



Rf.ª: CP/17/031D

BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA SUBCAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “150 AÑOS DE LA CASA DE ‘EL INGLÉS’”, DE LA CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, RELACIONES INSTITUCIONALES Y ACCIÓN EXTERIOR
1. Introducción

La cultura es una de las políticas estratégicas del Gobierno de La Rioja, que busca revitalizar el patrimonio como seña de identidad propia y lograr la máxima proyección turística y cultural de los municipios riojanos, promocionando riqueza, vertebración del territorio y puestos de trabajo.

El impulso a la política cultural de la región debe hacerse a través de la defensa de una cultura abierta y que constituya un valor añadido de una sociedad moderna. El desarrollo cultural de la región debe estar presente en todas las localidades de la comunidad a través de una promoción cultural entendida como una línea de trabajo que permita dar valor a la cultura como derecho de los ciudadanos, además de establecer orientaciones que la sitúen como un recurso social y económico.

En el año 2016, el Gobierno de La Rioja invirtió más de 3,7 millones de euros en todo tipo actuaciones de promoción cultural, que se llevaron a cabo de forma directa o a través de la colaboración con ayuntamientos, entidades o colectivos culturales.

A través de la campaña CP 17 031 La Rioja Cultural se busca difundir la oferta cultural del Gobierno de La Rioja y ofrecer información sobre la actividad cultural financiada por el ejecutivo riojano en las subvenciones de fomento de la cultura. Por ello, dentro de esta actividad publicitaria se establecerán varias subcampañas para promocionar diferentes actividades lanzadas o apoyadas desde la Dirección de Cultura y Turismo.

2. Subcampaña CP 17 031 D: La Rioja cultural – 150 años de “La Casa de ‘El Inglés’”
2.1. Introducción

El edificio de la presidencia del Gobierno de la Comunidad Autónoma de La Rioja, conocido popularmente como el Palacete y ubicado en el número 3 de la céntrica calle logroñesa Vara de Rey, es un edificio que data del año 1867 y que durante sus primeros años de vida fue conocido como “La Casa de ‘El Inglés’”.

Este nombre se debe a que la construcción del edificio fue encargada a Andrés Isidoro Bretón, natural de Treguajantes -aldea de Soto de Cameros-, que vivió más de diez años en Gran Bretaña junto con su tío Sebastián Martínez Pérez, que alcanzó en Inglaterra un gran éxito como comerciante en la primera mitad del siglo XIX, con el vino y la propiedad inmobiliaria como mercancías, con lo que se convirtió en un gran emprendedor de la época.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00071	Otros	Publicidad institucional	2017/0427731		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Responsable de Publicidad					
2 Director de Gabinete					
3 Consejera					
4					



En 1932 "La Casa de 'El Inglés'" fue adquirida por la Diputación Provincial de Logroño a los descendientes de Andrés Isidro Bretón para ubicar la sede de la Corporación. Desde entonces, pertenece al patrimonio riojano y, desde 1982, con la creación de la Comunidad Autónoma, es la sede de la Presidencia del Gobierno de La Rioja.

Cuenta con una superficie construida de 1.496,52 m² distribuidos en cuatro alturas (semisótano, baja primera y segunda) y de su estructura principal sobresalen tres elementos a modo de miradores: dos en la fachada principal a ambos lados del umbral de acceso y uno en la fachada posterior.

La entrada se sitúa en el centro de la fachada principal y destaca por su escalinata y porche exteriores. Existe un segundo acceso desde el patio, en la fachada posterior, que a su vez conecta con el edificio anexo.

La planta semisótano tiene un foso perimetral en sus fachadas norte, oeste y sur; desde la norte se accede a través de una escalera exterior. Consta de dos despachos, dos almacenes, aseos y locales para los cuartos de calderas, tanque de gasóleo y cuadros eléctricos.

La planta baja se desarrolla en torno al vestíbulo de entrada y a la escalera, situados en el centro del edificio en dirección oeste-este. A la izquierda (norte) están el "salón rojo" y el "blanco" y a la derecha (sur), la sala de prensa. Al fondo se encuentra el área de vigilancia, un almacén y el pasillo de salida al patio y de conexión con el edificio anexo.

En la planta primera, en torno al vestíbulo de desembarco de la escalera se sitúan: al frente (oeste) dos despachos a ambos lados y otro menor en el centro conectado con ambos, cada uno con su terraza; en la esquina sudeste una sala de juntas y en la noreste una sala de espera, oficio, dos aseos y pasillo de conexión con el edificio anexo.

2.2. Enfoque de comunicación

El Gobierno de La Rioja abre las puertas de su sede principal a los ciudadanos con motivo del 150 aniversario de este edificio emblemático en la historia de Logroño: "La Casa de 'El Inglés'".

En torno a ese aniversario, la ciudadanía podrá descubrir este palacete a través de cuatro jornadas de puertas abiertas, que tendrán lugar entre los meses de octubre y diciembre; así como asistir a una conferencia de los autores del libro "La Casa de 'El Inglés'", que tal y como narran en esta publicación, explicarán los detalles y el contexto en el que fue construida, que coincide en el tiempo con el derribo de las murallas y otros proyectos fundamentales para la ciudad en los años 60 del siglo XIX.

Con este motivo, se pone en marcha la presente campaña de publicidad, que no sólo debe servir para mostrar el patrimonio artístico de ese edificio singular, sino también para acercar la historia de una familia que, al igual que otras muchas de su época, optó por dejar La Rioja en busca de mejores oportunidades y que, sin embargo, supo devolver a su tierra la fortuna que encontró en tierras extranjeras.

Para llevar a cabo esta campaña se propone "**Ven y descubre el Palacio de Gobierno**" como lema principal de la campaña. Bajo un tono evocador a la par que informativo, se apelará a descubrir la génesis de este edificio,

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
00848-2017/00071	Otros	Publicidad institucional	2017/0427731
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Responsable de Publicidad			
2 Director de Gabinete			
3 Consejera			
4			



así como a consolidar el sentimiento riojano de un pueblo orgulloso de sus raíces con el objetivo de rescatar del olvido a aquellos riojanos emigrantes que, con esfuerzo y empeño, nos precedieron en el afán de hacer La Rioja más grande.

2.3. Objetivos de comunicación

La campaña cuenta con los siguientes **objetivos generales de comunicación**:

- Dar una **mayor visibilidad al 150 aniversario** de este edificio singular.
- **Difundir las actividades culturales** que se desarrollarán con motivo de esta efemérides (jornadas de puertas abiertas con visitas guiadas, conferencias, etc.) **y promover la asistencia** de los ciudadanos, para dar a conocer la historia de emigración, superación y éxito profesional que se encuentra detrás de la construcción de este edificio del siglo XIX.

2.4. Públicos objetivos de la campaña

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

- **Público objetivo primario:**
 - En primer lugar, y siendo ésta una actividad ideada para todo tipo de público, seleccionaremos a las **familias riojanas** como nuestro público objetivo primario. 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**. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por **156.100 personas**.
 - En segundo lugar, seleccionaremos también como público objetivo primario a los **riojanos mayores de 65 años**, que han vivido la evolución y crecimiento de la ciudad de Logroño con “La Casa del Inglés” como testigo de excepción. En este rango de edad se encuentran **63.347 personas** en nuestra región, según el Instituto de Estadística de La Rioja.
- **Públicos objetivos secundarios:**
 - Seleccionamos a personas **de entre 18 y 32 años**, un rango de edad en el que se encuadran estudiantes de Bachillerato, Educación Superior o Doctorado con interés por la historia regional o por la arquitectura y el arte. Según los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja, en este margen de edad se encuentran **47.689 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 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00071	Otros	Publicidad institucional	2017/0427731	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Responsable de Publicidad				
2 Director de Gabinete				
3 Consejera				
4				



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 cultural. Por ello se deberá utilizar para la composición de mensajes el **programa publicitario cultural** del Programa de Identidad para la Publicidad Institucional. Puede consultar el programa y descargar los recursos en la siguiente página web: <http://www.larioja.org/publicidad/es/identidad-publicitaria/programa-publicitario-cultural-gobierno-rioja>

El programa publicitario cultural pretende dar cohesión y coherencia a toda la oferta cultural promovida por el Gobierno de La Rioja. Este programa se aplicará en todas las campañas publicitarias que tengan como objetivo la difusión de la oferta cultural del Gobierno de La Rioja, así como ofrecer información sobre la actividad cultural financiada por el Gobierno de La Rioja en las subvenciones de fomento de la cultura.

2.5.1. Emisor de la campaña

Entendemos que la difusión de la política de cultura 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 marca gráfica del 150 aniversario del Palacio del Gobierno regional.

2.5.2. 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.

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	
00848-2017/00071	Otros	Publicidad institucional	2017/0427731	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Responsable de Publicidad				
2 Director de Gabinete				
3 Consejera				
4				



2.6 Táctica publicitaria

2.6.1 Presentación

Nos dirigimos a un público objetivo amplio, formado por riojanos y riojanas de 18 años en adelante. Por ello, se cree pertinente seleccionar medios como la prensa escrita regional y local; radio generalista local; y medios digitales.

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

Objetivo de la publicidad	Criterios de conversión
Promocionar el 150 aniversario del Palacio de Gobierno de La Rioja	Número de visitantes a las jornadas de puertas abiertas
	Número de visitas a la página web

2.6.2 Duración de la campaña

La campaña se extenderá del 30 de octubre al 5 de noviembre.

2.6.3 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	45.035 ejemplares	Faldón grande (5x3)	5	256x96 mm	Del 30 de octubre al 5 de noviembre
Noticias de La Rioja	5.218 ejemplares	26.090 ejemplares	Faldón grande (5x3)	5	255x87 mm	Del 30 de octubre al 5 de noviembre
Gente	15.733 ejemplares	15.733 ejemplares	Faldón grande (5x3)	1	94x250 mm	3 de noviembre

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 30 de octubre al 5 de noviembre

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00071	Otros	Publicidad institucional	2017/0427731
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Responsable de Publicidad			
2 Director de Gabinete			
3 Consejera			
4			



Cadena Cope	21.000 oyentes	147.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 30 de octubre al 5 de noviembre
Onda Cero	17.000 oyentes	119.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 30 de octubre al 5 de noviembre

Publicidad exterior					
Soporte	Soporte	Descripción	Q	Medidas	Otros
Publicidad exterior	Material de difusión	Folleto / Catálogo conmemorativo	300	180x160 mm (formato cerrado)	8-12 páginas
Publicidad exterior	Roll up	Roll up	1	80 x 200 cm	

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.

3. Contrato menor de creación publicitaria

El Gobierno de La Rioja solicita la configuración de la creatividad publicitaria de la campaña institucional "150 años de la Casa de 'El Inglés'".

3.1. Oferta técnica

Los materiales deberán incorporar los siguientes elementos:

- Lema de campaña: "Ven y descubre el Palacio de Gobierno".
- Imagotipo del Gobierno de La Rioja.
- Identidad extendida del 150 aniversario del Palacio del Gobierno regional.
- La página web www.larioja.org/palacete

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 6 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00071	Otros	Publicidad institucional	2017/0427731
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Responsable de Publicidad			
2 Director de Gabinete			
3 Consejera			
4			



a) **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 creatividades para medios de prensa escrita regional.
- Diseño, maquetación e impresión de catálogo (entre 8 y 12 páginas; 180 x 160 mm en formato cerrado; encuadernado con grama e impreso por pliegos; portada con huella en seco con relieve; papel portadas en estucado mate de 250-300g; papel páginas interiores en estucado mate de 120 g.
- Diseño, maquetación e impresión de roll up (80 x 200 cm).
- Locución y producción de cuña radiofónica.
- Diseño de 2 piezas gráficas para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno: Facebook y Twitter.

b) **Otros materiales gráficos:**

- Diseño de banner para la web www.larioja.org y recursos gráficos para la web.
- 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. [Ver un ejemplo de artículo similar.](#)

3.2. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **3.000,25€ (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.

3.3. Contacto técnico

La empresa puede dirigirse a la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior para consultar sus dudas y trasladar sus sugerencias:

- **Teléfono de contacto:**
941 294 064
- **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. 7 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00071	Otros	Publicidad institucional	2017/0427731	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Responsable de Publicidad			
2	Director de Gabinete			
3	Consejera			
4				