



Rf.ª: CP/17/018

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

### **1. Presentación**

La Alianza Riojana por la Salud es una red de acciones conjuntas con asociaciones y entidades de todos los sectores sociales para promover entre los ciudadanos la importancia que tiene la corresponsabilidad en su salud. Por lo tanto, constituye una oportunidad para establecer un acuerdo básico de toda la sociedad con el fin de extender hábitos de vida saludables y promover entre los ciudadanos la corresponsabilidad sobre su propia salud.

El Gobierno de La Rioja, a través de la Consejería de Salud, ha emprendido la tarea de conseguir en la región esta gran alianza, que no sólo permita fortalecer el Sistema Público de Salud de La Rioja y asegurar su sostenibilidad, con criterios de equidad, calidad, cohesión, transparencia e innovación, sino que, además, haga partícipe del mismo a la totalidad de la sociedad riojana, avanzando en la corresponsabilidad en el cuidado de la salud.

La Alianza Riojana por la Salud tiene por objeto incorporar al conjunto de organizaciones y agentes sociales, con el fin de conseguir la más amplia base social posible para su constitución. Se trata, en suma, de alcanzar un consenso unánime en torno a un conjunto de acciones y medidas que refuercen el acceso a la sanidad y a la salud, la creación de una hoja de ruta que permita la participación social para alcanzar el objetivo común de tener una sociedad más saludable y, en definitiva, con una mayor calidad de vida.

A esta iniciativa se han sumado más de 290 entidades y asociaciones, y se espera seguir contando con adhesiones de todos los sectores de la sociedad riojana (instituciones, partidos, asociaciones de pacientes, industrias alimentarias, colegios profesionales, empresas, sistema educativo, entidades locales, medios de comunicación y ciudadanos).

La Alianza Riojana por la Salud tiene como marco referencial la “Declaración de Adelaida sobre la Salud en Todas las Políticas” y los principios básicos de la política de “Salud para todos en el Siglo XXI” de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Sus objetivos específicos son:

- 1. Reconocer la salud como un derecho fundamental de la persona, recogido por el Art. 43 de la Constitución.** Este derecho otorga su prestación y tutela a los poderes públicos, y ha de ser un objetivo fundamental de los gestores públicos la implicación en su defensa de toda la población y sectores, profesionales, sociales y económicos, así como su

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 16
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00132	Otros	Publicidad institucional	2017/0509045		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Director de Gabinete				
2	Consejera				
3					



participación activa a través de los cauces fijados. Solo así conseguiremos que la Sanidad no sea un arma política y que el Sistema Sanitario Riojano sea de todos.

2. **Considerar la salud como el resultado de las acciones combinadas de la sociedad.** Se pueden obtener ventajas cruciales, tanto en salud como en progreso económico, a través de unas políticas bien diseñadas en materia de educación, empleo, estructura industrial, fiscalidad y asuntos sociales.
3. **Asumir la responsabilidad en relación con el impacto sanitario de sus políticas y programas por parte de todos los sectores de la sociedad.** Por tanto, la evaluación del impacto sanitario se debe aplicar a todos los programas y políticas sociales y económicas así como a los proyectos de desarrollo que puedan tener una influencia sobre la salud.
4. **Aumentar la equidad y la solidaridad en cada ámbito de actuación,** ya que produce beneficios sanitarios y se encuentra asociado al cambio de toda la sociedad, a una mayor productividad y al crecimiento económico sostenido.
5. **Apostar por la transparencia y la responsabilidad** como bases de un buen modelo de gobierno que promueva la participación. La información sanitaria debe ser relevante y fácilmente accesible para los políticos, los gestores, los profesionales, así como para el público en general.
6. **Aceptar la libertad de elección de profesionales sanitarios** como una prerrogativa de los ciudadanos, y la promoción activa del autocuidado como una de las tareas del equipo formado por el médico y la enfermera. Las políticas y los programas sanitarios de la comunidad deberán garantizar la participación sistemática de los sectores locales y de las ONG en la promoción de unos estilos de vida sanos, de un medio ambiente saludable y de un sistema sanitario y social eficiente a nivel local.
7. **Reconocer el hogar como la unidad primaria de la sociedad,** en el que los miembros de la familia pueden aplicar políticas propias de salud, tales como un entorno seguro y libre de humo, así como una alimentación sana.
8. **Invertir en salud temprana** y evitar cualquier impacto negativo sobre la salud de los niños y jóvenes, sobre sus familias y sobre las personas responsables de su cuidado. Las inversiones en salud de los más pequeños repercuten más adelante en la vida.
9. **Adoptar por parte de las empresas el concepto de “empresa o entidad sana”,** que consta de tres elementos: promover la salud de su personal, hacer que los productos de la empresa sean tan saludables como sea posible; y ser socialmente responsables apoyando los programas de la comunidad local, regional o nacional. Las mejoras de las condiciones

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 16
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00132	Otros	Publicidad institucional	2017/0509045	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



laborales promoverá la existencia trabajadores más sanos, lo que a su vez, mejorará la productividad.

**10. Informar, educar y convencer a las personas de la importancia colectiva e individual de la salud** a través de los medios de comunicación.

Esta declaración se constituye como una herramienta para la puesta en marcha de la Alianza Riojana por la Salud y la consecución de sus objetivos.

El objetivo final será lograr una población más saludable, más implicada en la protección de su salud como un derecho social y, así, contar con un sistema sanitario más eficiente, más cercano y con más capacidad de dar respuesta a las necesidades que plantea la sociedad a la que sirve.

## 2. Enfoque de comunicación

La sanidad pública es uno de los mayores triunfos de los riojanos como sociedad y el pilar fundamental, junto con la educación, sobre el que se asienta nuestro modelo actual de bienestar. Y, a día de hoy, también podemos afirmar que para contar con una sociedad sana es también necesario que los ciudadanos se corresponsabilicen de su salud y sean conscientes de la importancia de cuidarse.

La buena salud mejora la calidad de vida y la productividad laboral, aumenta la capacidad de aprendizaje, fortalece a las familias y comunidades, y contribuye a la sostenibilidad del hábitat y del medio ambiente, así como a la seguridad, la reducción de la pobreza y la inclusión social.

El enfoque de comunicación de la campaña de la Alianza Riojana por la Salud pretende impulsar estas interacciones entre la salud, el bienestar y el desarrollo económico, a la par que concienciar a la ciudadanía en la lucha por combatir el sedentarismo, la obesidad, la hipertensión, el colesterol o demás patologías crónicas para las que es necesario que la población se cuide, interiorice hábitos de vida saludables, una nutrición adecuada y practique ejercicio físico.

Las propuestas creativas deben contener un alto valor de originalidad, creatividad e interactividad con los usuarios, auténticos protagonistas de la Alianza Riojana para la Salud.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 16
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00132	Otros	Publicidad institucional	2017/0509045
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



### 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:

- Presentar la Alianza Riojana por la Salud e incrementar la notoriedad en la sociedad riojana.
- Concienciar a los ciudadanos sobre el cuidado propio de la salud.
- Promover la adhesión de terceros a la Alianza por la Salud.

#### 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 ciudadanos que han participado en las actividades organizadas desde la Alianza Riojana por la Salud.
- N.º de entidades que se han suscrito a la Alianza Riojana por la Salud.

### 4. Públicos objetivos

Entendemos como público primario a la **sociedad riojana en general**: al conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **315.794 personas**, de las que 155.969 son hombres y 159.825 son mujeres.

Al definirse un grupo primario con tanta amplitud, se concluye en la necesidad de desagregarlo por segmentos más concretos de edad:

a) **Público primario**

**Personas mayores de 65 años.** Según los datos aportados por el instituto de Estadística de La Rioja, este grupo de personas con edad superior a 65 años está formado por **60.347 personas** en La Rioja.

b) **Público secundario**

**Niños y jóvenes.** Incluiremos en este grupo a los niños y jóvenes desde los 10 años hasta los 31 años. Según los datos aportados por el Instituto Riojano de Estadística, este rango de población incluye a **68.003 personas** en La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 16
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00132	Otros	Publicidad institucional	2017/0509045	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



**Familias riojanas.** 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**.

## 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

El emisor principal de la campaña de publicidad institucional será el Gobierno de La Rioja, cuyo imago tipo deberá convivir con la marca programa que se desarrolle para la Alianza Riojana por la Salud, tal y como se detalla más adelante en el presente brief.

### 5.2. Lenguaje

La campaña de publicidad institucional “Alianza por la Salud” se circunscribe dentro de las campañas de tipología **social**. Este tipo de campañas pretenden promover la concienciación ciudadana, por lo que está justificada la excepcionalidad del tono y el lenguaje persuasivos para estimular la concienciación ciudadana y la participación de la sociedad en asuntos de interés, tal y como ocurre en el objeto de esta campaña publicitaria.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 16
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00132	Otros	Publicidad institucional	2017/0509045	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



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

#### Programa publicitario social

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

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

## 6. Táctica publicitaria

A través de la campaña publicitaria se pretende, además de presentar la Alianza Riojana por la Salud e incrementar su visibilidad, concienciar a la ciudadanía sobre el cuidado propio de la salud.

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	Rompepág. 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 16
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00132	Otros	Publicidad institucional	2017/0509045	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



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

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 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 publicidad institucional.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAeS. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 7 / 16
Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento		
00848-2017/00132	Otros	Publicidad institucional	2017/0509045		
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora		
1	Director de Gabinete				
2	Consejera				
3					



## 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.

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 “Alianza por la Salud” de la Consejería de Salud.

### 7.3. Oferta técnica

Las propuestas deberán contemplar la siguiente **oferta técnica**, que **se dividirá en dos partes**:

#### 7.3.1. Desarrollo de la marca programa de la Alianza Riojana por la Salud

##### a) Construcción de la marca programa

La construcción deberá elaborarse de acuerdo a la guía de pautas y normas de composición fijadas por el Gobierno de La Rioja para las marcas programas.

#### Descargas útiles:

[Nueva guía de pautas y normas de composición para marcas programas.](#)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 8 / 16
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00132	Otros	Publicidad institucional	2017/0509045	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				





b) **La semiótica de la marca**

La marca programa deberá comprender el conjunto semiótico, que queda reflejado en el siguiente cuadro:

Tipo de signo	Expresión
Verbal	Alianza por la Salud
Icono-lingüístico	Isologo

c) **Contenido del manual**

El manual de la identidad programa de la Alianza por la Salud deberá contener los siguientes capítulos y contenidos:

- **Constantes gráficas**

Se entiende como constante gráfica al conjunto de elementos gráficos que permiten la construcción y la configuración de la marca programa Alianza por la Salud.

- Signo icono-lingüístico. Isologo

El signo icono-lingüístico, que es la expresión gráfica del signo verbal deberá presentarse en versión positiva y en versión en negativo.

Deberá presentarse en versión monocromática, en versión de color –de acuerdo al cromatismo elegido–; en versión monocromática en negativo y en versión policromática en negativo, de acuerdo a cada uno de los pantones elegidos para la marca programa. También deberá ofrecerse un test de reducción y la altura mínima de legibilidad del isologo.

- Cromatismo

El cromatismo corporativo regula el color de la marca programa Alianza por la Salud. Deberán presentarse los diferentes elementos que configuran el cromatismo de ADER en código Pantone y deberá ofrecerse un criterio de conversión adecuado para los modelos convencionales de color: CMYK, RGB y Hexadecimal (HEX).

- Familia tipográfica

La familia tipográfica se desplegará de acuerdo a los elementos que facilite el Gobierno de La Rioja a la empresa seleccionada.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 9 / 16
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00132	Otros	Publicidad institucional	2017/0509045
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



- **Constructivos de marca**

Se entiende por constructivo de marca al conjunto de normas de composición, disposición y organización de las constantes gráficas y al resultado de estas, que se materializa en el imagotipo.

Este capítulo normativo de la identidad contendrá los siguientes elementos:

- a) Las normas, pautas, medidas, escalas y/o proporciones de composición del isologo.
- b) Las diferentes versiones cromáticas del isologo - monocromática y polícromáticas-, de acuerdo a la aplicación del cromatismo corporativo.
- c) Las diferentes versiones de alineación de los elementos: versión horizontal y versión vertical.
- d) La convivencia de la marca Alianza por la Salud con el imagotipo del Gobierno de La Rioja, de acuerdo a la guía de pautas y normas de composición –véase capítulo 7.3.1. apartado a)– y con la marca de otras instituciones que mantienen una política de relaciones institucionales con este ente público.

d) **Otros trabajos a desarrollar por la empresa seleccionada**

Generación de archivos con el isologo, en formatos .png, .tiff, .jpg, .eps y .svg. Los archivos deberán contener las diferentes versiones cromáticas que se establezcan para la identidad (monocromático en blanco, monocromático en negra y versión a color), como las diferentes versiones en convivencia con la identidad central.

Diseño, maquetación e impresión del manual de identidad visual corporativa.

Maquetación: El manual deberá estar presentado en formato A4.

Unidades: 10 copias impresas del manual.

### 7.3.2. Materiales necesarios para la campaña de publicidad.

- e) **Creatividad central.** Se requiere el diseño y la creatividad de un cartel (50x70 cm) con la idea central de la campaña.
- f) **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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 10 / 16
Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento	
00848-2017/00132	Otros	Publicidad institucional	2017/0509045	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



- Diseño y maquetación de creatividades para prensa escrita auditada.
- Redacción, locución y producción de cuña publicitaria para los medios radiofónicos de corte generalista.
- Diseño y maquetación de banners animados para medios digitales.

g) **Otros materiales gráficos:**

- Diseño y maquetación de banner de cabecera para la web del Gobierno de La Rioja y para la configuración gráfica de las cuentas de Europe Direct.
- Diseño y maquetación de piezas gráficas animadas para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Europe Direct: 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

### 7.4.1. Marca programa

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **2.000 euros (IVA incluido)** con cargo a la partida presupuestaria **1410.1812.227.13** de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

- Los costes indirectos para la producción –como, por ejemplo la impresión del manual...–, 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.

### 7.4.2. Campaña publicitaria

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **3.000 euros (IVA incluido)** con cargo a la partida presupuestaria **1410.1812.227.13** de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

- Las ofertas económicas deberán desglosar los importes unitarios de cada uno de los elementos descritos en la oferta técnica.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 11 / 16
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00132	Otros	Publicidad institucional	2017/0509045	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



- 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.

### 7.5. Presentación de propuestas creativas

Las propuestas técnicas y económicas deberán ser remitidas al correo electrónico [publicidad@larioja.org](mailto:publicidad@larioja.org) **antes de las 9 horas del 11 de diciembre.**

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.

### 7.6. Contenido de las propuestas

El contenido mínimo a presentar por las agencias contendrá los siguientes elementos:

- **Marca programa:**
  - Propuesta del isologo de la Alianza por la Salud.
  - Propuesta de cromatismo de la marca programa: elementos cromáticos y referencias para los códigos Pantone, CMYK, RGB y Hezadecimal.
  - Ejemplo de convivencia con la identidad del Gobierno de La Rioja.
- **Campaña publicitaria:**
  - Creatividad principal: formato vertical y horizontal.
  - Copy creativo de la propuesta y lema de la campaña publicitaria.
  - Texto para cuña radiofónica.
  - Propuesta económica.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 12 / 16
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00132	Otros	Publicidad institucional	2017/0509045	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



## 7.7. Valoración de las propuestas creativas

### 7.7.1. Valoración de la marca programa de la Alianza Riojana por la Salud

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:

$$\frac{\text{PBrief/POV}^1}{\text{PBrief}^2/\text{POEb}^3} \times \text{n.º de puntos}$$

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

Baremo	Puntos
La propuesta es original, versátil, innovador y coherente con los objetivos específicos marcados por la Alianza por la Salud.	2
El isologo presentado respeta y se ajusta a la nueva guía de pautas y normas de composición para las marcas programa.	1
El isologo presenta un test de reducción adecuado para los diferentes soportes, formatos y espacios de aplicación de la marca.	1,5
El cromatismo planteado es coherente con el objeto y la actividad de la Alianza por la Salud.	1

**c) Criterios de Responsabilidad Social Corporativa**, hasta 1 punto, con arreglo a los siguientes criterios:

Criterios RSC	Puntos
La empresa acredita personal con capacidades diferentes en su plantilla	0,5
La empresa acredita imprimir con certificados de responsabilidad medioambiental	0,5

<sup>1</sup> Propuesta económica a valorar. Se incluyen las mejoras y los costes indirectos de producción.

<sup>2</sup> Importe máximo fijado en el artículo 7.4.

<sup>3</sup> Propuesta económica más baja de entre las propuestas recibidas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 13 / 16
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00132	Otros	Publicidad institucional	2017/0509045	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



d) Quedarán **excluidas** aquellas propuestas que **no respeten las nuevas pautas y normas de composición para las identidades extendidas**.

e) El grupo de valoración de propuestas se reserva el derecho a anular el **proceso de selección** si ninguna de las propuestas recibidas tuviera calidad técnica y comunicativa mínima y suficiente.

### 7.7.2. Valoración de la campaña de publicidad

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:

$$\frac{PBrief/POV^4}{PBrief^5/POEb^6} \times n.^{\circ} \text{ de puntos}$$

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 indicadores tradicionales de conversión, como la visita a página web- y detallado.	1

<sup>4</sup> Propuesta económica a valorar. Se incluyen las mejoras y los costes indirectos de producción.

<sup>5</sup> Importe máximo fijado en el artículo 7.4.

<sup>6</sup> Propuesta económica más baja de entre las propuestas recibidas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 14 / 16
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00132	Otros	Publicidad institucional	2017/0509045	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



Baremo	Puntos
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, con arreglo a los siguientes criterios:

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, con arreglo a los siguientes criterios:

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 gráficas recogidas en el programa de identidad corporativa para la publicidad institucional**.

**f)** El grupo de valoración de propuestas se reserva el derecho a anular el **proceso de selección** si ninguna de las propuestas recibidas tuviera calidad técnica y comunicativa mínima y suficiente.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 15 / 16
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00132	Otros	Publicidad institucional	2017/0509045	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



### 7.8. 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) El responsable de publicidad del Gobierno de La Rioja.
- c) El responsable de imagen, diseño y contenidos del Gobierno de La Rioja.
- d) Una persona seleccionada por la Consejería de Salud.
- 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.

### 7.9. Cesión de materiales

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

- 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. **Deberán facilitarse antes del 14 de diciembre.**

## 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			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 16 / 16
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00132	Otros	Publicidad institucional	2017/0509045	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				