



INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 32 MUJERES RURALES» 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 25 32 Mujeres rurales», 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

Coincidiendo con la celebración del **Día Internacional de las Mujeres Rurales** (15 de octubre), el Gobierno de La Rioja, a través de la Consejería de **Agricultura, Ganadería, Mundo Rural y Medio Ambiente**, impulsa esta campaña institucional para reforzar el **reconocimiento hacia las mujeres rurales** en La Rioja. Esta campaña tiene como finalidad **visibilizar** el papel esencial de las mujeres en el **ámbito rural riojano** y poner en valor su **contribución** en los sectores **agrario, ganadero y agroalimentario**, así como en el **sostenimiento del medio rural**.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.				Pág. 1 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000103	Informe	Publicidad institucional	2025/0843211	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	16/09/2025 13:57:02	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: WTKW9QF64MGZECU	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	
			16/09/2025 13:57:13	

La presencia femenina en el sector agrario de La Rioja es cada vez más notable, pero su incorporación sigue siendo minoritaria y enfrenta importantes **desafíos**. Según el **Censo Agrario 2020**, último publicado por el Instituto Nacional de Estadística (INE), en La Rioja el **21,2 %** de las explotaciones agrarias tienen a una mujer como titular. Si bien se han logrado avances como la mayor visibilidad pública, la implantación de la titularidad compartida o el aumento gradual de mujeres titulares en explotaciones, las mujeres rurales continúan enfrentando barreras específicas relacionadas como la **conciliación laboral y familiar** o la necesidad de mayor **visibilidad** y **reconocimiento** de su trabajo en el medio rural.

Esta acción institucional tiene como objetivo destacar ante la sociedad riojana el importante papel que tienen las mujeres rurales como **profesionales, emprendedoras** y motor del **desarrollo sostenible** en los pueblos de La Rioja. Al mismo tiempo, pretende romper con **estereotipos tradicionales** y contribuir a normalizar la presencia femenina en todos los ámbitos de la vida económica y social del medio rural, favoreciendo su incorporación y participación activa en el sector primario.

La campaña forma parte de las actuaciones impulsadas por el Gobierno de La Rioja para el fomento de la **igualdad** y la visibilización del trabajo femenino en el medio rural. Busca reforzar el **reconocimiento institucional** hacia las mujeres rurales y su aportación diaria al **desarrollo económico**, la **innovación** y el **mantenimiento de la población en los entornos rurales**.

Su presencia activa es determinante para fijar población y luchar contra la despoblación, ya que:

- Aportan estabilidad demográfica y favorecen la **renovación generacional**.
- Consolidan proyectos de vida y el **arraigo familiar** en el medio rural.
- Generan **actividad económica** y empleo, diversificando la economía local.
- **Dinamizan la vida social** y comunitaria en los pueblos.

Por todo ello, su participación activa es fundamental para garantizar la **sostenibilidad demográfica y social** del medio rural en La Rioja.

Paralelamente, el 16 de octubre tendrá lugar en Logroño una jornada **sobre las mujeres rurales**, un espacio de diálogo e intercambio que reafirma el compromiso institucional con la **visibilización** y el apoyo a las mujeres rurales.

3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación de esta campaña son:

- **Visibilizar y poner en valor el papel de las mujeres rurales** en el desarrollo económico, social y demográfico del medio rural riojano, destacando su aportación en los sectores agrario, ganadero y agroalimentario.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>				Pág. 2 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000103	Informe	Publicidad institucional	2025/0843211	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	16/09/2025 13:57:02	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: WTKW9QF64MGZECU	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	
			16/09/2025 13:57:13	

- **Favorecer la incorporación y participación activa de las mujeres** en el sector primario, rompiendo estereotipos y normalizando su presencia en todas las actividades económicas y sociales del medio rural.
- **Consolidar y reforzar el reconocimiento social e institucional** hacia las mujeres rurales, destacando su rol clave en la lucha contra la despoblación y en la sostenibilidad del medio rural.

3.3. Enfoque de comunicación

La campaña adoptará un enfoque de **sensibilización y reconocimiento**, orientado a visibilizar el papel esencial de las mujeres rurales y poner en valor su contribución en los ámbitos económico, social y demográfico del medio rural riojano. Reflejará a las mujeres rurales como **profesionales activas** y como **impulsoras del desarrollo social y económico** del medio rural.

Las **mujeres rurales son agentes clave del presente y del futuro** del medio rural riojano. Su papel no se limita a los **sectores productivos** como la agricultura, la ganadería o el agroalimentario, sino que abarca también el **arraigo poblacional y la vida social y comunitaria** de los pueblos. Con su trabajo están contribuyendo al **desarrollo sostenible**, la **innovación** y a la **lucha contra la despoblación**, consolidando así el futuro del territorio.

Destacará una **imagen actualizada, positiva y realista**, contribuyendo a romper estereotipos tradicionales y a normalizar la presencia femenina en todos los ámbitos de la actividad económica y social del medio rural.

3.4. Públicos objetivos

Se establece el siguiente público objetivo para la presente campaña de publicidad:

- La sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 328.313 personas*, de las que 166.360 son mujeres y 161.953 son hombres.

*Datos provisionales de la Encuesta Continua de Población a 1 de julio de 2025.

3.5. 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>				Pág. 3 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000103	Informe	Publicidad institucional	2025/0843211	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela			16/09/2025 13:57:02
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: WTKW9QF64MGZECU Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion			16/09/2025 13:57:13

3.6. Tono y estilo de comunicación

El tono de la campaña deberá ser **positivo**, transmitiendo una visión de presente y futuro del medio rural vinculada a la **igualdad** y al **protagonismo de las mujeres rurales**. Además, será cercano y accesible, con mensajes comprensibles para toda la población.

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.

3.7. Lenguaje

El lenguaje empleado será **claro, directo, accesible e inclusivo**, destacando a las **mujeres rurales** como **protagonistas activas**.

3.8. Emisor de la campaña

Esta campaña, de tipo social, se enmarca en el Plan de Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja para el año 2025 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.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.				Pág. 4 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000103	Informe	Publicidad institucional	2025/0843211	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	16/09/2025 13:57:02	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: WTKW9QF64MGZECU	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	
			16/09/2025 13:57:13	

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 “CP 25 32 Mujeres rurales”, 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 6 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)**. Se especificarán las piezas necesarias (**en torno a 20 adaptaciones**) y sus dimensiones una vez que esté definido el plan de medios.
 - Adaptación de creatividad para **Redes Sociales (motions graphics, mp4) (en torno a 3 adaptaciones)**. 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 o, en su defecto, adaptación de la campaña a la web del Gobierno de La Rioja.

4.4. La propuesta

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.				Pág. 5 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000103	Informe	Publicidad institucional	2025/0843211	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	16/09/2025 13:57:02	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: WTKW9QF64MGZECU	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	
			16/09/2025 13:57:13	

1. 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.
2. 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 **antes de las**

14.00 horas del martes, 30 de septiembre.

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.**
- ✓ Grado en que la propuesta se adapta en mayor medida al enfoque de comunicación, lenguaje propuesto y públicos objetivo. **Hasta 30 puntos.**
- ✓ La propuesta creativa y el slogan de campaña son originales -no existe un precedente a nivel nacional en campañas similares-y promueve la animación y la interacción con el usuario de forma innovadora. **Hasta 30 puntos.**
- ✓ Propuesta económica de menor valor. **Hasta 10 puntos.**

Importe de la menor propuesta económica sin IVA.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.				Pág. 6 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000103	Informe	Publicidad institucional	2025/0843211	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela			16/09/2025 13:57:02
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: WTKW9QF64MGZECU Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion			16/09/2025 13:57:13

Puntuación = 10 x -----
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 10:00 horas del viernes, 10 de octubre.

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. 7 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000103	Informe	Publicidad institucional	2025/0843211	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	16/09/2025 13:57:02	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: WTKW9QF64MGZECU	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	
			16/09/2025 13:57:13	

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. 8 / 8	
Expediente		Tipo	Procedimiento			Nº Documento	
00848-2025/000103		Informe	Publicidad institucional			2025/0843211	
Cargo		Firmante / Observaciones			Fecha/hora		
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela			16/09/2025 13:57:02		
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: WTKW9QF64MGZECU Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion			16/09/2025 13:57:13		