



Rf.º: CP/17/062

## **BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “APP RIOJA SALUD”, DE LA CONSEJERÍA DE SALUD**

### **1. Presentación**

Gracias a la aplicación móvil de Rioja Salud los ciudadanos con tarjeta sanitaria de La Rioja pueden acceder en todo instante y desde cualquier lugar del mundo a información clave para su asistencia, como son sus informes clínicos (de alta de hospitalización, urgencias, consultas externas, radiología, anatomía patológica, atención primaria, cuidados de enfermería o historia clínica resumida); pruebas diagnósticas de radiología (radiografía convencional, TAC, resonancia magnética nuclear); laboratorio (bioquímica, microbiología, gasometría, cariotipo); hematología (calendario de dosificación anti-coagulados); cardiología (ecocardiograma, electrocardiograma, pruebas de esfuerzo y holter); digestivo (ecografía, manometría y phmetría); nefrología (bioimpedancia y ecografía); neumología (espirometría, ecografía, oximetría, poligrafía, polisomnografía, test de marcha); obstetricia (ecografía); oftalmología (campimetría, estudio endotelial, topografía, OCT, retinografía); oncología (sesiones de quimioterapia de hospital de día onco-hematológico); otorrinolaringología (pruebas vestibulares); o el historial de vacunaciones, salud bucodental o donaciones de sangre.

Adicionalmente, también permite acceder a información de interés, como lo son las recetas electrónicas (con el rango de fechas en que se pueden recoger en la farmacia, la posología de cada medicamento y el estado del visado en el caso de que lo requiera); localizar, según horarios, las farmacias abiertas y los centros sanitarios de La Rioja y mostrar la dirección y la ruta hasta los mismos; así como una guía de primeros auxilios, información de hábitos saludables, consumo, escuela de pacientes y otros contenidos elaborados por la Consejería de Salud y los profesionales de Rioja Salud.

A la solicitud de cita con el médico, enfermera o pediatra de primaria, se han añadido otros trámites y gestiones administrativas, como la consulta de las últimas voluntades, la lista de espera quirúrgica, la consulta de citas con el especialista, la solicitud de tarjeta sanitaria, de cambio de médico, por citar algunos.

Entre las características más relevantes de este proyecto destacan que su aplicabilidad es real, con más de 200.000 informes accedidos desde su puesta en servicio en 2015, lo que favorece la seguridad del paciente cuando son atendidos fuera de La Rioja y se traduce en una actuación que genera ahorros por la automatización de acciones que antes eran realizadas por personal público.

Disponible tanto para iPhone desde Apple Store, como para móviles Android en Google Play, esta aplicación es accesible para cerca de un 99% de la cuota de terminales existentes del mercado.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00146	Otros	Publicidad institucional	2017/0548568
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



Constituyendo un referente en el mercado de aplicaciones móviles sanitarias, Rioja Salud tiene previsto un ambicioso plan de innovación para su APP, que durante el año 2018 incorporará nuevas e interesantes funcionalidades, como el envío de avisos al paciente recordando la toma de cada medicamento, mostrar el avance de la consulta de los centros de especialidades, recibir el justificante de asistencia a consulta o interactuar con el ciudadano en actuaciones relacionadas con la promoción de la salud, entre otras.

## 2. Enfoque de comunicación

El enfoque de comunicación de la campaña de la aplicación móvil de Rioja Salud debe promover la descarga de esta app, así como dar a trasladar al ciudadano, de una forma clara y precisa, las acciones que puede realizar a través de ella, como el acceso al historial clínico, al calendario de citas, la solicitud de consultas, etc., entre otras.

## 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:

- Dar a conocer la aplicación móvil de Rioja Salud y los servicios que ofrece a la ciudadanía.
- Promover su descarga y utilización.

### 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 descargas de la aplicación durante la ejecución de la campaña.

## 4. Públicos objetivos

El público al que se dirige esta campaña está formado por riojanas y riojanos, en edad adulta, que residan en nuestra comunidad autónoma y que estén familiarizados con el uso de las nuevas tecnologías.

En líneas generales, el público objetivo son **personas entre 14 y 65 años**. Aunque la mayoría de edad se establece en los 18 años, según la Ley de Autonomía del Paciente se determina a partir de los 16 años. Este público objetivo está conformado por 211.511 personas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00146	Otros	Publicidad institucional	2017/0548568
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



## 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

Esta campaña se encuentra dentro del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja y, por ello, éste será el emisor. Se acompañará, en convivencia, la identidad extendida de Rioja Salud.

### 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.

### 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 general** de la identidad publicitaria del Gobierno de La Rioja.

### Programa publicitario general

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

[www.larioja.org/programageneral](http://www.larioja.org/programageneral)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00146	Otros	Publicidad institucional	2017/0548568
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



## 6. Táctica publicitaria

A través de esta campaña publicitaria se pretende dar a conocer la aplicación móvil de Rioja Salud y los servicios que ofrece a la ciudadanía, así como promover su descarga y utilización.

Por ello, y dado el amplio espectro de públicos objetivos, se cree conveniente elegir la prensa escrita, la radio generalista y los medios digitales para llegar a impactar en nuestro *target*.

### 6.1. Duración de la campaña publicitaria

La duración de la campaña contempla 7 días: desde el 18 al 24 de diciembre.

### 6.2. Plan de medios

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

Prensa escrita auditada						
Soporte	Difusión por ejemplar	Difusión acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Diario La Rioja	9.007 ejemplares	45.035 ejemplares	Rompe pequeño	5	152x195 mm	Del 18 al 22 de diciembre
Noticias de La Rioja	5.218 ejemplares	26.090 ejemplares	Faldón grande	5	260x61 mm	Del 19 al 23 de diciembre
Gente	15.733 ejemplares	15.733 ejemplares	Faldón grande, portada	1	250x94 mm	22 de diciembre

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 diciembre
Cadena Cope	21.000 oyentes	147.000 oyentes	Cuña publicitaria	28	Cuña 20"	Del 18 al 24 de diciembre
Onda Cero	17.000 oyentes	119.000 oyentes	Cuña publicitaria	105	Cuña 20"	Del 18 al 24 de diciembre

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 4 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00146	Otros	Publicidad institucional	2017/0548568
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	105	Cuña 20"	Del 18 al 24 de diciembre

Medios digitales						
Soporte	U.U. diarios	U.U. acumulados	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Larioja.com	61.200 U.U.	428.400 U.U.	Megabanner	5	980x90 px 320x100 px	Del 18 al 22 de diciembre
Noticiasdelarioja.com	723 U.U.	5.061 U.U.	Banner superior	7	848x100 px	Del 18 al 24 de diciembre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner principal	7	970x90 px 728x90 px 300x90 px	Del 18 al 24 de diciembre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner Tempranillo	7	600x150 px	Del 18 al 24 de diciembre

La planificación y contratación de este plan de medios 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.

## 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 5 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00146	Otros	Publicidad institucional	2017/0548568
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Director de Gabinete		
2	Consejera		
3			



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 “APP Rioja Salud” de la Consejería de Salud.

### 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.

Este cartel deberá incorporar los siguientes elementos:

- Imagotipo del Gobierno de La Rioja.
- Isologo de Rioja Salud.
- La dirección web [riojasalud.es/appriojasalud](http://riojasalud.es/appriojasalud) y QR con enlace a dicha página.
- Logos de AppStore y Google Play junto con la frase “Descarga gratuitamente la app en:”.

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.

- Diseño gráfico de creatividades para prensa escrita auditada.
- Diseño gráfico de creatividades para medios digitales.
- Locución y producción de cuña publicitaria para los medios radiofónicos.

c) **Otros materiales gráficos:**

- Diseño y maquetación de banner para la cabecera de la web [www.larioja.org](http://www.larioja.org) y recursos gráficos para la web (964x107px). Consultar especificaciones de diseño en [publicidad@larioja.org](mailto:publicidad@larioja.org)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 6 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00146	Otros	Publicidad institucional	2017/0548568
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



- Diseño y maquetación de piezas gráficas animadas para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno: 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.](#)

#### 7.4. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **2.000€ (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.

#### 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 <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 7 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00146	Otros	Publicidad institucional	2017/0548568
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			