



Rf.ª: CP/17/007

## **BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “30 AÑOS DEL PROGRAMA ERASMUS”, DE LA CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, RELACIONES INSTITUCIONALES Y ACCIÓN EXTERIOR**

### **1. Presentación**

El Gobierno de La Rioja y la Comisión Europea formalizan cada año un convenio de colaboración para el funcionamiento del Centro de Información Europe Direct, adscrito a la dirección general de Acción Exterior. A través de Europe Direct, la Administración autonómica acerca la iniciativa pública comunitaria y acerca a las riojanas y a los riojanos el funcionamiento y la actividad de las instituciones europeas.

En el marco del convenio de este año, la Comisión Europea ha establecido como prioridad la difusión a la ciudadanía de las oportunidades de movilidad que tienen los jóvenes riojanos, coincidiendo con el trigésimo aniversario de la puesta en funcionamiento de este programa de movilidad internacional dirigido a los estudiantes europeos y otros colectivos educativos, como el profesorado, el personal investigador o de administración y servicios.

Con motivo de esta efeméride, la dirección general de Acción Exterior pretende a través de esta campaña difundir las oportunidades de movilidad internacional que las riojanas y los riojanos más jóvenes tienen a su alcance y sensibilizar de la capacidad de empleabilidad que genera su práctica, favoreciendo un currículum internacional que produce más y mejores oportunidades de empleo e inserción laboral a los estudiantes de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

### **2. Enfoque de comunicación**

Tras treinta años de su implantación en la Comunidad Autónoma de La Rioja, nuestra sociedad cuenta con un sector de la población que ha participado en los diferentes programas e iniciativas de movilidad internacional de este programa comunitario.

Con ella, se ha consolidado la existencia de una **generación Erasmus**, que se ha visto marcada por los valores de la apertura, de la interculturalidad, de la convivencia y de la integración europea. Valores que forman parte del ideario del propio programa y del proyecto de construcción europea.

La generación Erasmus es una **generación experiencial**. Las experiencias y las vivencias de este programa internacional influyen en el desarrollo personal y la percepción individual; y forman parte importante de su desarrollo humano.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00106	Otros	Publicidad institucional	2017/0477572
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



El enfoque de comunicación de la campaña del 30 aniversario del programa Erasmus pretende centrar **el relato y el testimonio de cuantos riojanos se han acogido a iniciativas de movilidad** para **contagiar a los escolares y universitarios** de la actualidad. Sus testimonios darán cuenta de las experiencias personales y también de las profesionales y académicas, que permitirán recoger, de forma humana y amable, las fortalezas y las ventajas que tienen este tipo de iniciativas formativas y curriculares.

Las propuestas creativas deben contener un **alto valor de originalidad, creatividad e interactividad con los usuarios** y deben promover el **efecto transmedia y la viralización de los contenidos**.

### 3. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación para este año sitúa **los siguientes objetivos generales de comunicación**, de acuerdo con la ficha básica de campaña

- Mejorar el grado de conocimiento de los programas Erasmus en nuestra Comunidad Autónoma.
- Difundir las ventajas, en términos de empleabilidad, que supone la participación en el programa Erasmus.
- Incrementar la participación de los estudiantes y las comunidades escolar y universitaria en este tipo de programas.

#### 3.1. Criterios de conversión

Para evaluar convenientemente el grado de cumplimiento del objetivo de comunicación que pretende la campaña de publicidad se establece el **siguiente indicador de impacto**:

- N.º de ciudadanos que han consultado la web 30 años del Erasmus.
- N.º de ciudadanos que han participado en los actos públicos de 30 años de Erasmus.

### 4. Públicos objetivos

Se establece el **siguiente público objetivo** para la campaña de comunicación:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00106	Otros	Publicidad institucional	2017/0477572	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



a) **Público primario**

Riojanas y riojanos que forman parte de la comunidad educativa y universitaria de la Comunidad Autónoma de La Rioja: estudiantes y egresados, profesores y personal de administración y servicios.

## 5. 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](http://www.larioja.org/identidadpublicitaria/general)

### 5.1. Emisor de la campaña

El emisor principal de la campaña de publicidad institucional será el Gobierno de La Rioja. Al tratarse de una iniciativa promovida por el Centro de Información Europea “Europe Direct”, la marca deberá convivir con la de este centro dependiente de la dirección general de Acción Exterior.

### Descargas útiles

Descarga la marca gráfica del Gobierno en [www.larioja.org/identidadpublicitaria/general](http://www.larioja.org/identidadpublicitaria/general)

Descarga la marca gráfica de Europe Direct en [www.larioja.org/identidadpublicitaria/general](http://www.larioja.org/identidadpublicitaria/general)

### 5.2. Lenguaje

La campaña de publicidad institucional “30 años del Erasmus” se circunscribe dentro de las campañas de tipología **social**. Este tipo de campañas pretenden promover la concienciación ciudadana, por lo que está justificada la excepcionalidad del tono y el lenguaje persuasivos.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00106	Otros	Publicidad institucional	2017/0477572	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



### 5.3. Programa gráfico a aplicar en la campaña de publicidad

La construcción gráfica de esta campaña de publicidad institucional se hará con arreglo a las normas del **programa social** de la identidad publicitaria del Gobierno de La Rioja.

#### Programa publicitario social

Consulta las normas y descarga las plantillas para componer tu creatividad publicitaria.

[www.larioja.org/identidadpublicitaria/general](http://www.larioja.org/identidadpublicitaria/general)

## 6. Táctica publicitaria

El eje principal de la campaña de publicidad institucional será la web conmemorativa de los 30 años de Erasmus que el Gobierno de La Rioja programará a los efectos de difundir la información y los contenidos producidos por la campaña de publicidad institucional.

El conjunto de actividades publicitarias promovidas en la táctica deben ir orientadas a la visita y al consumo de estos contenidos.

Igualmente, las consejerías de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior y de Educación, Formación y Empleo se encuentran trabajando en una *“gran quedada Erasmus”*, que reúna a participantes de estos programas de movilidad internacional. El acto se hará en colaboración con la Universidad de La Rioja y los centros educativos de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

### 6.1. Duración de la campaña publicitaria

La duración de la campaña contempla 7 días: desde el 27 de noviembre al 3 de diciembre.

### 6.2. Plan de medios

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

Medios digitales						
Soporte	U.U. diarios	U.U. acumulados	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Larioja.com	61.200 U.U.	428.400 U.U.	Megabanner	7	980x90 px	Del 27 de noviembre al 3 de diciembre

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 4 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00106	Otros	Publicidad institucional	2017/0477572		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



Medios digitales						
Soporte	U.U. diarios	U.U. acumulados	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Noticiasdelarioja.com	723 U.U.	5.061 U.U.	Megabanner	7	1305x130 px	Del 27 de noviembre al 3 de diciembre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner principal	7	970x90 px 728x90 px 300x90 px	Del 27 de noviembre al 3 de diciembre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner Tempranillo	7	600x150 px	Del 27 de noviembre al 3 de diciembre
Rioja2.com	7-795 U.U.	54.565 U.U.	Cintillo superior	7	1140x68 px 300x100 px	Del 27 de noviembre al 3 de diciembre

Radios temáticas auditadas						
Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Europa FM	25.000 oyentes	175.000 oyentes	Cuña publicitaria	105	Cuña 20"	Del 27 de noviembre al 3 de diciembre
40 Principales	6.000 oyentes	42.000 oyentes	Cuña publicitaria	105	Cuña 20"	Del 27 de noviembre al 3 de diciembre
Cadena Dial	16.000 oyentes	224.000 oyentes	Cuña publicitaria	105	Cuña 20"	Del 27 de noviembre al 3 de diciembre
Melodía FM	5.000 oyentes	70.000 oyentes	Cuña publicitaria	105	Cuña 20"	Del 27 de noviembre al 3 de diciembre

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 publicidad institucional.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00106	Otros	Publicidad institucional	2017/0477572	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Director de Gabinete			
2	Consejera			
3				



## 7. Creatividad publicitaria

### 7.1. 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.

### 7.2. Objeto del contrato de creación publicitaria

El objeto de contrato previsto es la **conceptualización y el desarrollo de la creatividad publicitaria y el diseño de los diferentes elementos gráficos, sonoros, textuales y audiovisuales** que compondrán la campaña de publicidad institucional “30 años del programa Erasmus” de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

### 7.3. Oferta técnica

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

a) **Creatividad central.** Se requiere el diseño y la creatividad de un cartel (50x70 cm) con la idea central de la campaña.

b) **Materiales para los soportes previstos en el plan de medios (ver 6.2.)** 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 de cuña publicitaria para los medios radiofónicos de corte generalista.
- Diseño y maquetación de banners animados para medios digitales.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00106	Otros	Publicidad institucional	2017/0477572	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



c) **Otros materiales gráficos:**

- Diseño y maquetación de banner de cabecera para la web del Gobierno de La Rioja y para la configuración gráfica de las cuentas de Europe Direct.
- Diseño y maquetación de piezas gráficas animadas para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Europe Direct: Facebook (1200x628px) y Twitter (1200x481px).
- 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. (1200x628px) [Ver un ejemplo de artículo similar.](#)

c) **Otros materiales audiovisuales:**

- Guionización, producción, edición y postproducción de **5 cortos** que recojan testimonios de riojanos que han participado en estos programas de intercambio.

d) Producción de materiales que permitan la **viralidad y el efecto transmedia** de los **contenidos** de la campaña y de la gran quedada.

e) Cobertura fotográfica y producción de **reportaje social de 1 hora** para la gran quedada Erasmus.

#### 7.4. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **5.000 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:

- 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.**
- Quedarán excluidas aquellas propuestas económicas que se presenten de otra forma.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00106	Otros	Publicidad institucional	2017/0477572	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



### 7.5. Presentación de propuestas creativas

Las propuestas técnicas y económicas deberán ser remitidas al correo electrónico [publicidad@larioja.org](mailto:publicidad@larioja.org) **antes de las 9 horas del 16 de noviembre.**

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.

### 7.6. 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.
- **Propuesta económica.**

### 7.7. 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:

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

<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. 8 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00106	Otros	Publicidad institucional	2017/0477572	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				





- 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
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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdeS. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 9 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00106	Otros	Publicidad institucional	2017/0477572	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



- d) **Mejoras al presente brief de comunicación**, 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**.
- 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.

### 7.8. 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, 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.

### 7.9. 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 10	11
Expediente	Tipo	Procedimiento			Nº Documento	
00848-2017/00106	Otros	Publicidad institucional			2017/0477572	
Cargo	Firmante / Observaciones				Fecha/hora	
1 Director de Gabinete						
2 Consejera						
3						



**Gobierno  
de La Rioja**

Presidencia,  
Relaciones Institucionales  
y Acción Exterior

Adobe In Design o Adobe Illustrator; así como el fotográfico empleado para la campaña.  
**Deberán facilitarse antes del 23 de noviembre.**

## 8. Contacto técnico

Las empresas pueden 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

[publicidad@larioja.org](mailto:publicidad@larioja.org)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 11 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00106	Otros	Publicidad institucional	2017/0477572	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				