1- **Personas de edad igual o superior a 60 años de edad.** En este rango de edad y según los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja hay **81.463 personas** en nuestra comunidad.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00061	Otros	Publicidad institucional	2017/0390704	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director General				
2 Director de Gabinete				
3 Consejera				
4				



- **Públicos objetivos secundarios**

- 1. Personas menores de 60 años que presentan un alto riesgo de complicaciones derivadas de la gripe.**

- Niños/as (mayores de 6 meses) y adultos con enfermedades crónicas cardiovasculares (excluyendo hipertensión arterial aislada), neurológicas o pulmonares, incluyendo displasia bronco-pulmonar, fibrosis quística y asma.
- Niños/as (mayores de 6 meses) y adultos con:
 - enfermedades metabólicas, incluida diabetes mellitus
 - obesidad mórbida (índice de masa corporal ≥ 40 en adultos, ≥ 35 en adolescentes ó ≥ 3 DS en la infancia)
 - insuficiencia renal
 - hemoglobinopatías y anemias
 - asplenia
 - enfermedad hepática crónica
 - enfermedades neuromusculares graves
 - inmunosupresión (incluida la originada por la infección de VIH, por fármacos o en los receptores de trasplantes)
 - cáncer
 - implante coclear o en espera del mismo
 - trastornos y enfermedades que conllevan disfunción cognitiva: síndrome de Down, demencias y otras.

En este grupo se hará un especial énfasis en aquellas personas que precisen seguimiento médico periódico o que hayan sido hospitalizadas en el año precedente.

- Niños y adolescentes, de 6 meses a 18 años, que reciben tratamiento prolongado con ácido acetil salicílico, por la posibilidad de desarrollar un síndrome de Reye tras la gripe.
- Mujeres embarazadas en cualquier trimestre de gestación

- 2. Personas que pueden transmitir la gripe a aquellas que tienen un alto riesgo de presentar complicaciones:**

- Trabajadores de los centros, servicios y establecimientos sanitarios, tanto de atención primaria como especializada y hospitalaria; pública y privada. Se hará especial énfasis en aquellos profesionales que atienden a pacientes de algunos de los grupos de alto riesgo anteriormente descritos.
- Personas que por su ocupación trabajan en instituciones geriátricas o en centros de atención de enfermos crónicos especialmente los que tengan contacto continuo con personas vulnerables.
- Estudiantes en prácticas en centros sanitarios.
- Personas que proporcionen cuidados domiciliarios a pacientes de alto riesgo o mayores.
- Personas que conviven en el hogar, incluidos niños/as mayores de 6 años, con otras que pertenecen a algunos de los grupos de alto riesgo, por su condición clínica especial (citados en el punto 2).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00061	Otros	Publicidad institucional	2017/0390704	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director General				
2 Director de Gabinete				
3 Consejera				
4				



3. Otros grupos en los que se recomienda la vacunación:

- Personas que trabajan en servicios públicos esenciales, con especial énfasis en los siguientes subgrupos:
 - Fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado, con dependencia nacional, autonómica o local.
 - Bomberos.
 - Servicios de protección civil.
 - Personas que trabajan en los servicios de emergencias sanitarias.
 - Trabajadores de instituciones penitenciarias y de otros centros de internamiento por resolución judicial.
 - Docentes.
- Trabajadores expuestos directamente a aves o a cerdos en granjas o explotaciones avícolas o porcinas y también a aves silvestres. La finalidad es reducir la oportunidad de una infección concomitante de virus humano y aviar o porcino, disminuyendo la posibilidad de recombinación o incremento genético entre ambos virus.

4. 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 estilo y tono en la actividad publicitaria del Gobierno de La Rioja.

Según se especifica en la ficha básica de campaña incluida en el Plan de Publicidad Institucional, la tipología de la 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. Puede descargarse los recursos en la página web <https://www.larioja.org/publicidad/es/identidad-publicitaria/programa-publicitario-social-gobierno-rioja>

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.

4.1. Emisor de la campaña

Entendemos que esta campaña de sensibilización ciudadana en materia de la vacunación contra la gripe se encuentra dentro del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja y por ello, éste debe ser el emisor. Se acompañará en convivencia la identidad extendida de Rioja Salud.

4.2. Lenguaje

Cuando las campañas publicitarias pretendan estimular la concienciación y la participación de la ciudadanía en asuntos de interés –programa publicitario social–, se prevé de forma excepcional, **el uso del tono y estilo persuasivo**, como por ejemplo, sucede en el objeto de esta campaña publicitaria sobre la vacunación antigripal.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 5 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00061	Otros	Publicidad institucional	2017/0390704		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director General					
2 Director de Gabinete					
3 Consejera					
4					



Este tono de persuasión deberá dirigirse al ciudadano y respetará también las prohibiciones establecidas para el autobombo y el ensalzamiento de logros institucionales.

La persuasión con la que se construya el mensaje deberá cumplir con los principios de comunicación establecidos en la ley de Comunicación y Publicidad Institucional, así como con el compromiso del Gobierno de La Rioja con la realidad social en la que interviene o actúa.

5. Táctica publicitaria

5.1 Presentación

Nos dirigimos a un público objetivo primario concreto formado por personas mayores de 60 años. Por ello, se cree conveniente elegir medios como la prensa escrita y la radio generalista pero también, medios digitales y publicidad exterior, para llegar a impactar en los diferentes públicos secundarios.

Un objetivo que contará con un **criterio de conversión**:

Objetivo de la publicidad	Criterio de conversión
Reducir el impacto de la gripe en la comunidad.	Cobertura de vacunación alcanzada y datos históricos de años anteriores

5.2. Duración de la campaña

La campaña se extenderá del 23 al 29 de octubre.

5.3. Planes de medios

Se establece el siguiente plan de medios para el desarrollo de la táctica publicitaria

Prensa escrita regional auditada						
Soporte	Tirada diaria	Tirada acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Noticias de La Rioja	5.218 ejemplares	26.090 ejemplares	Chimenea	5	99x361 mm	Del 23 al 29 de octubre
Gente	15.733 ejemplares	15.733 ejemplares	Media página	1	250x158 mm	27 de octubre

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 6 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento		
00848-2017/00061	Otros	Publicidad institucional	2017/0390704		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director General					
2 Director de Gabinete					
3 Consejera					
4					


Radios regionales auditadas de corte generalista

Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Cadena SER	50.000 oyentes	350.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de octubre
Cadena Cope	21.000 oyentes	147.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de octubre
Onda Cero	17.000 oyentes	119.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de octubre

Radios locales y comarcales auditadas

Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Radio Arnedo	6.000 oyentes	42.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de octubre
Radio Haro	4.000 oyentes	28.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de octubre
Onda Cero Calahorra	3.000 oyentes	21.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de octubre

Diarios regionales y locales digitales

Soporte	U.U. diarios	U.U. acumulados	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Larioja.com	61.200 U.	428.400 U.U.	Megabanner	7	980x90 px 320x50 px	Del 23 al 29 de octubre
Rioja2.com	7.795 U.U.	54.565 U.U.	Cintillo superior	7	1140x68 px	Del 23 al 29 de octubre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner principal	7	970x90 px 728x90 px 300x90 px	Del 23 al 29 de octubre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Tempranillo	7	600x150 px	Del 23 al 29 de octubre
El balcón de Mateo	1.071 U.U.	7.497 U.U.	Megabanner	7	1191x90 px	Del 23 al 29 de octubre
Noticiasdelarioja.com	723 U.U.	5.061 U.U.	Megabanner	7	1305x130 px	Del 23 al 29 de octubre

Televisión

Soporte	U.U.	Formato	Medidas	Inserciones
Televisión	Sintonía TV	30 spot tv	Spot 20"	Del 23 al 29 de octubre

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00061	Otros	Publicidad institucional	2017/0390704
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director General			
2 Director de Gabinete			
3 Consejera			
4			



Publicidad exterior					
Soporte	Soporte	Descripción	Q	Medidas	Inserciones
Publicidad exterior	Material de difusión	Tríptico	60.000	Formato cerrado: 10x21 cm Formato abierto: A4	Del 23 al 29 de octubre
Publicidad exterior	Cartelería	Cartel	1.250	50x70 cm	Del 23 al 29 de octubre

La planificación y contratación del plan de medios de esta campaña corresponderá a la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior, con cargo a la partida presupuestaria 1410.1812.226.11. Este órgano de la Administración, de acuerdo a su decreto de estructura, es el encargado de la política de comunicación e informativa del Gobierno de La Rioja, en donde se inserta la política pública de publicidad institucional.

6. Creatividad publicitaria

El Gobierno de La Rioja solicita la participación del sector creativo de la Comunidad Autónoma para la configuración de la creatividad publicitaria de la campaña “Vacunación de la gripe”.

6.1. Oferta técnica

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

- a) **Creatividad central.** Se requiere el diseño y la creatividad de dos carteles diferentes (50x70 cm):
- uno dirigido al público primario (personas de edad igual o superior a 60 años de edad).
 - otro dirigido a los trabajadores sanitarios.

Los carteles deberá incorporar los siguientes elementos:

- Imagotipo del Gobierno de La Rioja
- Isologo de Rioja Salud
- Código QR con el enlace a la página www.riojasalud.es
- Fecha de la campaña de vacunación. (Del 23 de octubre al 15 de diciembre)

b) **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.

- Diseño y maquetación de creatividad para medios de prensa escrita regional
- Redacción y locución de cuña publicitaria para los medios radiofónicos de corte generalista.
- Redacción y locución de cuña publicitaria para los medios radiofónicos de carácter local.
- Diseño y maquetación de banners animados para los diarios digitales.
- Diseño y realización de spot audiovisual para televisión local.
- Diseño, maquetación e impresión de cartelería y material de difusión.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 8 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00061	Otros	Publicidad institucional	2017/0390704		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director General					
2 Director de Gabinete					
3 Consejera					
4					



c) Otros materiales gráficos:

- Diseño y maquetación de 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 piezas gráficas animadas 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.](#)

6.2. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **12.000 euros (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. Quedarán excluidas aquellas propuestas económicas que se presenten de otra forma.
- 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.**

6.3. Presentación de propuestas creativas

Las propuestas técnicas y económicas deberán ser remitidas al correo electrónico publicidad@larioja.org **antes del 6 de octubre a las 9 horas.**

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.

- a) **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 y horizontal.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 9 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00061	Otros	Publicidad institucional	2017/0390704		
Cargo	Firmante /Observaciones			Fecha/hora	
1 Director General					
2 Director de Gabinete					
3 Consejera					
4					



- **Propuesta económica**, con arreglo a la siguiente observación:
 - La oferta económica se presentará de forma desglosada para cada uno de los servicios solicitados en la oferta técnica.
 - Las propuestas de mejora, que en su caso se propongan, deberán valorarse dentro de la propuesta económica

6.4. 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:

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

- 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 brief de comunicación	0,5
La propuesta considera los públicos objetivos previstos en el brief de comunicación	0,5
La propuesta es coherente con el tono y el estilo de la comunicación definido en el brief de comunicación	1
La propuesta incluye los elementos de identidad institucional y corporativa solicitados en el brief	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

¹ Propuesta económica a valorar.

² Propuesta económica más baja, de entre las recibidas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 10 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00061	Otros	Publicidad institucional	2017/0390704		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director General					
2 Director de Gabinete					
3 Consejera					
4					



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.

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 brief de comunicación**, hasta 0,75 puntos.

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 de identidad institucional definidas en el tono y estilo de comunicación de la campaña.

6.5. 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.
- Una persona seleccionada por la Consejería de Salud
- El responsable de publicidad del Gobierno de La Rioja.
- El responsable de imagen, diseño y contenidos 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 11 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00061	Otros	Publicidad institucional	2017/0390704		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director General					
2 Director de Gabinete					
3 Consejera					
4					



6.6. La propuesta seleccionada

La empresa seleccionada para el desarrollo de la campaña de publicidad institucional deberá tener en cuenta el siguiente aspecto

- a) **Entrega de materiales.** Los materiales se entregarán debidamente adaptados para cada uno de los soportes y formatos solicitados. También se entregarán los materiales en formato PDF y en archivos compatibles con programas de diseño, como Adobe In Design o Adobe Illustrator. **Deberán facilitarse antes del 16 de octubre.**

6.7. Contacto técnico

Las empresas pueden dirigirse a la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior para consultar sus dudas y trasladar sus sugerencias.

Teléfono de contacto:

941 291 266

Email de contacto:

publicidad@larioja.org

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 12 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00061	Otros	Publicidad institucional	2017/0390704	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director General				
2 Director de Gabinete				
3 Consejera				
4				