



Rf.ª: CP/17/023

BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA SUBCAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “CENTRO DE APOYO A LAS FAMILIAS”, DE LA CONSEJERÍA DE POLÍTICAS SOCIALES, FAMILIA, IGUALDAD Y JUSTICIA
1. Introducción

El Centro de Apoyo a las Familias es un nuevo servicio autonómico de carácter público, polivalente y especializado, que ofrece un espacio de prevención, información y apoyo a todas las familias riojanas. Comenzó su actividad en el mes de noviembre del 2016 y a partir de enero de 2017 presta servicio en la siguiente dirección: Muro de la Mata, 8, ppal., Logroño.

La campaña de comunicación prevista para 2017 tiene por objeto dar a conocer este nuevo recurso y los servicios de orientación, información, asesoramiento y apoyo que ofrece a las familias riojanas.

2. Enfoque de comunicación

El Gobierno de La Rioja ha puesto en marcha un nuevo recurso público al servicio de las familias de la comunidad autónoma. Se trata del Centro de Apoyo a las Familias (CAF), un espacio que nace con vocación de convertirse en el punto de referencia de las familias a la hora de buscar información, asesoramiento u orientación a la hora de mejorar las relaciones familiares y el papel como progenitores, de resolver posibles conflictos entre la pareja o afrontar dificultades en las relaciones, de aprender a comunicarse con el resto de miembros de la familia, etc.

Este nuevo servicio se dirige a todos y cada uno de los miembros de las familias riojanas, partiendo de un marco de respeto mutuo, confianza, confidencialidad y voluntariedad.

El CAF presta sus servicios de forma especializada, a través de un equipo multidisciplinar de expertos en intervención familiar, y lo hace de manera gratuita.

Este recurso se ubica en la siguiente dirección: Muro de la Mata, 8, ppal. 26071 Logroño, La Rioja. Se puede acceder a él de forma directa o por derivación de otros servicios, siempre previa cita telefónica a través del 941294070.

El Centro de Apoyo a las Familias ofrece a los riojanos los siguientes servicios:

- **Información, orientación y asesoramiento.** En este espacio se proporciona información a familias y profesionales sobre el CAF y otros recursos o programas dirigidos a las familias. Del mismo modo, se ofrece orientación social, asesoramiento jurídico en asuntos relacionados con la familia (filiación, disolución de régimen económico matrimonial, divorcio, herencias...) y atención psicológica, tanto a nivel preventivo como de intervención en el ámbito de las relaciones familiares.

- **Programa ‘Dos casas, una familia: adaptándonos’.** Dirigido a aquellos progenitores que se encuentran en una situación de conflictividad (divorcio, separación o similar), este servicio persigue proporcionar pautas y

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		
00848-2017/00034	Otros	Publicidad institucional	2017/0253279		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Consejera					
2					



habilidades necesarias para afrontar esta situación de manera saludable, asumiendo con éxito las funciones parentales y fortaleciendo la institución familiar.

En cuanto a la cuestión de la imagen y los mensajes que integren la campaña, desde la Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia se intenta que todas las familias de La Rioja tengan al CAF como su punto de referencia, por lo que es interesante que la campaña no se circunscriba únicamente al modelo tradicional de familia, sino que tenga presente también la diversidad existente en los núcleos familiares actuales.

3. Objetivos de comunicación

Objetivos generales de comunicación:

- Destacar la **función social** del nuevo Centro de Apoyo a las Familias y su ubicación en Muro de la Mata, 8, ppal.
- Resaltar la cartera de servicios que se ofrecen a través de este recurso a las familias riojanas.

Objetivos concretos de comunicación:

- Promocionar el Centro de Apoyo a las Familias como **un punto de referencia para las familias riojanas**, un recurso al que pueden dirigirse todos y cada uno de los miembros de la unidad familiar ante cualquier problema, duda o propuesta en el ámbito de la familia.
- Recalcar la atención especializada, multidisciplinar, gratuita y confidencial que ofrece este nuevo servicio público.
- Impulsar el programa de intervención 'Dos casas, una familia: adaptándonos', dirigido a afrontar separaciones, divorcios u otros procesos de conflictividad en el seno familiar de un modo saludable en el que no resulten perjudicados los niños.

4. Públicos objetivos de la campaña

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

a) Público primario:

Familias riojanas. Centro de Apoyo a las Familias pretende ser un punto de referencia para todos los miembros de la unidad familiar. 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**, que necesitan pautas o herramientas más específicas para fortalecer las relaciones familiares. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por **156.100 personas**.

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		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
00848-2017/00034	Otros	Publicidad institucional	2017/0253279		
1 Consejera					
2					



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 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 campaña es corporativa. Por ello se deberá utilizar para la composición de mensajes el programa publicitario general del Programa de Identidad para la Publicidad Institucional.

Aunque, con norma general, rigen los principios del tono informativo, se prevé la excepcionalidad de este tono y el uso del tono persuasivo cuando las campañas pretenden estimular la concienciación y la participación de la ciudadanía en asuntos de interés, como por ejemplo, sucede en el objeto de la campaña publicitaria.

5.1. Emisor de la campaña

Entendemos que la difusión de la cartera de servicios que se incluyen en el Centro de Apoyo a las Familias de La Rioja se encuentra dentro del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja y por ello, éste debe ser el emisor de las actividades publicitarias, acompañado de la identidad extendida de dicho Centro de Apoyo a las Familias (CAF).

5.2. Lenguaje

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 conjugarse 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.

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.

6. Táctica publicitaria

6.1 Presentación

Nos dirigimos a un público objetivo concreto pero muy heterogéneo compuesto desde personas de 32 años hasta personas de 65 años. Por ello, se cree conveniente elegir medios como la radio, medios digitales y publicidad exterior, para llegar a impactar con nuestros mensajes y promocionar el Centro de Apoyo a las Familias como un punto de referencia para las familias riojanas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00034	Otros	Publicidad institucional	2017/0253279	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Consejera				
2				



A través de la web www.centrodeapoyoalafamilia.larioja.org se ofrecerá a los ciudadanos la información referente a este centro de servicio público con el objetivo de difundir sus servicios.

Un objetivo que contará con dos **criterios de conversión**:

Objetivo de la publicidad	Criterios de conversión web
Promocionar el Centro de Apoyo a las Familias	Nº de visitas a la web www.centrodeapoyoalafamilia.larioja.org en los días de la campaña

6.2. Duración de la campaña

La campaña se extenderá durante 14 días, del 10 al 23 de Julio de 2017.

6.3. Planes de medios

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

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	42	Cuña 20"	Del 10 al 16 de julio
Cadena Cope	21.000 oyentes	147.000 oyentes	Cuña publicitaria	42	Cuña 20"	Del 10 al 16 de julio
Onda Cero	17.000 oyentes	119.000 oyentes	Cuña publicitaria	42	Cuña 20"	Del 10 al 16 de julio

Radios locales y comarcales auditadas						
Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Radio Arnedo	6.000 oyentes	42.000 oyentes	Cuña publicitaria	42	Cuña 20"	Del 10 al 16 de julio
Radio Haro	4.000 oyentes	28.000 oyentes	Cuña publicitaria	42	Cuña 20"	Del 10 al 16 de julio
Onda Cero Calahorra	3.000 oyentes	21.000 oyentes	Cuña publicitaria	42	Cuña 20"	Del 10 al 16 de julio

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		
00848-2017/00034	Otros	Publicidad institucional	2017/0253279		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Consejera					
2					


Diarios regionales y locales digitales

Soporte	U.U. diarios	U.U. acumulados	Formato	Medidas	Inserciones
Larioja.com	61.200 U.	428.400 U.U.	Megabanner	980x90 px	Del 10 al 16 de julio
Rioja2.com	7.795 U.U.	54.565 U.U.	Cintillo superior	1140x68 px	Del 10 al 16 de julio
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner principal	970x90 px 728x90 px 300x90 px	Del 10 al 16 de julio
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Tempranillo	600x150 px	Del 10 al 16 de julio
El balcón de Mateo	1.071 U.U.	7.497 U.U.	Megabanner	1191x90 px	Del 10 al 16 de julio
Noticiasdelarioja.com	723 U.U.	5.061 U.U.	Megabanner	1305x130 px	Del 10 al 16 de julio
Haro Digital	646 U.U.	4.532 U.U.	Banner cabecera	1068x200 px 600x250 px	Del 10 al 16 de julio
Noticiasdearnedo.es	532 U.U.	3.724 U.U.	Banner lateral	300x250px	Del 10 al 16 de julio

Publicidad exterior

Soporte	Soporte	Descripción	Q	Medidas	Inserciones
Publicidad exterior	Muppie	Muppie	15	120x175 cm	Del 10 al 16 de julio
Publicidad exterior	Carteles, Logroño y cabeceras	Carteles	500	50x70 cm	Del 10 al 16 de julio
Publicidad exterior	Material de difusión	Tríptico	1000	Formato cerrado: 10x21 cm Formato abierto: A4	Del 10 al 16 de julio
Publicidad exterior	Rotulación metropolitano	Laterales metropolitano	1	273x83/418x83cm	Del 10 al 16 de julio

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00034	Otros	Publicidad institucional	2017/0253279
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Consejera			
2			



Redes sociales			
Soporte	U.U.	Formato	Inserciones
Redes sociales	Facebook	Anuncios patrocinados	Del 10 al 23 de julio
Redes sociales	Instagram	Anuncios patrocinados	Del 10 al 23 de julio
Redes sociales	Youtube	Video promocionado	Del 10 al 23 de julio

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.

7. 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 del Centro de Apoyo a las Familias.

7.1. 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) como parte de la campaña.

Este cartel deberá incorporar los siguientes elementos:

- La página web www.centrodeapoyoalafamilia.org
- Imagotipo del Gobierno de La Rioja
- Imagotipo del CAF

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.

- Redacción de cuña publicitaria para los medios radiofónicos de corte generalista.
- Redacción de cuña publicitaria para los medios radiofónicos de carácter local.
- Diseño y maquetación de banners animados para los diarios digitales.
- Diseño y maquetación de muppie.
- 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. 6 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2017/00034	Otros	Publicidad institucional		2017/0253279
1 Consejera				
2				


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.](#)

d) Redes sociales. La empresa se ocupará del desarrollo de la campaña en redes sociales, la planificación y la contratación. El Gobierno facilitará el acceso de las redes sociales a la empresa y de forma posterior a la campaña deberá remitir un informe de evaluación. El importe de la inversión en redes no superará los 3.000 euros.

7.2. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **8.000 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 desglosar los importes unitarios de cada uno de los elementos descritos en la oferta técnica.

La oferta económica deberá presentarse de acuerdo a los siguientes criterios. Quedarán excluidas aquellas propuestas económicas que se presenten de otra forma.

- El presupuesto de los participantes contemplará, de forma desglosada, cada uno de los elementos solicitados en la oferta técnica. (7.1.).
- 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 de forma independiente al presupuesto.

7.3. Presentación de propuestas creativas

Las propuestas técnicas y económicas deberán ser remitidas al correo electrónico publicidad@larioja.org **antes del lunes 3 de julio, 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00034	Otros	Publicidad institucional	2017/0253279	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Consejera				
2				



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.
- **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 de forma separada.

7.4. 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:

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

¹ Propuesta económica a valorar. Se excluirán las mejoras y los costes indirectos de producción.

² Propuesta económica más baja, de entre las recibidas.

³ Importe máximo destinado por la Consejería de Presidencia: 8.000 euros (IVA Incluido)

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	
00848-2017/00034	Otros	Publicidad institucional	2017/0253279	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Consejera				
2				



- b) **Propuestas técnicas**, hasta 5 puntos sobre 10 puntos totales, con arreglo a los siguientes criterios de valoración:

Baremo	Puntos
La propuesta es coherente con el tono y el estilo de la comunicación definido en el brief de comunicación	1
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 incluye los elementos de identidad institucional y corporativa definidos en el brief	0,5
El copy creativo 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 es creativo.	2,5

- 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

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		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
00848-2017/00034	Otros	Publicidad institucional	2017/0253279		
1 Consejera					
2					



- 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.

7.5. 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:

- a) La dirección del gabinete de la Consejería de Presidencia.
- b) Una persona seleccionada por la Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- c) El responsable de publicidad del Gobierno de La Rioja.
- d) El responsable de imagen, diseño y contenidos del Gobierno de La Rioja.
- e) Un representante de una agencia de Comunicación, de Acrear, que no concurra en el proceso creativo.
- f) Un funcionario de la Administración Pública adscrito al centro gestor promotor de la iniciativa publicitaria.

7.6. 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 jueves 6 de julio.**

7.7. 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. 10 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00034	Otros	Publicidad institucional	2017/0253279	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Consejera				
2				