



# INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 24 30 CAMPAÑA DE SOLICITUD ÚNICA DE LAS AYUDAS DE LA PAC» DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, MUNDO RURAL Y MEDIO AMBIENTE

## 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 30 CAMPAÑA DE SOLICITUD ÚNICA DE LAS AYUDAS DE LA PAC”, de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural y Medio Ambiente.

## 2. Definición y descripción del contrato

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

- 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.
- 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.
- 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 la información relativa sobre la solicitud de las ayudas PAC en 2024, cuyo plazo para la presentación de la documentación se abrió el pasado 1 de febrero y finalizará el 30 de abril, con un plazo para la modificación hasta el 31 de mayo.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000025	Informe	Publicidad institucional	2024/0185885	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2				

Los agricultores y ganaderos deben tener en cuenta algunas novedades importantes de cara a la solicitud de ayudas de esta campaña, ya que hay algunos cambios respecto a 2023, año en el que se flexibilizaron algunas medidas a consecuencia de la guerra de Ucrania y por la sequía.

La Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural y Medio Ambiente pone a disposición la web [www.larioja.org/pac](http://www.larioja.org/pac) donde se establece un amplio resumen de los requisitos de las buenas condiciones y medioambientales (BCAM) de la condicionalidad y de las ayudas de ecorregímenes, por tipo de terreno.

Asimismo, está disponible un informe de cada expediente de la solicitud 2023 con esta información de todos los recintos declarados de tierras de cultivo, que puede obtenerse desde el REA (registro de explotaciones) o solicitándolo en las oficinas del Servicio de Atención al Ciudadano/Oficina Comarcal Agraria.

Se pueden consultar los documentos informativos para la campaña 2024 con las normas de condicionalidad reforzada, de obligado cumplimiento para todas las explotaciones agrarias que soliciten ayudas, y los ecorregímenes, ayudas de carácter voluntario vinculadas a la superficie.

### 3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación son dos:

- Informar de los **requisitos, plazos, lugar donde presentar las solicitudes y novedades** a la hora de presentar la solicitud de ayudas de la PAC. Las solicitudes se pueden presentar en las entidades colaboradoras y oficinas comarcales que colaboran en la prestación de este servicio, en la Oficina de la PAC en La Grajera y en las Oficinas de Atención al Ciudadano del Gobierno de La Rioja.
- Transmitir una **imagen moderna del agricultor y ganadero** riojano del siglo XXI.

### 3.3. Enfoque de comunicación

Se inicia el segundo año de aplicación del Plan Estratégico de la PAC (PEPAC) aprobado para el periodo 2023-2027. El enfoque de comunicación que se considera más adecuado es el enfoque informativo. Es relevante indicar cuestiones como plazos de presentación de solicitudes y lugar de presentación.

Proponemos remitir a la web: [www.larioja.org/pac](http://www.larioja.org/pac) para que todos los interesados puedan conocer de primera mano la información de interés, como requisitos y novedades, así como todas las herramientas y cuestiones relacionadas sobre la tramitación de la solicitud única de la PAC.

### 3.4. Públicos objetivos

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

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
00848-2024/000025	Informe	Publicidad institucional	2024/0185885
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

- **Público objetivo primario:** el público objetivo primario de la campaña son los 6.786 afiliados al régimen especial agrario y al especial de trabajadores autónomos que representan el 6% del PIB de La Rioja, el 18% si se le suma la industria agroalimentaria y el enoturismo.
- **Público objetivo 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:

- N°. de visitas a la web ([www.larioja.org/pac](http://www.larioja.org/pac)) durante el período que dure la actividad de la campaña.

### 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 Agricultura, Ganadería, Mundo Rural y Medio Ambiente.

## 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 6
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
00848-2024/000025	Informe	Publicidad institucional	2024/0185885
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

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 30 Ayudas de la PAC”, de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural y Medio Ambiente.

#### 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.
- 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 imagen para la web [www.larioja.org/pac](http://www.larioja.org/pac) en sintonía con la campaña.

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
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
00848-2024/000025	Informe	Publicidad institucional	2024/0185885
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

#### 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 **5.000,00 € (IVA incluido)**.

#### 4.5. Presentación de propuestas

Las propuestas creativas deberán ser remitidas al correo electrónico [publicidad@larioja.org](mailto:publicidad@larioja.org) **antes de las 10.00 horas del lunes, 11 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 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**
- 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.**

Importe de la menor propuesta económica sin IVA.

Puntuación = 10 x -----

Importe de la propuesta económica que se valora sin IVA.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2024/000025	Informe	Publicidad institucional		2024/0185885
Cargo	Firmante /Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional				
2				

#### 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, 25 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			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2024/000025	Informe	Publicidad institucional	2024/0185885	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				