



INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 24 05, NUEVOS SERVICIOS DE LA ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA EN MATERIA TRIBUTARIA. GRIAR» DE LA CONSEJERÍA DE HACIENDA, GOBERNANZA PÚBLICA, SOCIEDAD DIGITAL Y PORTAVOCÍA DEL GOBIERNO

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 24 05 Nuevos servicios de la administración electrónica en materia tributaria. GRIAR”, de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno.

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, que se presentarán en un informe que incluirá brevemente la conceptualización, la idea clave, los mensajes fuerza y la justificación técnica de los elementos gráficos de 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, en su caso, 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

El objetivo de esta campaña es difundir el nuevo sistema de **Gestión de Recursos e Ingresos Autonómicos de La Rioja, GRIAR**, operativo desde enero en La Rioja.

Este nuevo sistema permite a los ciudadanos presentar y pagar por internet todos los impuestos, sin necesidad de acudir presencialmente a las dependencias de Tributos del Gobierno de La Rioja ni a una oficina bancaria. Este programa supone todo un hito en la historia de la Comunidad puesto que, por primera vez desde que la Administración autonómica tiene competencias en materia fiscal, La Rioja se dota de una auténtica oficina tributaria virtual, propia del siglo XXI.

GRIAR es una plataforma de gestión integral que engloba todo el proceso de recaudación, cálculos, presentaciones, pagos y tramitación tributaria, y se integra con los sistemas de otros organismos y entidades

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2024/000018	Informe	Publicidad institucional	2024/0149329
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

relevantes para la gestión tributaria, caso de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT). Tramita los impuestos cedidos por el Estado, como Transmisiones Patrimoniales o el Impuesto de Sucesiones, los propios de la comunidad autónoma, así como las tasas y precios públicos de la CAR.

En concreto, esta plataforma permite la tramitación, la gestión y el pago telemático (generaliza el uso de la TPV y del BIZUM, y extiende el adeudo en cuenta según el protocolo NRC o Número de Referencia Completo) de todos los tributos que gestiona la Comunidad, lo que evita desplazamientos físicos a las dependencias de una oficina bancaria.

Las principales utilidades que ofrece el sistema GRIAR son las siguientes:

- Normalización de la gestión de los tributos: un único tramitador integra los procedimientos generales tributarios comunes.

- Integración con todos los servicios generales del Gobierno de La Rioja: notificaciones, Registro, carpeta ciudadana...

- Integración con el sistema de información contable de la CAR (SICAP): tesorería y aplicación a presupuesto.

- Sistema de recaudación único para todos los ingresos a través del estándar del cuaderno 65 de EE.CC, que recoge las normas relativas a la recaudación de tributos, tasas y demás ingresos autonómicos por las entidades colaboradoras.

GRIAR está disponible en el apartado de tributos de la página web del Gobierno regional (<https://www.larioja.org/tributos/es>) y sustituye al sistema informático de la Dirección General de Tributos de La Rioja, que databa de 1986.

3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación son dos:

- Informar de esta nueva plataforma de gestión tributaria a la sociedad riojana y de sus ventajas para la ciudadanía
- Esta plataforma permite a los ciudadanos tramitar y abonar estos impuestos directamente, con certificado digital
- Transmitir a la ciudadanía la modernización de la Administración que busca mejorar la vida de los ciudadanos en el ejercicio de sus derechos y obligaciones.

3.3. Enfoque de comunicación

El enfoque de comunicación que se considera más adecuado es el enfoque informativo. Se quiere difundir este **nuevo sistema de gestión de tributos**, que supone la puesta en marcha de una auténtica **oficina telemática tributaria** que permite la **tramitación, la gestión y el pago de los tributos y tasas autonómicas**. En concreto se

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2024/000018	Informe	Publicidad institucional	2024/0149329
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

pueden gestionar y abonar los Impuestos sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados, el de Sucesiones y Donaciones, los tributos sobre el juego y el canon de saneamiento, además de tasas y precios públicos de carácter autonómico.

Esta oficina virtual está disponible en el apartado de tributos de la página web del Gobierno regional: <https://www.larioja.org/tributos/es>.

Además, también es relevante poner el foco en las **ventajas que supone para los ciudadanos**: evita desplazamientos y simplifica, agiliza y moderniza todos los procesos relacionados con la gestión tributaria.

3.4. Públicos objetivos

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

Público objetivo primario:

El público objetivo primario de la campaña son las personas entre 25 y 65 años. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 175.263* personas, 87.538 mujeres y 87.726 hombres. (Datos del Instituto de Estadística de La Rioja a 1 de julio de 2022).

Público secundario:

Sociedad riojana en general.

3.5. 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 del Gobierno de La Rioja establece un conjunto de normas orientadas a la homogeneidad de tono y estilo de su actividad, que se pueden consultar en el siguiente enlace: <http://www.larioja.org/identidadpublicitaria> y, más concretamente, en el apartado G4 Publicidad Institucional.

3.6. Lenguaje

El lenguaje empleado será sencillo, claro y directo, dirigido a la sociedad en general.

3.7. 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000018	Informe	Publicidad institucional	2024/0149329	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2				

3.8. Emisor de la campaña

Esta campaña, de servicio público, se enmarca en el Plan de Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja para el año 2024 y su órgano emisor es la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno.

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.

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 24 05, **“CP 24 05 Nuevos servicios de la administración electrónica en materia tributaria. GRIAR”**, de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno.

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, el slogan y el copy de campaña. Se planteará en versión vertical y horizontal para banners.

Deberá acogerse al Manual de Identidad del Gobierno de La Rioja e incorporar los siguientes elementos:

- Imagetipo del Gobierno de La Rioja.
- Estructura constructiva según el *lay out* publicado en el Manual de identidad gráfica del Gobierno de La Rioja para las campañas de publicidad institucional, apartado G4.
- 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 4 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2024/000018	Informe	Publicidad institucional	2024/0149329
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

- El número de depósito legal se facilitará desde el Gobierno de La Rioja.
- b) **Materiales para los soportes del plan de medios.** La empresa se hará cargo de las 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 y exterior. Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 8 adaptaciones) y sus dimensiones, una vez que esté definido el plan de medios.
 - Redacción, locución y producción de 1 cuña radiofónica de 20”.
 - Adaptación de creatividad para banners animados para medios digitales (GIF) y Redes Sociales (motions graphics, mp4). Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 18 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.
- Las mejoras que se propongan, si las hubiera, deberán valorarse y cuantificarse dentro del presupuesto.

La propuesta económica no deberá superar los **5.000€ (IVA incluido)**.

4.5. Presentación de propuestas

Las propuestas creativas deberán ser remitidas al correo electrónico publicidad@larioja.org **antes de las 10.00 horas del lunes, 26 de febrero.**

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 de comunicación** previstos en apartado 3.2., incluyendo los elementos de identidad institucional. **Hasta 30 puntos.**
- ✓ Grado en que la propuesta se adapta en mayor medida al **enfoque de comunicación**, previsto en el apartado 3.3., **lenguaje** propuesto (apartado 3.6.) y **públicos objetivo** (apartado 3.4.). **Hasta 30 puntos**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 5 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2024/000018	Informe	Publicidad institucional	2024/0149329
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

- ✓ La propuesta creativa y el slogan de campaña son **originales** -no existe un precedente a nivel nacional en campañas similares-, **promueven la animación y la interacción con el usuario**, superando la información y son **detallados. Hasta 30 puntos.**
- ✓ Propuesta económica de menor valor. **Hasta 10 puntos.**

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

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 material 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.

Las artes finales deberán facilitarse antes de las 14 horas del lunes, 11 de marzo.

5. Contacto técnico

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

Personas de contacto:

Susana Conde

Directora de Publicidad Institucional

Sheila Uzqueda

Responsable de Imagen y Diseño

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 6 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2024/000018	Informe	Publicidad institucional	2024/0149329
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			