

## **INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 O2 CAMPAÑA DE LA RENTA 2024» 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 25 O2 Campaña de la Renta 2024**”, 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 dar a conocer las novedades fiscales implementadas por el Gobierno de La Rioja para los contribuyentes riojanos, y que entrarán en vigor con la Campaña de la Renta de 2024. Además, se informará también de las rebajas fiscales autonómicas en vigor. La campaña de la Renta comenzará el próximo 2 de abril y estará vigente hasta el 30 de junio de 2025.

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	
00848-2025/000021	Informe	Publicidad institucional	2025/0225363	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/Hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

Entre las **novedades fiscales** que se quieren dar a conocer con esta campaña de publicidad institucional destaca la **rebaja generalizada en los tramos autonómicos del IRPF incidiendo especialmente en los ingresos inferiores a 40.000 euros anuales**. Concretamente, se trata de una reducción del tipo impositivo de un punto en los cuatro primeros tramos. Para el resto, excepto el último, la rebaja es de medio punto. Se estima que la reducción autonómica del IRPF ahorrará a las rentas medias y bajas entre 200 y 348 euros en la declaración de 2024.

También se incluye una nueva deducción dirigida a los enfermos de ELA. Los gastos del contribuyente, del cónyuge, y de aquellas personas que den derecho a la aplicación del mínimo personal y familiar relacionados con el diagnóstico y tratamiento de la esclerosis lateral amiotrófica (ELA) darán derecho a una deducción del 50%. El límite máximo de esta deducción será 2.000 euros anuales.

Por otro lado, también se informará de las siguientes rebajas fiscales autonómicas introducidas en la campaña anterior y que están actualmente en vigor:

- Dedución para paliar la subida de los intereses de los préstamos hipotecarios destinados a la adquisición de vivienda habitual:

Los contribuyentes que hubieran adquirido su vivienda habitual a partir del 1 de enero de 2013 en el territorio de la Comunidad Autónoma podrán deducir el 15% de las cantidades dedicadas en el ejercicio al pago de los intereses de préstamos o créditos hipotecarios destinados a su financiación. La base máxima de esta deducción será de 5.000 euros anuales por vivienda habitual.

- Dedución para fomentar el ejercicio físico y la práctica deportiva:

Deducción del 30% para el contribuyente en general o del 100% en el caso de los contribuyentes mayores de 65 años y de quienes acrediten un grado de discapacidad igual o superior al 33% en servicios relativos al ejercicio físico y la práctica deportiva. El límite máximo de esta deducción será 300 euros anuales.

### 3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación de esta campaña son:

- **Difundir e informar** de la Campaña de la Renta 2024 que se extiende hasta el 30 de junio.
- Dar a conocer las **novedades fiscales** que entran en vigor con dicha campaña y que están dirigidas a la sociedad riojana, poniendo especial atención en la **rebaja generalizada en los tramos autonómicos del IRPF**, que incide especialmente en los declarantes con ingresos inferiores a 40.000 euros anuales. Concretamente, se trata de una reducción del tipo impositivo de un punto en los cuatro primeros tramos. Para el resto, excepto el último,

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000021	Informe	Publicidad institucional	2025/0225363	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

la rebaja es de medio punto. Se estima que la reducción autonómica del IRPF ahorrará a las rentas medias y bajas entre 200 y 348 euros en la declaración de 2024.

También se informará sobre la nueva **deducción dirigida a los enfermos de ELA** y se recordará las **dos rebajas fiscales autonómicas introducidas en la campaña anterior** y que están actualmente en vigor: la deducción para paliar la subida de los intereses de los préstamos hipotecarios destinados a la adquisición de vivienda habitual y la deducción para fomentar el ejercicio físico y la práctica deportiva.

Por otro lado, con esta campaña también se busca sensibilizar a la ciudadanía sobre la necesidad de cumplir con las obligaciones fiscales, así como facilitar el cumplimiento voluntario da las mismas.

### 3.3. Enfoque de comunicación

El enfoque de comunicación que se considera más adecuado es el **enfoque informativo** sobre plazos y deducciones fiscales autonómicas en vigor en esta campaña, de una manera **simple y atractiva** que sea comprensible para el público objetivo de la misma. Con estas ventajas impositivas se busca animarles y recordarles el plazo que tienen para presentar la declaración de forma voluntaria, ya que el cumplimiento de sus obligaciones fiscales tiene una repercusión positiva en toda la sociedad.

### 3.4. Pùblicos objetivos

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

- **Público objetivo primario:** el público objetivo primario son **todas las personas que tengan que hacer la declaración de la Renta**. En la campaña de la Renta de 2022, fueron 179.184 los declarantes de IRPF en nuestra Comunidad, según el último dato disponible de la Estadística de Declarantes de IRPF de la AEAT.
- **Público objetivo secundario:** como público objetivo secundario, la campaña se dirige a la sociedad riojana en general.

### 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** específica de campaña durante el periodo 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 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000021	Informe	Publicidad institucional	2025/0225363	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

### 3.6. 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.

### 3.7. Lenguaje

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

### 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 2025 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 anunciantre 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	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2025/000021	Informe	Publicidad institucional	2025/0225363	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

## 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 25 02 Campaña de la Renta 2024”, 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:

- 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 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 las piezas 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.

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	
00848-2025/000021	Informe	Publicidad institucional	2025/0225363	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

#### 4.4. La propuesta

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](mailto:publicidad@larioja.org) **antes de las 10.00 horas del lunes, 24 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 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.**

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	
00848-2025/000021	Informe	Publicidad institucional	2025/0225363	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

- ✓ 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.

#### 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 deseé, 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 lunes, 7 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.

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	
00848-2025/000021	Informe	Publicidad institucional	2025/0225363	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

**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. 8 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000021	Informe	Publicidad institucional	2025/0225363	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				