



## INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 24 28 DIGNIFICACIÓN DE LA FIGURA DE LOS AGRICULTORES Y GANADEROS» 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 28 Dignificación de la figura de los agricultores y ganaderos”, 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

La Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural y Medio Ambiente pone en marcha esta campaña de sensibilización sobre la figura de los/as agricultores y ganaderos/as, con el objetivo de **reconocer** la importante **labor** que desempeñan y **agradecer el servicio que presta a la sociedad** como garantes de una alimentación saludable, de cercanía y de calidad.

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
00848-2024/000125	Informe	Publicidad institucional		2024/0992673
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

El sector agrícola en La Rioja tiene un peso destacado dentro de su PIB representando un 5,2% sobre el total del VAB regional, porcentaje superior respecto a la media nacional (2,6%).

Además, los/as agricultores y ganaderos son **garantes de la suficiencia alimentaria, proveedores de servicios ambientales, profesionales altamente capacitados...** y son fundamentales para la revitalización de nuestros municipios, **contribuyendo** de forma esencial a la **lucha contra la despoblación**.

Por todo ello es clave **visibilizar ante la sociedad a los profesionales que trabajan en la agricultura y la ganadería riojana**, reconocidas como productoras de alimentos saludables y de calidad, muchos de ellos amparados bajo estándares de calidad diferenciadas como las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) y las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP).

### 3.2. Objetivos de comunicación

El objetivo de comunicación prioritario de esta campaña es **dar a conocer a la sociedad en general la labor de agricultores y ganaderos**, para **dar relevancia a su figura y crear un sentimiento de identidad** por su contribución al cuidado del agroecosistema, la producción de productos de calidad, sanos, de proximidad y de cercanía.

También busca **agradecer y reconocer a estos profesionales** que contribuyen a dar **valor a la tierra**, al mantenimiento del ecosistema y de **nuestros paisajes** y, en definitiva, a **forjar la identidad de esta comunidad**.

### 3.3. Enfoque de comunicación

El enfoque de comunicación que se considera más adecuado para esta campaña es el **de sensibilizar sobre la importancia de la figura de estos profesionales**, -que tienen tanto arraigo en nuestro territorio-, **así como del valor de los productos riojanos que generan y que gracias a su trabajo podemos disfrutar toda la sociedad**. Para ello se propone mostrar experiencias reales de agricultores y ganadero/as riojano/as.

### 3.4. Públicos objetivos

Se establece como **público objetivo primario** la **sociedad riojana en general**, formada por 324.319 personas, de las que 160.122 son hombres y 164.197 mujeres (Datos provisionales a 1 de abril de 2024 de la Encuesta continua de población del Instituto de Estadística de La Rioja).

### 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.

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
00848-2024/000125	Informe	Publicidad institucional	2024/0992673
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

Se utilizará un **tono cercano y respetuoso**. Los mensajes serán comprensibles para todos los públicos, sin tecnicismos y las **imágenes y textos deben ser inclusivos**.

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, directo y accesible, dirigido al público objetivo de la campaña. Se utilizará un lenguaje inclusivo no sexista.

### 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 del Gobierno de La Rioja o la landing de la campaña** durante el período que dure la actividad de la campaña.

### 3.8. Emisor de la campaña

Esta campaña, de carácter social, 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.

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. 3 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000125	Informe	Publicidad institucional	2024/0992673	
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 24 28 Dignificación de la figura de los agricultores y ganaderos”, 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 eslogan 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 creativities 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. Las piezas para Redes Sociales irán locutadas, adaptando los mensajes de texto en audios para facilitar su acceso a las personas con discapacidad visual.
- Diseño de una landing page en html para 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 / 7
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
00848-2024/000125	Informe	Publicidad institucional	2024/0992673
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

#### 4.4. La propuesta

Se presentará una sola propuesta por empresa; si bien esta puede estar compuesta por una o más versiones de la misma creatividad para ser alternadas en la campaña.

La propuesta presentada debe contener como mínimo:

- Desarrollo de la creatividad publicitaria con el eslogan, 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 5.500,00 € (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 14.00 horas del martes, 19 de noviembre.**

#### 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.**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2024/000125	Informe	Publicidad institucional		2024/0992673
Cargo	Firmante /Observaciones			Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

- ✓ 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 y adaptarlos si fuera necesario, para cuantas acciones desee, sin límite de tiempo.

La empresa adjudicataria habrá de garantizar el cumplimiento de la normativa vigente en cuanto a la seguridad de datos de carácter personal según la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos personales y garantía de derechos digitales y el reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y el Consejo de 27 de abril de 2016, así como las disposiciones que, en materia de protección de datos, se encuentren en vigor a su adjudicación o que puedan estarlo durante su vigencia.

Será responsabilidad de la empresa adjudicataria el adecuado cumplimiento de la normativa aplicable y disponer de los derechos de propiedad intelectual y derechos de imagen afectados respecto de las imágenes, audio o audiovisuales preexistentes que sean necesarios para la correcta ejecución del contrato. En todo caso, la empresa adjudicataria será responsable de los daños y perjuicios que se deriven del incumplimiento de esa obligación.

**Las artes finales deberán facilitarse antes de las 14:00 horas del viernes, 29 de noviembre.**

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
00848-2024/000125	Informe	Publicidad institucional		2024/0992673
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional				
2				

## 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. 7 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	N° Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2024/000125	Informe	Publicidad institucional	2024/0992673	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				