



Rf.º: CP/17/028

**BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “PALACIO DE JUSTICIA”, DE LA CONSEJERÍA DE POLÍTICAS SOCIALES, FAMILIA, IGUALDAD Y JUSTICIA.**
**1. Introducción**

El nuevo Palacio de Justicia de La Rioja abrió sus puertas a la ciudadanía el pasado 13 de diciembre, con la puesta en servicio en las nuevas dependencias de Marqués de Murrieta del Registro Civil. El proceso de traslado de los diferentes juzgados y recursos, así como de los 406 trabajadores y operadores judiciales, al nuevo edificio, se realizó de forma escalonada y sin ninguna incidencia (no fue necesario suspender ningún procedimiento durante el traslado), funcionando ya a pleno rendimiento desde el mes de febrero.

La campaña de comunicación prevista tiene como objetivo difundir entre la ciudadanía riojana, coincidiendo con la apertura de un nuevo Año Judicial, los servicios que se prestan en el nuevo Palacio de Justicia, así como la localización de los juzgados y recursos en el complejo judicial, de más de 29.000 metros construidos. Del mismo modo, pretende destacar la apuesta del Gobierno de La Rioja por la modernización de la Administración de Justicia.

**2. Enfoque de comunicación**

La puesta en funcionamiento del nuevo Palacio de Justicia de La Rioja representa un hito en el trabajo realizado por el Gobierno de La Rioja en pos de la modernización de la Administración de Justicia, de un servicio cercano, ágil y eficaz para los ciudadanos. Por primera vez, el Año Judicial en La Rioja arranca en estas nuevas instalaciones, ubicadas en una parcela de 19.900 metros cuadrados (10.000 destinados al Palacio y 29.000 metros construidos), en la calle Marqués de Murrieta. La inversión para la puesta en marcha de estas dependencias judiciales ha superado los 30 millones de euros.

El nuevo Palacio de Justicia unifica en un solo edificio las sedes y órganos judiciales ubicados en Logroño:

- Tribunal Superior de Justicia de La Rioja
- Fiscalía Superior de la Comunidad Autónoma de La Rioja
- Audiencia Provincial.
- Juzgados de Primera Instancia (Familia, Mercantil), Instrucción, Contencioso administrativo, Social, Penal, Violencia sobre la Mujer y Menores.
- Abogacía del Estado.
- Gerencia Territorial de Justicia en La Rioja
- Registro Civil
- Oficina de Asistencia a las víctimas del delito
- Sala de bodas
- Servicio de Justicia gratuita
- Instituto de Medicina Legal de La Rioja

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00057	Otros	Publicidad institucional	2017/0350660		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



El acceso y/o salida del público al Palacio de Justicia se realiza por la puerta principal sita en Marqués de Murrieta nº 45-47. Excepto aquellos usuarios que se dirijan a:

- Registro Civil de Logroño, Juzgado de Guardia, así como algunas personas citadas por el Juzgado de Menores y el Juzgado de violencia sobre la mujer que deben hacerlo por la entrada sur, puerta nº 1, de la Plaza Adolfo Suárez.
- Sala de Bodas. Deben hacerlo por la entrada sur, puerta nº 2, de la Plaza Adolfo Suárez.

El horario de acceso del público y profesionales al Palacio de Justicia es entre las 9:00 y las 14:00 horas de todos los días laborables. Con excepción del Juzgado de Guardia, Oficina de Asistencia a las Víctimas y Servicio de Justicia Gratuita.

La puesta en funcionamiento del Palacio de Justicia de La Rioja está vinculada a la apuesta del Gobierno de La Rioja por impulsar una profunda transformación de la Administración de Justicia en nuestra comunidad centrada en mejorar el servicio que se ofrece al ciudadano, garantizando la tutela judicial efectiva con un servicio público de Justicia moderno y adecuado a las necesidades de los ciudadanos.

Estamos hablando de una Administración de justicia más eficaz, más eficiente, más cercana al ciudadano y con los mejores profesionales, que sitúe a los ciudadanos como referente de cada una de sus actuaciones.

El Palacio de Justicia unifica las distintas sedes y órganos judiciales ubicados en Logroño lo que beneficia de forma directa al ciudadano, sin olvidar a los profesionales y a los propios funcionarios de la Administración de Justicia. Evita desplazamientos, ahorra costes y prepara para una Justicia moderna, avanzada, más ágil y más cercana a la gente.

Contar con una infraestructura como el nuevo Palacio de Justicia favorecerá el desarrollo de los proyectos y programas que contribuirán a lograr estos grandes objetivos y avanzar de este modo en la Estrategia establecida para avanzar hacia una Nueva Administración de Justicia de La Rioja.

El Palacio de Justicia es sencillo en sus formas, fácil de entender, lo que permite canalizar eficazmente las distintas circulaciones en su interior. Es versátil y modular en su interior, de manera que ofrece la posibilidad de adaptarse a los cambios organizativos que la Administración de Justicia pudiera sufrir. Se vacía el interior del edificio que albergaba el primer pabellón del antiguo Hospital Militar para transformarlo en un lugar público por excelencia, en un gran vestíbulo donde el ciudadano es el protagonista. Este vestíbulo es el espacio realmente significativo del conjunto de edificios. Y pretende convertirse en el lugar distribuidor para la información y espera de todas las visitas del público, el espacio del que parten todos los recorridos más especializados y que minimiza la acumulación de personas en el resto de los espacios. Símbolo del acercamiento de la Justicia a los riojanos, la búsqueda de una Justicia del siglo XXI, más transparente, moderna, y eficaz.

### 3. Objetivos de comunicación

Objetivos generales de comunicación:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00057	Otros	Publicidad institucional	2017/0350660
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



- Informar a los ciudadanos riojanos sobre los servicios que prestan las diferentes instancias judiciales en el nuevo Palacio de Justicia de La Rioja, coincidiendo con la primera Apertura del Año Judicial en estas nuevas instalaciones.
- Resaltar la apuesta del Gobierno de La Rioja por una Administración de Justicia moderna, ágil, cercana y eficaz, objetivos para los que resulta clave la puesta en funcionamiento del nuevo Palacio.

**Objetivos concretos de comunicación:**

- Detallar la ubicación y horarios de atención de los servicios, juzgados y operadores judiciales en el Palacio.
- Subrayar la trascendencia del nuevo Palacio de Justicia de La Rioja como un elemento de modernización de la Administración de Justicia en nuestra comunidad autónoma.
- Aumentar el conocimiento social de los servicios que presta la Administración de Justicia y de las innovaciones que en ellos se produzcan gracias a este nuevo espacio (utilización de las TICs, etc.)

**4. Públicos objetivos de la campaña**

Esta campaña se dirige a la ciudadanía en general, dado que se pretende que todos los riojanos conozcan los servicios judiciales que están a su disposición en el nuevo Palacio de Justicia. Sin embargo nos centraremos en un público en concreto, riojanos **desde los 18 hasta los 65 años**. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de población está formado por **199.860 personas**.

**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.

El Palacio de Justicia cuenta con una identidad extendida dentro de la identidad corporativa del Gobierno de La Rioja. La campaña deberá emplear esta marca gráfica en las actividades publicitarias que se desarrollen.

En esta actividad publicitaria, buscamos informar de los diferentes servicios que se prestan en el nuevo Palacio de Justicia de La Rioja por lo que el tono informativo será claro y conciso, detallando dependencias y situación.

Huiremos del tono persuasivo o de carácter emocional pero tendremos en cuenta el tono cercano del mensaje para cumplir con el objetivo concreto de comunicación que pretende subrayar esta puesta en marcha del edificio como un elemento de modernización de la Justicia en nuestra comunidad autónoma.

El mensaje deberá apostar por el acercamiento del riojano al mundo de la Justicia. Una justicia vista en positivo y siempre desde una visión amable. Un mensaje que comunique la visión de una justicia ágil, cercana y humana a través de las características del edificio como posible protagonista. La campaña deberá respetar la identidad del Palacio de Justicia.

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		
00848-2017/00057	Otros	Publicidad institucional	2017/0350660		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



### 5.1. Emisor de la campaña

Desde el 1 de Enero de 2011 el Gobierno de La Rioja asumió las competencias en materia de Justicia. Por lo tanto, entendemos que la difusión de la campaña publicitaria sobre el Palacio de Justicia 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 del Palacio de Justicia.

### 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 formado por personas desde los 18 hasta los 65 años. Por ello, se cree conveniente elegir medios como la prensa escrita regional y local, radio generalista y local, medios digitales y publicidad exterior, para llegar a impactar con nuestros mensajes.

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

Objetivo de la publicidad	Criterio de conversión
Informar sobre los servicios del Palacio de Justicia	Número de visitas a la web <a href="http://www.larioja.org/palacio-justicia/es">http://www.larioja.org/palacio-justicia/es</a> en los días de campaña

### 6.2. Duración de la campaña

La campaña se extenderá del 15 al 26 de septiembre

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	
00848-2017/00057	Otros	Publicidad institucional	2017/0350660	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



### 6.3. 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
Diario La Rioja	9.007 ejemplares	ejemplares	Media página	1	256x162 mm	Del 15 al 26 de septiembre
Diario La Rioja	9.007 ejemplares	ejemplares	Faldón grande	5	256x96 mm	Del 18 al 24 de septiembre
Noticias de La Rioja	5.218 ejemplares	ejemplares	Media página	1	255x178 mm	Del 15 al 26 de septiembre
Noticias de La Rioja	5.218 ejemplares	ejemplares	Faldón grande	4	255x87 mm	Del 20 al 23 de septiembre
Gente	15.733 ejemplares	15.733 ejemplares	Media página	1	250x158 mm	22 de septiembre

Prensa escrita regional auditada						
Soporte	Tirada diaria	Tirada acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Escaparate Calahorra	10.000 ejemplares	10.000 ejemplares	Página completa	1	170x240 mm	15 de septiembre
ARN	6.000 ejemplares	6.000 ejemplares	Página completa	1	184x264 mm	22 de septiembre
La Noticia	5.000 ejemplares	5.000 ejemplares	Página completa	1	155x220 mm	26 de septiembre
La Brújula	3.000 ejemplares	3.000 ejemplares	Página completa	1	155x235 mm	15 de septiembre
Escaparate Alfaro	3.000 ejemplares	3.000 ejemplares	Página completa	1	170x240 mm	15 de septiembre

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	28	Cuña 20"	Del 18 al 24 de septiembre
Cadena Cope	21.000 oyentes	147.000 oyentes	Cuña publicitaria	28	Cuña 20"	Del 18 al 24 de septiembre
Onda Cero	17.000 oyentes	119.000 oyentes	Cuña publicitaria	28	Cuña 20"	Del 18 al 24 de septiembre

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		
00848-2017/00057	Otros	Publicidad institucional	2017/0350660		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Director de Gabinete				
2	Consejera				
3					


**Radios locales y comarcales auditadas**

Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Radio Arnedo	6.000 oyentes	42.000 oyentes	Cuña publicitaria	28	Cuña 20"	Del 18 al 24 de septiembre
Radio Haro	4.000 oyentes	28.000 oyentes	Cuña publicitaria	28	Cuña 20"	Del 18 al 24 de septiembre
Onda Cero Calahorra	3.000 oyentes	21.000 oyentes	Cuña publicitaria	28	Cuña 20"	Del 18 al 24 de septiembre

**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	Del 18 al 24 de septiembre
Rioja2.com	7.795 U.U.	54.565 U.U.	Cintillo superior	7	1140x68 px	Del 18 al 24 de septiembre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner principal	7	970x90 px 728x90 px 300x90 px	Del 18 al 24 de septiembre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Tempranillo	7	600x150 px	Del 18 al 24 de septiembre
Noticiasdelarioja.com	723 U.U.	5.061 U.U.	Megabanner	7	1305x130 px	Del 18 al 24 de septiembre
Haro Digital	646 U.U.	4.522 U.U.	Banner de cabecera	7	1068x200 px 600x250 px	Del 18 al 24 de septiembre
Noticiasdearnedo.es	532 U.U.	3.724 U.U.	Banner de cabecera	7	728x90px	Del 18 al 24 de septiembre

**Televisión**

Soporte	U.U.	Formato	Medidas	Inserciones
Televisión	Sintonía TV	30 spot tv	Spot 20"	Del 18 al 24 de septiembre

**Publicidad exterior**

Soporte	Soporte	Descripción	Q	Medidas	Inserciones
Publicidad exterior	Material de difusión	Tríptico	1000	Formato cerrado: 10x21 cm Formato abierto: A4	Del 18 al 24 de septiembre
Publicidad exterior	Rotulación metropolitano	Laterales metropolitano	1	273x83/418x83cm	Del 18 al 24 de septiembre

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00057	Otros	Publicidad institucional	2017/0350660
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



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 “Palacio de Justicia”.

### 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 web del Palacio de Justicia <http://www.larioja.org/palacio-justicia/es>
- Imagotipo del Gobierno de La Rioja
- Imagotipo del Palacio de Justicia
- Código QR con enlace a la web anteriormente citada

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 y local
- 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 creatividad para rotulación metropolitano
- Diseño, maquetación e impresión de material de difusión. (tríptico)

c) Se solicitan los siguientes **servicios profesionales** para esta campaña:

- **Sesión fotográfica:**
  - dos fotografías exteriores del Palacio de Justicia
  - dos fotografías realizadas en el interior del edificio en las que se vea representada la actividad del Palacio. Fotografías en las que esté representado el trabajo de los funcionarios y conlleven movimiento y acción.

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		
00848-2017/00057	Otros	Publicidad institucional	2017/0350660		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



- **Spot audiovisual**

Diseño y realización de una pieza audiovisual que pueda distribuirse en diferentes soportes como la web corporativa, las redes sociales y una televisión local. Un video que nos ofrezca un rápido recorrido por las dependencias del Palacio de Justicia y que consiga transmitir la idea de este espacio como una nueva forma de entender la justicia. Desde la Consejería de Presidencia se propone un recorrido por las dependencias del Palacio de Justicia con la colaboración de uno de los funcionarios del edificio o de un alto cargo del Gobierno de La Rioja. El video respetará las directrices expresadas para medios audiovisuales en el Plan de Identidad Publicitaria.

Los spots corporativos del Gobierno de La Rioja deberán concluir con un cierre publicitario. Este cierre publicitario estará formado por un fondo corporativo del Gobierno, la logo marca de la identidad y el programa publicitario al que se adscriba el contenido audiovisual.

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.](#)

## 7.2. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **13.000 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.**

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	
00848-2017/00057	Otros	Publicidad institucional	2017/0350660	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



### 7.3. Presentación de propuestas creativas

Las propuestas técnicas y económicas deberán ser remitidas al correo electrónico [publicidad@larioja.org](mailto:publicidad@larioja.org) **antes del Martes 5 de septiembre 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.
  - **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

### 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:

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

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

<sup>1</sup> Propuesta económica a valorar.

<sup>2</sup> 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. 9 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00057	Otros	Publicidad institucional	2017/0350660		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



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.

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. 10 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00057	Otros	Publicidad institucional	2017/0350660		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



- 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 Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

### 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 14 de septiembre. (Los materiales de prensa escrita local deberán facilitarse antes del 11 de septiembre)**

### 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](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	
00848-2017/00057	Otros	Publicidad institucional	2017/0350660	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				