



Rf.º: CP/17/059

BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “DÍA INTERNACIONAL DE LA ELIMINACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER”, DE LA CONSEJERÍA DE POLÍTICAS SOCIALES, FAMILIA, IGUALDAD Y JUSTICIA
1. Introducción

Desde la Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia se desarrollan e impulsan diferentes programas y medidas para prevenir y combatir la violencia de género en nuestra comunidad autónoma con el objetivo de ofrecer a las víctimas de violencia de género una atención integral. Iniciativas de sensibilización, protección y recuperación integral de víctimas.

Coincidiendo con la conmemoración el 25 de noviembre del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer desde el Gobierno de La Rioja apostamos por lanzar una campaña de publicidad que contribuya a sensibilizar y concienciar a la sociedad riojana sobre la importancia de luchar unidos contra la violencia de género.

2. Enfoque de comunicación

El Gobierno de La Rioja tiene entre sus objetivos prioritarios combatir la violencia de género en nuestra comunidad autónoma y poner a disposición de las víctimas los recursos necesarios para ofrecerles una atención integral, con medidas de protección y programas que apuestan por su recuperación integral.

Otro aspecto clave para el Gobierno de La Rioja es impulsar medidas de sensibilización y concienciación entre la sociedad riojana al entender que la unión y colaboración entre Administraciones y la sociedad civil es fundamental para eliminar la violencia de género.

El 25 de noviembre es una fecha importante para lanzar desde los organismos públicos un mensaje de denuncia contra la violencia de género, pero también un mensaje de esperanza y apoyo para las mujeres que están viviendo esta situación en nuestra comunidad.

En torno a esta fecha y desde los diferentes departamentos del Gobierno de La Rioja se impulsarán actos dirigidos a la sociedad riojana en su conjunto para dar a conocer los recursos que las mujeres víctimas de violencia de género tienen a su disposición para poder superar esta situación, y para concienciar a todos los ciudadanos sobre la necesidad de involucrarnos juntos en la lucha contra la violencia de género.

Todos estos actos se difundirán con la imagen de la campaña de publicidad institucional para el “Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer”.

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	
00848-2017/00067	Informe	Publicidad institucional	2017/0408424	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Jefa de Gabinete				
2 Director de Gabinete				
3 Consejera				
4				



3. Objetivos de comunicación

Objetivos generales de comunicación:

- Sensibilizar y concienciar a la sociedad riojana sobre el problema de la violencia de género e implicarles en la lucha para eliminarla.
- Trasladar a las víctimas de violencia de género de nuestra comunidad un mensaje de esperanza, y trasladarles el apoyo y respaldo de instituciones y ciudadanía.

Objetivos concretos de comunicación:

- Destacar que es posible superar una situación de violencia de género.
- Desmontar mitos y estereotipos en torno a la violencia para apostar por la responsabilidad social.
- Fomentar el cambio de creencias y actitudes e implicar al respecto de la violencia contra las mujeres.
- Mejorar la respuesta frente a la violencia de género y conseguir un cambio en el modelo de relación social.
- Reducir el umbral de tolerancia, e implicar a la ciudadanía en la resolución de la problemática.

4. Públicos objetivos de la campaña

- Público objetivo primario

Esta campaña se dirige a la ciudadanía en general, con el fin de sensibilizar a la **sociedad riojana** sobre la importancia de aunar esfuerzos para eliminar la violencia de género en nuestra sociedad. En este grupo incluiremos a las **riojanas y riojanos desde los 12 hasta los 65 años**. Según los datos aportados por el Instituto Riojano de Estadística, este grupo está formado por **217.639 personas**.

No obstante, es un objetivo prioritario sensibilizar y concienciar especialmente a la población joven y adolescente, con la finalidad de prevención y detectar las primeras señales del maltrato, así mismo reforzar los valores esenciales como la igualdad y el respeto.

Según el I Informe de ejecución de la estrategia nacional para la erradicación de la violencia contra la mujer 2013-2016, "las recientes encuestas y estudios acreditan que la población juvenil y adolescente resulta ser un colectivo especialmente vulnerable frente a la violencia de género.

La Macroencuesta de Violencia contra la Mujer 2015 muestra que las mujeres jóvenes de 16 a 19 años afirman sufrirlas conductas de violencia psicológica de control en mayor medida que el total de mujeres de cualquier edad. El 25,0% de las mujeres de 16 a 19 años residentes en España y que han tenido pareja en alguna ocasión ha sufrido violencia de control de alguna pareja o expareja en los últimos 12 meses, frente a la media del 9,6% de las mujeres de cualquier edad que han tenido pareja en alguna ocasión. Este porcentaje también es elevado entre las jóvenes de 20 a 24 años (19,2%)".

http://www.violenciagenero.msssi.gob.es/planActuacion/seguiamientoEvaluacion/pdf/Informe_Ejecucion_Estrategia.pdf

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	
00848-2017/00067	Informe	Publicidad institucional	2017/0408424	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Jefa de Gabinete				
2 Director de Gabinete				
3 Consejera				
4				



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

El programa publicitario social tiene como objetivo promover la concienciación social, evitar las conductas de riesgo y fomentar la educación social de la ciudadanía sobre asuntos de interés y relevancia. Este programa se aplicará en todas las campañas publicitarias que tengan como objetivo la concienciación social de la ciudadanía o fines similares.

5.1. Emisor de la campaña

Entendemos que la sensibilización en materia de violencia de género se encuentra dentro del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja y por ello, éste debe ser el emisor de esta actividad publicitaria.

5.2. Lenguaje

Cuando el objetivo principal de la campaña publicitaria sea la concienciación social -programa publicitario social-, estará permitido un **tono y estilo persuasivos** en la construcción de los mensajes publicitarios.

Este tono de persuasión deberá dirigirse al ciudadano y respetará también las prohibiciones establecidas para el autobombo y el ensalzamiento de logros institucionales.

La persuasión con la que se construya el mensaje deberá cumplir con los principios de comunicación establecidos en el proyecto de ley de Comunicación y Publicidad Institucional, así como con el compromiso del Gobierno de La Rioja con la realidad social en la que interviene o actúa.

En esta campaña se utilizará un lenguaje inclusivo no sexista.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00067	Informe	Publicidad institucional	2017/0408424
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Jefa de Gabinete			
2 Director de Gabinete			
3 Consejera			
4			



6. Táctica publicitaria

6.1 Presentación

Nos dirigimos a un público objetivo amplio, a los riojanos y riojanas desde los 12 a los 65 años. Por ello, se cree conveniente elegir medios como la prensa escrita regional y local; radio generalista, local y temática; medios digitales, televisión local y también 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
Concienciar a la sociedad riojana sobre el problema de la violencia de género	Número de asistentes a los actos organizados

6.2. Duración de la campaña

La campaña se extenderá del 20 de noviembre al 5 de diciembre.

6.3. Planes de medios

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

Prensa escrita regional						
Soporte	Tirada diaria	Tirada acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Diario La Rioja	9.007 ejemplares	9.007 ejemplares	Página completa	1	256x334 mm	25 noviembre
Gente	15.733 ejemplares	15.733 ejemplares	Página completa	1	250x318 mm	1 de diciembre
Noticias de La Rioja	5.218 ejemplares	5.218 ejemplares	Página completa	1	255x361 mm	25 noviembre

Prensa escrita regional auditada						
Soporte	Tirada diaria	Tirada acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
La Voz del Najerilla	16.000 ejemplares	16.000 ejemplares	Página completa	1	256x384 mm	27 de noviembre
Escaparate Calahorra	10.000 ejemplares	10.000 ejemplares	Página completa	1	170x240 mm	1 de diciembre
ARN	6.000 ejemplares	6.000 ejemplares	Media página	1	184x136 mm	31 de noviembre

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00067	Informe	Publicidad institucional	2017/0408424
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Jefa de Gabinete			
2 Director de Gabinete			
3 Consejera			
4			



La Noticia	5.000 ejemplares	5.000 ejemplares	Página completa	1	155x220 mm	31 de noviembre
La Brújula	3.000 ejemplares	3.000 ejemplares	Página completa	1	155x235 mm	1 de diciembre

Radios regionales auditadas de corte generalista

Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Cadena SER	50.000 oyentes	300.000 oyentes	Cuña publicitaria	70	Cuña 30"	Del 20 al 25 de noviembre
Cadena Cope	21.000 oyentes	126.000 oyentes	Cuña publicitaria	70	Cuña 30"	Del 20 al 25 de noviembre
Onda Cero	17.000 oyentes	102.000 oyentes	Cuña publicitaria	70	Cuña 30"	Del 20 al 25 de noviembre

Radios locales y comarcales auditadas

Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Radio Arnedo	6.000 oyentes	36.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 20 al 25 de noviembre
Radio Haro	4.000 oyentes	24.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 20 al 25 de noviembre
Onda Cero Calahorra	3.000 oyentes	18.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 20 al 25 de noviembre

Radios regionales auditadas de corte temático

Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Europa FM	25.000 oyentes	150.000 oyentes	Cuña publicitaria	77	Cuña 30"	Del 20 al 25 de noviembre
Cadena 100	17.000 oyentes	102.000 oyentes	Cuña publicitaria	77	Cuña 30"	Del 20 al 25 de noviembre
Mega Star	11.000 oyentes	66.000 oyentes	Cuña publicitaria	77	Cuña 30"	Del 20 al 25 de noviembre
Rock FM	11.000 oyentes	66.000 oyentes	Cuña publicitaria	77	Cuña 30"	Del 20 al 25 de noviembre
40 principales	6.000 oyentes	36.000 oyentes	Cuña publicitaria	77	Cuña 30"	Del 20 al 25 de noviembre
Kiss FM	6.000 oyentes	36.000 oyentes	Cuña publicitaria	77	Cuña 30"	Del 20 al 25 de noviembre
Radio Marca	3.000 oyentes	18.000 oyentes	Cuña publicitaria	77	Cuña 30"	Del 20 al 25 de noviembre

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00067	Informe	Publicidad institucional	2017/0408424
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Jefa de Gabinete			
2 Director de Gabinete			
3 Consejera			
4			


Diarios regionales y locales digitales

Soporte	U.U. diarios	U.U. acumulados	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Larioja.com	61.200 U.	367.200 U.U.	Megabanner	6	980x90 px 320x50 px	Del 20 al 25 de noviembre
Rioja2.com	7.795 U.U.	46.770 U.U.	Cintillo superior	6	1140x68 px	Del 20 al 25 de noviembre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	32.814 U.U.	Banner principal	6	970x90 px 728x90 px 300x90 px	Del 20 al 25 de noviembre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	32.814 U.U.	Tempranillo	6	600x150 px	Del 20 al 25 de noviembre
El balcón de Mateo	1.071 U.U.	6.426 U.U.	Megabanner	6	1191x90 px	Del 20 al 25 de noviembre
Noticiasdelarioja.com	723 U.U.	4.338 U.U.	Megabanner	6	1305x130 px	Del 20 al 25 de noviembre
Haro Digital	646 U.U.	3.876 U.U.	Banner de cabecera	6	1068x200 px 600x250 px	Del 20 al 25 de noviembre
Noticiasdearred.es	532 U.U.	3.192 U.U.	Banner de cabecera	6	728x90px	Del 20 al 25 de noviembre

Televisión

Soporte	U.U.	Formato	Medidas	Inserciones
Televisión	Sintonía TV	30 spot tv	Spot 30"	Del 20 al 25 de noviembre

Publicidad exterior

Soporte	Soporte	Descripción	Q	Medidas	Inserciones
Publicidad exterior	Material de difusión	Tarjetón	100	200x100 mm	Del 20 al 25 de noviembre
Publicidad exterior	Material de difusión	Programa de mano	100	200x100 mm	Del 20 al 25 de noviembre
Publicidad exterior	Material de difusión	Programa de actos	20	200x100 mm	Del 20 al 25 de noviembre
Publicidad exterior	Muppie	Muppie	15	120x175 cm	Del 21 de noviembre al 5 de diciembre
Publicidad exterior	Cartelería	Cartel	1500	70x100 cm	Del 20 de noviembre al 5 de diciembre

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00067	Informe	Publicidad institucional	2017/0408424
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Jefa de Gabinete			
2 Director de Gabinete			
3 Consejera			
4			



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 "Día internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer".

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:

- Imagotipo del Gobierno de La Rioja
- Fecha 25 N Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer
- Presencia del color pantone 2587C como constante de la creatividad publicitaria.

b) **Acción de dinamización dirigida a la población joven y adolescente** con la finalidad de prevenir y detectar las primeras señales de maltrato así como reforzar los valores esenciales como la igualdad o respeto.

Esta campaña que se desarrollará en los 19 Institutos de Educación Secundaria de La Rioja contará con varias señales, mensajes gráficos o escritos para que reconozcan los primeros indicios del maltrato y que tracen un camino que concluya en el lema institucional de la campaña de sensibilización a la ciudadanía. Por lo tanto, esta acción deberá tener continuidad gráfica con la creatividad central de la campaña.

c) **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
- Diseño y maquetación de creatividad para medios de prensa escrita local
- Redacción y locución de cuña publicitaria para los medios radiofónicos de corte generalista.
- Redacción y locución de cuña publicitaria para los medios radiofónicos de carácter local.
- Redacción y locución de cuña publicitaria para los medios radiofónicos temáticos.
- Diseño y maquetación de banners animados para los diarios digitales.
- Diseño, maquetación e impresión de cartelería y material de difusión.
- Diseño y realización de spot audiovisual, para televisión de carácter local.

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		
00848-2017/00067	Informe	Publicidad institucional	2017/0408424		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Jefa de Gabinete					
2 Director de Gabinete					
3 Consejera					
4					



d) Merchandising:

- Elemento simbólico para distribuir en los actos organizados con motivo del 25 de noviembre. Tendrá que estar ligado a la creatividad central de la campaña. (En anteriores ocasiones se han entregado materiales como un pin o una flor realizada por alumnos de centros especiales de empleo). 500 unidades.

e) **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 **17.000 (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. 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.**

7.3. Presentación de propuestas creativas

Las propuestas técnicas y económicas deberán ser remitidas al correo electrónico publicidad@larioja.org **antes del 23 de octubre 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 8 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2017/00067	Informe	Publicidad institucional		2017/0408424
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Jefa de Gabinete				
2 Director de Gabinete				
3 Consejera				
4				



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:

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

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	1

¹ Propuesta económica a valorar.

² 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	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2017/00067	Informe	Publicidad institucional	2017/0408424	
1 Jefa de Gabinete				
2 Director de Gabinete				
3 Consejera				
4				



indicadores tradicionales de conversión, como la visita a página web- y detallado.

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

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:

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		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
00848-2017/00067	Informe	Publicidad institucional	2017/0408424		
1 Jefa de Gabinete					
2 Director de Gabinete					
3 Consejera					
4					



- 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 31 de octubre.**

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. 11 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00067	Informe	Publicidad institucional	2017/0408424	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Jefa de Gabinete				
2 Director de Gabinete				
3 Consejera				
4				