



RF.º: CP/18/013

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «ALIMENTACIÓN SALUDABLE», DE LA CONSEJERÍA DE SALUD

1. Objeto del contrato

El presente pliego de prescripciones técnicas tiene por objeto establecer y fijar las condiciones técnicas que regirán la contratación de un servicio de actualización y adaptación de diseño publicitario para la campaña de publicidad institucional "Alimentación saludable de la Consejería de Salud.

2. Definición y descripción del contrato

El objeto del contrato de difusión comporta los siguientes servicios y actividades profesionales requeridos:

- a) **Adaptación y actualización de una creatividad ya existente** realizada en 2017 con motivo de la campaña del mismo nombre:
 - a. Adaptación y actualización de creatividades para prensa escrita.
 - b. Adaptación y actualización de creatividades para medios digitales.
 - c. Adaptación y actualización de creatividades para publicidad exterior.
- b) La **entrega de los artes finales** al Gobierno de La Rioja para su distribución a los soportes publicitarios elegidos para el desarrollo de la táctica publicitaria.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000298	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0706204
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



3. Brief de comunicación de la campaña de publicidad institucional

3.1. Presentación

La Organización Mundial de La Salud (OMS) considera el sobrepeso y la vida sedentaria responsables de la aparición de los problemas de salud más prevalentes en nuestra sociedad.

En España la Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad (NAOS) en respuesta del Ministerio de Sanidad a las actuaciones promovidas por la OMS para que los gobiernos establezcan medidas específicas ante los problemas que se plantean por la obesidad y el sedentarismo. Supone intervenciones a lo largo de toda la vida del individuo, haciendo especial hincapié en la población infantil y juvenil.

El Gobierno de La Rioja, a través de la Consejería de Salud, ha situado la necesidad de desarrollar una campaña de comunicación para sensibilizar a la población riojana sobre la importancia que tiene para nuestra salud llevar a cabo una dieta saludable, así como realizar actividad física.

En este sentido, en el III Plan de Salud de La Rioja (2015-2019) se destaca la importancia de la alimentación como factor de riesgo común a distintas enfermedades, en las siguientes líneas estratégicas: hábitos y estilos de vida, enfermedades crónicas, diabetes, envejecimiento y enfermedades cardiovasculares.

3.2. Enfoque de comunicación

Todos estos problemas y realidades pueden ser abordados mediante diferentes estrategias: programas y acciones de promoción de una alimentación saludable en los centros escolares (sesiones educativas, distribución de frutas, comedores escolares...), consejo dietético en las consultas de atención primaria y atención especializada, acciones en el ámbito de la restauración, máquinas expendedoras, campañas en los medios de educación, etc.

Conscientes de la necesidad de promocionar en la población hábitos de alimentación saludable, como parte de un estilo de vida sana, se pretende realizar una campaña de comunicación sobre alimentación sana.

Comer variado ayuda a transmitir a la población el concepto y las principales habilidades para promover una alimentación saludable: equilibrada en nutrientes y en energía, variedad de alimentos, recetas y técnicas culinarias, suficiente para cubrir nuestras necesidades y segura.

A través de mensajes sencillos con recomendaciones generales, con información sobre frecuencias de consumo, tamaño de raciones y recetas de cocina sana, se facilita a las 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 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000298	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0706204
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



conocimientos y habilidades para sensibilizar y favorecer la adopción de hábitos y estilos de vida sanos relacionados con la alimentación.

3.3. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación para este año cuenta con los siguientes objetivos generales de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Informar de las ventajas de mantener una dieta equilibrada, variable y saludable, combinada con la practica deportiva.
- Fomentar el consumo de frutas y verduras.

3.4. Criterios de conversión

Para evaluar convenientemente el grado de cumplimiento de los objetivos de comunicación que pretende la campaña de publicidad se establecen los siguientes indicadores de impacto:

- Nº. de visitas a la web www.larioja.org/comevariado durante el período de actividad de la campaña publicitaria.

3.5. Públicos objetivos

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

- **Público primario:** Seleccionamos como público primario a las **familias riojanas**, como núcleo de población relacionado con el objetivo de esta campaña. 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**.
- **Público secundario:** Seleccionaremos a niños y jóvenes como público objetivo secundario de esta campaña. Según los datos ofrecidos por El Estudio Aladino (2015), realizado en La Rioja con población de 6 a 9 años indica que la prevalencia de sobrepeso y obesidad alcanza al 34,99%, con cifras superiores en niños (39,6%) que en niñas (30%). De esta manera escogeremos para esta campaña **niños y jóvenes desde los 6 a los 32 años**. Este grupo de población está formado por **85.152 personas** en nuestra comunidad, según los datos del Instituto de Estadística de La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000298	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0706204
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



3.6. 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

<http://www.larioja.org/publicidad/es/identidad-publicitaria/tono-estilo-comunicacion-gobierno-rioja>

3.7. 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.

3.8. Lenguaje

Esta campaña publicitaria pretende promover hábitos alimenticios saludables, así como sensibilizar sobre las ventajas de mantener una dieta equilibrada y fomentar el consumo de frutas y verduras.

Por este motivo, se debe utilizar un tono y estilo persuasivos en la construcción de los mensajes publicitarios, con especial sensibilidad en la aplicación de un lenguaje inclusivo no sexista.

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 la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional, así como con el compromiso del Gobierno de La Rioja con la realidad social en la que se actúa.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000298	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0706204	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



3.9. Programa gráfico a aplicar en la campaña de publicidad

En este caso la tipología de campaña, según se especifica en la ficha básica de campaña del Plan de Publicidad Institucional, es **social**. Por ello, se deberá utilizar para la composición de mensajes el **programa publicitario social** del Programa de Identidad para la Publicidad Institucional.

Descargas útiles

Puedes consultar las normas gráficas y descargar las plantillas del programa en esta web:

www.larioja.org/programasocial

4. Contenido de los servicios

4.1. Normativa aplicable

Se 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.

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.

4.2. Objeto del contrato de creación publicitaria

El objeto de contrato previsto es la **el desarrollo y la adaptación de la creatividad publicitaria, para diferentes elementos gráficos y audiovisuales** que compondrán la campaña de publicidad institucional "Alimentación saludable" de la Consejería de Salud.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 5 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000298	Pleigo PT	Publicidad institucional	2018/0706204
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



4.3. Oferta técnica

Las propuestas deberán contemplar la siguiente **oferta técnica**:

- a) **Materiales para los soportes para 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:
- Adaptación y actualización de creatividad existente para **prensa escrita regional**:
 - Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 7 adaptaciones) y sus dimensiones una vez que esté adjudicado el pliego de prescripciones técnicas del contrato de difusión publicitaria para la presente campaña y, por lo tanto, cerrado su plan de medios.
 - Redacción, locución y producción de una **cuña** radiofónica:
 - Se especificará su duración (en torno a 20") una vez que esté adjudicado el pliego de prescripciones técnicas del contrato de difusión publicitaria para la presente campaña y, por lo tanto, cerrado su plan de medios.
 - Adaptación de creatividad para **banners** animados para medios digitales (HTML5):
 - Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 10 adaptaciones, con sus respectivas versiones para formatos móviles) y sus dimensiones una vez que esté adjudicado el pliego de prescripciones técnicas del contrato de difusión publicitaria para la presente campaña y, por lo tanto, cerrado su plan de medios.
 - Diseño y maquetación de **piezas gráficas para realizar publicidad en redes sociales**:
 - Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 4 adaptaciones, que podrán ser animadas) y sus dimensiones una vez que esté adjudicado el pliego de prescripciones técnicas del contrato de difusión publicitaria para la presente campaña y, por lo tanto, cerrado su plan de medios.
 - Actualización de la creatividad para **mupi** para su colocación en Logroño.
 - Tamaño 120x175 cm.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2018/000298	Pliego PT	Publicidad institucional		2018/0706204
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



b) Otros materiales gráficos para web y redes sociales:

- Diseño y maquetación de un **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 de un **banner** para publicar en las aulas virtuales de la plataforma RACIMA.
- Diseño y maquetación de **1 pieza gráfica animada (motion graphics)** para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno: Instagram (1080x1080 px), 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.](#)

4.4. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **900€ (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. En referencia a los materiales para los soportes para el plan de medios (ver apdo. 4.3.b), se deberá **detallar el precio por adaptación** (por ejemplo, por pieza para prensa regional, por banner, por cuña, etc.).
- 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.

4.5. Cesión de materiales

Al desarrollar y entregar el servicio de creatividad y diseño solicitado, la empresa seleccionada da consentimiento a la siguiente solicitud:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 7 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000298	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0706204
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



- a) **Entrega y cesión de materiales técnicos.** Los materiales se entregarán debidamente adaptados para cada uno de los soportes y formatos solicitados. También se entregarán el material gráfico en formato PDF y en archivos compatibles con programas de diseño, como Adobe In Design o Adobe Illustrator; así como el fotográfico empleado para la campaña.

5. Contacto técnico

La empresa puede 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

gabinete.presidencia@larioja.org

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 8 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000298	Plego PT	Publicidad institucional	2018/0706204	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				