



INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 23 04 SERVICIOS RURALES», DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, MUNDO RURAL, TERRITORIO Y POBLACIÓN.

1. Objeto del contrato

El presente informe 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 “CP 23 04 Servicios rurales”, de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.

2. Definición y descripción del contrato

El objeto del contrato de creación 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 informe, 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.

3. Brief de comunicación de la campaña de publicidad institucional

3.1. Introducción

A través de esta campaña de publicidad se pretende difundir los servicios rurales e iniciativas en materia de **vivienda, educación, salud, tecnología, energía, inversiones municipales, accesibilidad y conciliación**, que desde el Gobierno de La Rioja se han desarrollado para impulsar el desarrollo de las zonas rurales.

Servicios rurales

Vivienda

Para que la disponibilidad de vivienda permita decidir con libertad el lugar donde vivir. Y poder elegir el medio rural como el entorno natural donde desarrollar un proyecto de vida y de trabajo:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2023/000003	Informe	Publicidad institucional	2023/0025814
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

- La **Hipoteca del Gobierno de La Rioja** ofrece financiación asequible con el objetivo de favorecer el acceso de los ciudadanos a la compra, construcción y rehabilitación de su vivienda. El nuevo programa tiene entre sus principales objetivos contribuir al asentamiento de población en municipios rurales.
- El programa **Habita Rioja** facilita el acceso a una vivienda en alquiler en las condiciones económicas más favorables para los inquilinos e inquilinas en toda La Rioja.
- La creación de un **parque de vivienda en los pueblos** en colaboración con los ayuntamientos para ampliar la disponibilidad de vivienda en el medio rural, con acceso a alquileres asequibles, para las personas jóvenes y para quienes más lo necesitan.

Salud

La sanidad pública rural es la que garantiza atención gratuita y equitativa a todos los ciudadanos, independientemente de donde residan.

En el medio rural se garantiza la total cobertura sanitaria de la población en toda la comunidad:

- Más servicios en atención primaria de los centros de salud y consultorios médicos, con un aumento del presupuesto destinado a salud en un 33% y en atención primaria en un 63%.
- Ayudas de más de un millón de euros a municipios y entidades locales para mantenimiento, equipamiento y obras de sus consultorios.
- Nuevos vehículos para las zonas de Villanueva de Cameros y Camero Viejo. Y la flota de vehículos de transporte sanitario contará por primera vez en La Rioja con un furgón 4x4 de soporte vital básico con sede en Villanueva.
- Proyecto en marcha de helipuerto en el Hospital San Pedro y un servicio de helicóptero medicalizado de atención sanitaria de urgencias.
- Vídeoconsulta de atención primaria para vecinos del medio rural como complemento a la consulta presencial.

Escuela Rural

La escuela rural juega un importante papel en el futuro de nuestros pueblos. La Rioja cuenta con unos 1.500 alumnos de Infantil y Primaria repartidos en sus Colegios Rurales Agrupados. El Gobierno de La Rioja ha iniciado la implantación de un novedoso Plan de Escuela Rural:

- Bajadas de las ratios para evitar el cierre de las escuelas

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2023/000003	Informe	Publicidad institucional	2023/0025814
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

- Formación Profesional en el entorno rural, con modelos y especialidades adaptados al tejido productivo de cada zona.
- Plan de estabilización del profesorado para dar aliciente a sus estancias y continuidad en la escuela rural.
- Erasmus Rural para que sus alumnos de Educación hagan las prácticas en centros rurales
- Plan de Red Pública 0-3 años en el entorno rural para la recuperación y crecimiento del medio rural.

Inversión en municipios

Propiciar y favorecer el progreso y desarrollo de las 174 localidades riojanas, independientemente de su tamaño es una prioridad del Gobierno de La Rioja. Y para ello, las **inversiones son fundamentales para mejorar las infraestructuras y servicios públicos** que recibe la ciudadanía.

- Más inversión y financiación para los ayuntamientos riojanos: 29,3 millones de euros para el 2023, que se distribuye en función de unos criterios objetivos y teniendo en cuenta las necesidades reales de los municipios.
- Atención especial a los municipios más pequeños y las localidades de más de 5.000 habitantes
- Reconocimiento de las cabeceras de comarca y de los municipios de más de 2.000 habitantes, y nuevas líneas de financiación para hacer frente a los nuevos desafíos.
- Modificación de los criterios de ayuda económica a las corporaciones locales respondiendo así a una de las demandas históricas de los ayuntamientos riojanos:
 - La financiación ya no se limita únicamente a inversiones, sino que también se pueden sufragar servicios y programas.
 - Son los propios ayuntamientos los que fijan sus propias actuaciones y el destino de los recursos que reciben.
- Incremento de un 62% de inversión en la mejora de la **accesibilidad** de los municipios y de los edificios públicos para personas mayores y personas con discapacidad.

Corresponsabilidad

En 2021, se puso en marcha un programa semilla del Gobierno de España a través del Ministerio de Igualdad, el **Plan Corresponsables**, con el objetivo principal de favorecer la conciliación desde un enfoque de igualdad entre hombres y mujeres:

- 2.784.004,50 euros en Ayudas en 2022 a disposición de los municipios riojanos para el cuidado profesional de menores de hasta 16 años de edad que pueden prestarse en domicilios o en dependencias públicas habilitadas (centros municipales, polideportivos, etc.) y para la realización de actividades de ocio y tiempo libre en horarios no escolares.

Plan de carreteras

Nuevo Plan de Carreteras (2023 – 2030) contempla inversiones de 194 millones en 8 años, más de **24 millones por año para comunicar mejor a los riojanos y facilitarles el acceso estén donde estén de toda La Rioja a los principales servicios como escuelas, centros médicos, polígonos industriales o zonas recreativas:**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2023/000003	Informe	Publicidad institucional	2023/0025814
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

- Mejoras en carreteras y caminos que unen la sierra con el valle.
- Vías secundarias para camiones para más fluidez y seguridad.
- Mejora servicio ante las nevadas.
- Más servicios de Bus Interurbano y el Bus Rural a demanda.
- Áreas de prestación conjunta de taxis que mejoran la disponibilidad de servicios de taxi a los usuarios de municipios que carecían de este servicio.
- Introduciendo por primera vez la movilidad sostenible con carriles ciclopeatonales entre municipios.

Comunidades energéticas

Para las localidades del medio rural es vital contar con los principales servicios básicos. El Gobierno está desarrollando **comunidades energéticas con la energía renovable de placas solares para auto-abastecer de forma limpia y autosuficiente a aquellos núcleos alejados de la red eléctrica.**

- En marcha 4 comunidades energéticas en Treguajantes, Larriba de Cameros, (Ajamil), San Martín de Jubera y Santa Marina (Santa Engracia de Jubera)
- Inicio en 6 aldeas: Luezas (Soto en Cameros), Turza (Ezcaray) Zenzano (Lagunilla de Jubera) El Collado (Santa Engracia de Jubera) Ambas Aguas (Muro de Aguas) y Carbonera (Bergasa).

Dotar a estas localidades de algo tan básico como es contar con luz eléctrica, genera un interés creciente en estas aldeas por rehabilitar viviendas y puede ser un aliciente para crear pequeños negocios de ganadería, artesanía o turismo rural.

Tecnología y conectividad de fibra

La Rioja es una de las comunidades mejor situadas en cuanto al porcentaje de habitantes con acceso a fibra. La región está cuatro puntos por encima de la media nacional.

Es esencial impulsar todas las medidas necesarias para **llevar conectividad al 100% de nuestros ciudadanos y al 100% de nuestras empresas de manera que las tecnologías de la información sean un factor clave de desarrollo del tejido productivo, de la administración, las entidades y de la sociedad en general.**

Es necesario reconocer y valorar la importancia estratégica que tienen las tecnologías de la información. Y ser conscientes de que el **proceso de transformación digital**, acelerado por **el contexto actual**, hacen **absolutamente** necesaria la **universalidad de los servicios digitales.**

Porque, además, en las zonas rurales estas herramientas se establecen como una medida de cohesión territorial para permitir la **fijación o el aumento de población** que, entre otras cuestiones, requiere la disponibilidad de acceso a todos los servicios esenciales.

3.2. Enfoque de comunicación

A través de esta campaña se pretende transmitir cómo la implementación de estrategias y acciones atractivas en el mundo rural resultan claves para fijar población y permiten desarrollar y atraer proyectos de vida y

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 4 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2023/000003	Informe	Publicidad institucional	2023/0025814
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

trabajo. Los servicios públicos rurales en materia de vivienda, educación, sanidad, inversiones, transporte y movilidad, conciliación y corresponsabilidad y tecnología, entre otros, resultan esenciales para impulsar las oportunidades en entornos rurales.

Para ello, se propone desarrollar una creatividad paraguas con un eslogan principal que traslade la importancia de los servicios públicos rurales y su contribución para que el **entorno rural sea una opción atractiva para desarrollar un proyecto de vida o trabajo** y al mismo tiempo evolucionar hacia una **nueva ruralidad más digitalizada y sostenible**

Esa creatividad principal se complementará con una imagen y copy específicos para que cada uno de los servicios rurales sea protagonista, con sus propias adaptaciones (prensa, banners, cuña, etc.), durante una semana (está previsto que la campaña tenga una duración de unas 7 semanas):

- 1ª sem. Vivienda
- 2ª sem. Salud
- 3ª sem. Escuela rural
- 4ª sem. Inversiones municipios
- 5ª sem. Corresponsabilidad
- 6ª sem. Plan de carreteras
- 7ª sem. Comunidades energéticas y tecnología (conectividad)

3.3. Objetivos de comunicación

El principal objetivo de la campaña es presentar el medio rural como un territorio de oportunidades donde poder desarrollar un proyecto de vida y trabajo. Además, se pretende difundir los servicios rurales e iniciativas en materia de **vivienda, educación, salud, tecnología, energía, inversiones municipales, accesibilidad y conciliación**, que se han desarrollado para impulsar el desarrollo de las zonas rurales.

3.4. Criterios de conversión

Para evaluar convenientemente el grado de cumplimiento de los objetivos de comunicación que pretende la campaña de publicidad se establece el siguiente indicador de impacto:

- Nº. de visitas a la web o landing específica de campaña durante el período que dure la actividad de la campaña.

3.5. Públicos objetivos

Se establecen como público objetivo primario para la campaña de comunicación institucional a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El Instituto de

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 5 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2023/000003	Informe	Publicidad institucional	2023/0025814
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **316.806 personas**, de las que 155.883 son hombres y 160.924 son mujeres.

*Datos del IER a 1.7.2022

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/identidadpublicitaria>

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

Con esta campaña se pretende alcanzar al máximo número de población riojana con lo que el lenguaje empleado será sencillo, claro y directo. Además, resulta imprescindible llegar a los públicos objetivos, evitar confusiones y crear un mensaje ligado a la idea central de la campaña donde se tenga en cuenta el lenguaje inclusivo y se eviten los mensajes sexistas.

4. Contenido de los servicios

4.1. 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2023/000003	Informe	Publicidad institucional		2023/0025814
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

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 “CP 23 O4 Servicios rurales”, de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.

4.3. Necesidades creativas

La empresa adjudicataria se encargará de:

- a) **Desarrollar la propuesta de creatividad de la campaña.** Se requiere la propuesta creativa central de la campaña, con el slogan y el copy de campaña en **versión vertical y horizontal** para banners, y además, una composición gráfica específica para cada servicio rural. Con dos ejemplos de servicios rurales es suficiente para la propuesta a concurso.

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 landing de la campaña.
- En el caso de utilizarse alguna fotografía, se podrá recurrir a una foto de banco de imágenes únicamente para la propuesta a concurso, en caso de resultar seleccionada, la fotografía debe ser original y ajustándose a las proporciones y estética de la foto de ejemplo.
- El número de depósito legal se facilitará desde el Gobierno de La Rioja.

Materiales para los soportes del plan de medios. La empresa se hará cargo de las adaptaciones de la creatividad central de la campaña publicitaria y de las específicas de cada servicio rural.

De acuerdo al plan de medios previsto para la campaña publicitaria:

- Diseño y maquetación de creativities para **prensa y exterior**:

Se especificarán las piezas necesarias (en torno a **27 adaptaciones**) y sus dimensiones, una vez que esté definido el plan de medios.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 7 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2023/000003	Informe	Publicidad institucional	2023/0025814
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

- Redacción, locución y producción de **7 cuñas** radiofónicas de 20”
- Adaptación de creatividad para **banners** animados para medios digitales y redes sociales (HTML5, GIF y mp4):
Se especificarán las piezas necesarias (en torno a **41 adaptaciones**) y sus dimensiones una vez que esté definido el plan de medios.
- Diseño de una landing page en html para la campaña.

4.4. La propuesta

La propuesta presentada debe contener como mínimo:

- Desarrollo de la creatividad publicitaria con el slogan, copy y propuesta gráfica en **formato horizontal y vertical. El desarrollo conceptual no deberá sobrepasar las 3 páginas.**
Una vez adjudicado el contrato, se presentará el desarrollo, y las diferentes aplicaciones a los distintos formatos, así como el diseño de los diferentes elementos gráficos y sonoros que compondrán la campaña de publicidad.
- Un presupuesto total y desglosado, con el importe sin IVA del coste del desarrollo de la creatividad publicitaria y de los elementos detallados en el punto 4.3.b.y el importe correspondiente al IVA como partida independiente.
Deberá detallarse el precio unitario por adaptación.
- Las mejoras que se propongan, si las hubiera, deberán valorarse y cuantificarse dentro del presupuesto.

La propuesta económica no deberá superar los **9.300€ (IVA incluido)**.

4.5. Presentación de propuestas

Las propuestas deberán ser remitidas al correo electrónico publicidad@larioja.org y sgt.hac@larioja.org antes de las **10 horas del viernes 20 de enero**.

4.6. Valoración de las propuestas

Se adjudicará a la propuesta con mayor puntuación siguiendo los siguientes criterios:

- ✓ Grado en que la propuesta alcanza en mayor medida los objetivos previstos incluyendo los elementos de identidad institucional. **Hasta 30 puntos.**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 8 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2023/000003	Informe	Publicidad institucional	2023/0025814	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2				

- ✓ El copy creativo y slogan de campaña son originales *-no existe un precedente a nivel nacional en campañas similares-*, innovadores *-promueve la animación y la interacción con el usuario, superando la información-* y detallado. **Hasta 30 puntos.**
- ✓ Grado en que la propuesta se adapta en mayor medida al enfoque y lenguaje propuesto. **Hasta 30 puntos**
- ✓ Propuesta económica de menor valor. **Hasta 10 puntos.**

$$\text{Puntuación} = 10 \times \frac{\text{Importe de la menor propuesta económica sin IVA}}{\text{Importe de la propuesta económica que se valora sin IVA}}$$

De acuerdo a los criterios de valoración establecidos en el IPT si ninguna de las propuestas alcanza una puntuación mínima de 40 puntos, se podrán volver a solicitar nuevas propuestas creativas a los participantes en el proceso de selección o no seleccionar ninguna de las presentadas.

4.7. Cesión de materiales

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

Entrega y cesión de materiales técnicos. Los materiales se entregarán debidamente adaptados para cada uno de los soportes y formatos solicitados. Se entregará 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. También se cederán los diferentes archivos generados para la pieza audiovisual. Todos los materiales entregados pasarán a ser propiedad del Gobierno de La Rioja, que podrá utilizarlos en cuantas acciones desee, sin límite de tiempo.

Los primeros materiales deberán facilitarse el miércoles 1 de febrero.

5. Contacto técnico

La empresa puede dirigirse a la Oficina de la Presidenta para consultar sus dudas, trasladar sus sugerencias y solicitar el material creativo.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 9 / 10
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00848-2023/000003	Informe	Publicidad institucional	2023/0025814
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

Personas de contacto

Marta Miguel García, gestora de Publicidad

Cristina Martínez Marín, responsable de Imagen

Teléfono de contacto

941291100 ext. 34064 - 669729236

Email: mmiguelg@larioja.org

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 10 / 10
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
00848-2023/000003	Informe	Publicidad institucional	2023/0025814
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			