



INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 24 23, AYUDAS AUTÓNOMOS» DE LA CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, EMPRESA Y TRABAJO AUTÓNOMO

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 23, Ayudas autónomos”, de la Consejería de Economía, Innovación, Empresa y Trabajo Autónomo.

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. En este caso, la campaña se divide en dos olas, una por convocatoria de ayudas, por lo que se propone **hacer dos creatividades, con una misma línea de comunicación y diseño, para cada una de las convocatorias de ayuda.**

Para la **creatividad de la primera convocatoria** se pondrá el foco en los menores de 30 y mayores de 60, a los que se les abonará una cuantía de 2.700 euros.

Para la **segunda, la creatividad** se centrará en los autónomos de entre 30 y 59 años.

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 las ayudas englobadas en el Plan de Consolidación al Trabajo Autónomo de La Rioja para impulsar, en los ejercicios 2024 y 2025, la actividad de trabajadores autónomos de los todos los sectores profesionales de La Rioja, incluyendo por primera vez al sector agrario.

Este Plan beneficiará mediante ayudas directas a más de 24.000 autónomos, entre ellos agricultores y ganaderos de La Rioja. En concreto, la Comunidad Autónoma de La Rioja cuenta con 24.434 autónomos con domicilio social

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE | | | en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja. | Pág. 1 / 7 |
|------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|--|------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento | |
| 00848-2024/000034 | Informe | Publicidad institucional | 2024/0236954 | |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | Fecha/hora | |
| 1 | Directora de Publicidad Institucional | | | |
| 2 | | | | |

y fiscal en La Rioja y al menos un año de antigüedad. De ellos, 6.000 son menores de 30 o con más de 60 años, 12.000 tienen entre 30 y 60 años y 6.000 son autónomos societarios.

El colectivo de los trabajadores autónomos sufrió especialmente las consecuencias de la crisis financiera del 2008, lo que supuso una pérdida de representatividad frente al conjunto de los afiliados. Además, los avances registrados en los últimos años quedaron anulados por los efectos de la pandemia de la COVID-19, que castigó con fuerza a este colectivo.

El Plan que se presenta en esta campaña institucional supondrá ayudas directas y de pago único de 2.700 o 2.100 euros según el tramo de edad del autónomo. Así, se contempla una ayuda directa de 2.700 euros para los autónomos menores de 30 años y para aquellos que acreditan 60 años o más; y una segunda ayuda directa por importe de 2.100 euros para los autónomos de entre 30 y 59 años.

Este plan de ayudas, repartidas en tres convocatorias, dos en 2024 y una en 2025, está dirigido a trabajadores autónomos y autónomos societarios de todas las edades y que cumplan al menos un año de actividad y con domicilio fiscal y centro de trabajo en La Rioja.

La primera convocatoria se activará en marzo y va dirigida a personas físicas menores de 30 años y con 60 años o más. El objetivo es ayudar a los autónomos más jóvenes al inicio de su camino emprendedor y, por otro lado, a quienes han estado cotizando muchos años y se merecen un último impulso para llegar a la edad de jubilación.

La segunda, por su parte, se activará en el segundo semestre de 2024 y beneficiará a los autónomos personas físicas de entre 30 y 59 años. En 2025, para concluir, podrán optar a esta novedosa línea de ayudas los autónomos societarios cuya base liquidable en el IRPF sea inferior a 60.000 euros.

3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación son:

- Difundir e **informar de esta ayuda directa** que, de forma pionera, ha puesto en marcha el Gobierno de La Rioja en la Comunidad Autónoma:
- **Indicar a quién se dirige la ayuda:** a autónomos personas físicas de todos los sectores económicos, incluidos, el agrícola y ganadero.
- Hacer hincapié en la **simplicidad del trámite administrativo** de la ayuda, mediante la presentación de un formulario de solicitud electrónico.

3.3. Enfoque de comunicación

El enfoque de comunicación que se considera más adecuado es el de informar a los autónomos personas físicas de todos los sectores económicos de esta ayuda directa, así como de sus principales características.

En este sentido, es relevante informar de los siguientes aspectos concretos:

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small> | | | Pág. 2 / 7 |
|--|---------------------------------|--------------------------|---------------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento |
| 00848-2024/000034 | Informe | Publicidad institucional | 2024/0236954 |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | Fecha/hora |
| 1 Directora de Publicidad Institucional | | | |
| 2 | | | |

- Se trata de una cuantía fija y única a cada uno de ellos. El objetivo de esta ayuda es que les ayude a soportar los gastos fijos necesarios para el desarrollo de la actividad económica y los gastos habituales de funcionamiento.

- Para este año 2024 se ha establecido dos convocatorias:

- **1ª convocatoria** en marzo: para los autónomos personas físicas menores de 30 y de más de 60 años, a los que se les abonará una cuantía de 2.700 euros

- **2ª convocatoria** (prevista para segundo semestre) para los autónomos personas físicas de entre 30 y 59 años, con una cuantía de 2.100 euros.

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 es el colectivo de autónomos de La Rioja, especialmente, los englobados en la primera y segunda convocatoria objeto de esta campaña.

Como **público objetivo secundario** se engloba la 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 al público objetivo de la campaña.

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.

3.8. Emisor de la campaña

Esta campaña, de empleo y formación, 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 Economía, Innovación, Empresa y Público Autónomo.

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE | | | en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja. | Pág. 3 / 7 |
|------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|--|--------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | | Nº Documento |
| 00848-2024/000034 | Informe | Publicidad institucional | | 2024/0236954 |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | | Fecha/hora |
| 1 | Directora de Publicidad Institucional | | | |
| 2 | | | | |

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 23, Ayudas Autónomas”, de la Consejería de Economía, Innovación, Empresa y Trabajo Autónomo.

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:

- Imagotipo 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.
- El número de depósito legal se facilitará desde el Gobierno 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. 4 / 7 |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento |
| 00848-2024/000034 | Informe | Publicidad institucional | 2024/0236954 |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | Fecha/hora |
| 1 Directora de Publicidad Institucional | | | |
| 2 | | | |

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:

Para la primera ola de la campaña:

- Diseño y maquetación de creatividades para prensa. Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 5 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.

Para la segunda ola:

Además, se requiere la **actualización de las piezas adecuadas a los soportes previstos en el plan de medios para la segunda ola de la campaña** (prevista para el segundo semestre del año) que coincide con la segunda convocatoria de ayudas.

- Diseño de **una landing page** en html común para las dos oleadas de 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 de las dos oleadas. 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 **7.500€ (IVA incluido)**. El abono de la factura será en dos pagos.

El **primer abono** se llevará a cabo una vez finalizados y entregados los trabajos especificados en el apartado 4.3. correspondientes a la primera ola. El segundo pago, se abonará una vez finalizados y entregados los trabajos correspondientes a la segunda ola.

4.5. Presentación de propuestas

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small> | | | Pág. 5 / 7 |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento |
| 00848-2024/000034 | Informe | Publicidad institucional | 2024/0236954 |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | Fecha/hora |
| 1 Directora de Publicidad Institucional | | | |
| 2 | | | |

Las propuestas creativas deberán ser remitidas al correo electrónico publicidad@larioja.org **antes de las 10.00 horas del jueves, 21 de marzo.**

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 el apartado 3.2., previstos incluyendo los elementos de identidad institucional. **Hasta 30 puntos.**
- ✓ 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.**
- ✓ 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 (3.4.). **Hasta 30 puntos**
- ✓ Propuesta económica de menor valor. **Hasta 10 puntos.**

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

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 14.00 horas del martes, 2 de abril.

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:

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE | | | en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja. | Pág. 6 / 7 |
|---|--------------------------|--------------------------|--|--------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | | Nº Documento |
| 00848-2024/000034 | Informe | Publicidad institucional | | 2024/0236954 |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | | Fecha/hora |
| 1 Directora de Publicidad Institucional | | | | |
| 2 | | | | |

Susana Conde
Directora de Publicidad Institucional

Sheila Uzqueda
Responsable de Imagen y Diseño

| DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE | | | en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja. | Pág. 7 / 7 |
|------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|--|------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | N° Documento | |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | Fecha/hora | |
| 00848-2024/000034 | Informe | Publicidad institucional | 2024/0236954 | |
| 1 | Directora de Publicidad Institucional | | | |
| 2 | | | | |