



RF.º: CP/18/050

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «LUCHA CONTRA EL FRAUDE FISCAL», DE LA CONSEJERÍA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y HACIENDA

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 creación y diseño publicitario para la campaña de publicidad institucional “Lucha contra el fraude fiscal”, de la Consejería de Administración Pública y Hacienda.

2. Definición y descripción del contrato

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

- a) El **copy** y la **creatividad principal** para la campaña de publicidad institucional. A los efectos de este pliego, se entiende por *copy* al documento creativo que recoge la conceptualización, la idea clave, los mensajes-fuerza y la justificación técnica de los elementos gráficos que componen la propuesta creativa.
- b) El **diseño** y la **producción** de los contenidos gráficos y audiovisuales; la **redacción** de los contenidos editoriales; y/o la **compra, impresión y colocación** de materiales, de acuerdo a la orden de trabajo correspondiente que proporcionará el Gobierno de La Rioja.
- c) 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			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000295	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0709344	
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 prevención y lucha contra el fraude fiscal es una de las prioridades de la política económica del Gobierno de La Rioja, pues juega un papel fundamental para financiar los servicios y políticas públicas y reducir el déficit.

El fraude fiscal supone una amenaza para nuestro estado del bienestar y tiene efectos perniciosos en el funcionamiento de la economía y en la cohesión social ya que constituye un agravio para los cumplidores frente a los incumplidores; incide en el nivel y en la calidad de los servicios públicos, pues afecta directamente a su financiación y distorsiona la actividad económica y la leal competencia, produciendo agravios entre empresas.

Por este motivo, esta legislatura el Ejecutivo regional ha querido hacer un esfuerzo aún mayor en la prevención y lucha contra el fraude fiscal con la elaboración del Plan de Colaboración Pública y Social para la Prevención y Lucha contra el Fraude Fiscal 2016-2019, fruto del diálogo y la colaboración con los agentes y colaboradores sociales implicados en la lucha contra el fraude fiscal.

Para el Gobierno de La Rioja la prevención y lucha contra el fraude fiscal y la mejora del cumplimiento tributario se muestra como una necesidad, una demanda social y una exigencia de los poderes públicos pues afecta directamente a los fundamentos de nuestra sociedad.

Precisamente, entre los objetivos del Plan de Colaboración Pública y Social se encuentran el fomento de una conciencia cívica tributaria para favorecer el cumplimiento voluntario de las obligaciones fiscales por los ciudadanos riojanos; así como informar al ciudadano de las actuaciones de control, inspección y vigilancia para disuadir y prevenir el fraude, ya que estamos convencidos de que la mejor lucha contra el fraude fiscal es la transparencia.

Uno de los grandes objetivos principales del Plan es mejorar la educación financiera, máxime tras la influencia e importancia que actualmente ha adquirido el entorno económico y social en nuestra vida diaria.

Para ello, se ha redactado un **Plan de Educación Fiscal para la Comunidad Autónoma de La Rioja** dirigido tanto a los jóvenes, de forma que se contemplen medidas específicamente dirigidas a cada grupo de destinatarios. Con este Plan se persigue potenciar los conocimientos, destrezas y habilidades básicas que permitan a nuestros jóvenes comprender conceptos clave como el ahorro, los ingresos, el coste de las cosas, la calidad de vida o el consumo responsable.

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
00848-2018/000295	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0709344
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



3.2. Enfoque de comunicación

El objetivo fundamental de este Plan de Educación Fiscal para la Comunidad Autónoma de La Rioja consiste en contribuir al aumento de conocimiento, sensibilización y valoración de los jóvenes riojanos de las competencias tributarias ejercidas por las Instituciones Públicas de La Rioja, así como poner en valor su incidencia en los ciudadanos que viven y trabajan en nuestra comunidad autónoma.

Para ello, el enfoque de comunicación debe ir alineado con el objetivo positivo de una comunidad autónoma que lucha contra el fraude fiscal:

- Fomentando valores o actitudes como la solidaridad, la justicia y la equidad en niños y jóvenes;
- Promoviendo la responsabilidad junto con la participación ciudadana de esos niños y jóvenes en la vida social de su comunidad, con una visión crítica y proactiva;
- Y facilitando la comprensión de la función socio-económica de los tributos.

Asimismo, es importante que el público al que nos dirigimos perciba que el cumplimiento de sus obligaciones fiscales es importante para garantizar el estado de bienestar y que el fraude fiscal tiene un coste social alto.

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:

- Promover comportamientos responsables frente a la fiscalidad y facilitar la comprensión ciudadana en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- Reducir la incidencia de la evasión fiscal en la economía regional.

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/planeducacionfiscal durante el período de actividad de la campaña publicitaria.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2018/000295	Pliego PT	Publicidad institucional		2018/0709344
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



3.5. Públicos objetivos

Se establecen los siguientes públicos objetivos para la presente campaña de publicidad:

- **Público primario:** El público al que se dirige esta campaña está formado por riojanas y riojanos, en edad adulta, que residan en nuestra Comunidad Autónoma y también en el exterior.

En líneas generales, el público objetivo son **personas entre 18 y 65 años** (población activa). La mayoría de edad, situada en 18 años, permite la consolidación de la ciudadanía y el disfrute pleno del sistema de derechos en la Comunidad Autónoma de La Rioja. Este público objetivo está conformado por **125.402 personas**.

- **Público secundario:** El tejido económico de la comunidad autónoma, conformado por **empresas**, especialmente pymes y autónomos con domicilio fiscal en La Rioja.

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

www.larioja.org/identidadpublicitaria/general

3.7. Emisor de la campaña

Entendemos que la difusión de la oferta de empleo público regional 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.

3.8. Lenguaje

El objetivo principal de la campaña publicitaria pretende y promueve la sensibilización social sobre la necesaria educación en materia de cultura financiera, así como los hábitos y los

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 4 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000295	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0709344
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



comportamientos para aumentar la conciencia cívica para el pago de los tributos que sostienen los servicios públicos y, por ende, para la lucha conjunta contra el fraude fiscal.

Por este motivo, se solicita incorporar un tono y estilo persuasivos en la construcción de los mensajes publicitarios que inciten a la acción y conciencien a la ciudadanía sobre la importancia de adquirir esta conciencia social.

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.

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.

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
00848-2018/000295	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0709344
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



Por su parte la Ley 7/2017, de 22 de mayo, establece en el artículo 5 que las campañas de publicidad institucional se articularán mediante los contratos de publicidad, de difusión publicitaria, de creación publicitaria o de patrocinio previstos en la normativa vigente reguladora de la publicidad con carácter general.

4.2. Objeto del contrato de creación publicitaria

El objeto de contrato previsto es la **conceptualización y el desarrollo de la creatividad publicitaria, así como el diseño de los diferentes elementos gráficos y audiovisuales** que compondrán la campaña de publicidad institucional “Lucha contra el fraude fiscal” de la Consejería de Administración Pública y Hacienda.

4.3. Oferta técnica

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

- a) **Creatividad central.** Se requiere el diseño y la creatividad de un cartel (40x60 cm) con la idea central de la campaña.

Deberá acogerse al manual de identidad del Gobierno de La Rioja e incorporar los siguientes elementos:

- Imagotipo del Gobierno de La Rioja.
- Enlace a la página web www.larioja.org/planeducacionfiscal
- En el caso de que las propuestas contengan fotografías, podrán ser presentadas con fotografías de banco de imágenes, para las creatividades finales tendrá que realizarse una o varias sesiones fotográficas, tal y como se haya planteado en la propuesta inicial.

- b) **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:

- Diseño y maquetación de creatividades para **prensa regional**:
 - Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 8 adaptaciones) y sus dimensiones una vez que esté adjudicado el pliego de prescripciones

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 6 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000295	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0709344
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



técnicas del contrato de difusión publicitaria para la presente campaña y, por lo tanto, cerrado su plan de medios.

- Redacción, locución y producción de **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 8 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.

c) 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 y maquetación de **dos piezas gráficas animadas (motion graphics) con diferentes mensajes** 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.](#)

4.4. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **4.000€ (IVA incluido)** con cargo a la partida presupuestaria **1410.1812.227.13** de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

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
00848-2018/000295	Pliego PT	Publicidad institucional	2018/0709344
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



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:

- 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	
00848-2018/000295	Pleigo PT	Publicidad institucional	2018/0709344	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				