



INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 04 DÍA DE EUROPA 2025. IMPORTANCIA DE LOS FONDOS EUROPEOS: FEDER y FSE», 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 04 Día de Europa 2025. Importancia de los Fondos Europeos: FEDER y FSE”, 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:

- 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

Cada **9 de mayo se celebra el Día de Europa**, que conmemora la **Declaración Schuman** (1950), inicio del proceso de integración europea que dio lugar a la actual Unión Europea. En esta jornada se destaca la importancia de la unidad y la cooperación entre los países europeos, promoviendo valores como la paz, la solidaridad y el desarrollo sostenible.

| 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 |
| 00848-2025/000042 | Informe | Publicidad institucional | 2025/0328588 |
| Cargo | | Firmante / Observaciones | Fecha/hora |
| 1 | Directora de Publicidad Institucional | | |
| 2 | | | |

El año 2025, tiene un significado especial, ya que se conmemora el **40º aniversario de la firma del Tratado de Adhesión de España a las Comunidades Europeas**. La firma se celebró el 12 de junio de 1985 en el Palacio Real de Madrid, con la presencia del Rey Juan Carlos I y del presidente de la Comisión Europea, Jacques Delors, y la adhesión efectiva se produjo el 1 de enero de 1986, marcando un punto de inflexión en el desarrollo económico, social y político de nuestro país.

Desde entonces, España ha experimentado un periodo de modernización, estabilidad y crecimiento, beneficiándose de la integración en el mercado único y de los fondos europeos. **En el caso de La Rioja, la pertenencia a la UE ha sido clave** para el desarrollo de sectores estratégicos como la agricultura, la industria vitivinícola, la educación, la innovación y la sostenibilidad, entre otros.

Por ello, con motivo del Día de Europa y el 40º aniversario de la adhesión de España a la Unión Europea, el Gobierno de La Rioja busca **visibilizar el impacto de los fondos europeos en nuestra región**. Los **Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER)** y el **Fondo Social Europeo Plus (FSE+)** han respaldado proyectos estratégicos que han contribuido y contribuyen al progreso de nuestra comunidad en ámbitos clave como la innovación, la salud, la agricultura y la inclusión social.

En cuanto a los **Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER)** destaca la **inversión en proyectos de I+D+i**, una **prioridad estratégica** para el desarrollo de la región. Especialmente en:

- **Fundación Rioja Salud y el proyecto Salud-A:** Una **iniciativa clave** en el ámbito de la investigación sanitaria, que busca la mejora de la salud de la población a través de la innovación y la tecnología aplicada al ámbito médico.
- **I+D+i en agricultura:** Proyectos que promueven la modernización del sector agrario riojano, el uso de tecnologías avanzadas para la optimización de cultivos y la sostenibilidad medioambiental.
- **Clústeres:** Agrupaciones empresariales que fomentan la innovación y la competitividad en sectores clave para la economía regional, potenciando la colaboración entre empresas, centros de investigación y administraciones.
- **Proyectos de empresas riojanas:** Iniciativas financiadas por FEDER que han permitido a las empresas locales desarrollar nuevos productos, digitalizar sus procesos o expandirse a nivel internacional, fortaleciendo el tejido económico de La Rioja.

Por su parte, respecto al **Fondo Social Europeo Plus (FSE+)** se destaca la **inversión en centros ocupacionales**, una operación de **importancia estratégica** dentro del Fondo Social Europeo Plus. Se pondrá en valor:

- **El papel de los centros ocupacionales en la inclusión social:** Espacios fundamentales para la formación y la integración de personas con discapacidad o en situación de vulnerabilidad.
- **Mejoras en infraestructuras y recursos:** Gracias al apoyo del FSE+, los centros ocupacionales han podido ampliar sus programas de formación y mejorar la atención a sus usuarios.
- **Impacto en la empleabilidad y la autonomía personal:** Se visibilizará cómo estos centros contribuyen a la inserción laboral y a la mejora de la calidad de vida de sus beneficiarios.

| 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 |
| 00848-2025/000042 | Informe | Publicidad institucional | 2025/0328588 |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | Fecha/hora |
| 1 Directora de Publicidad Institucional | | | |
| 2 | | | |

3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación de esta campaña son:

- **Sensibilizar a la ciudadanía y generar orgullo e identificación** con los avances logrados en La Rioja gracias a la pertenencia a Europa y a los fondos europeos, especialmente del FEDER y el FSE+.
- **Difundir los beneficios concretos y fortalecer el reconocimiento de la Unión Europea** como aliada en el desarrollo, la innovación y la inclusión social en la región.
- **Promover una mayor participación de todos los actores económicos y sociales de La Rioja** en las oportunidades que ofrece Europa.

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 pertenencia a la Unión Europea coincidiendo con su 40º aniversario y cómo han contribuido **los fondos europeos al desarrollo de La Rioja** en distintos ámbitos: como el de la **salud**, la **innovación**, la **agricultura**, la **mejora de las infraestructuras**, la **inserción laboral**...

Así se propone mostrar diferentes ejemplos, al menos uno de proyectos o temas de FEDER y otro de temas relacionados FSE+, de cómo han contribuido los fondos europeos en el progreso de nuestra región:

- En relación con el **FEDER y su apoyo a la I+D+I**, puede resultar de interés destacar el impacto de la financiación en la investigación y el desarrollo, incluyendo ejemplos como la **Fundación Rioja Salud** y el **proyecto Salud-A** en el ámbito de la innovación sanitaria. También se pueden poner en valor avances en la **modernización del sector agrícola**, el papel de los **clústeres** en la competitividad empresarial y casos de **éxito de empresas riojanas** que han crecido e innovado **gracias a estos fondos**.
- En el caso del **FSE+ y su impacto en los Centros Ocupacionales**, se pueden subrayar los avances en **inclusión social**, destacando cómo este apoyo ha facilitado la **mejora de infraestructuras**, el desarrollo de **programas de formación** y la **inserción laboral** de personas en situación de vulnerabilidad.

3.4. Públicos objetivos

Se establece como público objetivo para la campaña de comunicación a **toda 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 325.987 personas*, de las que 165.065 son mujeres y 160.922 son hombres.

*Datos provisionales de la Encuesta Continua de Población (1/10/2024)

| 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 |
| 00848-2025/000042 | Informe | Publicidad institucional | | 2025/0328588 |
| Cargo | Firmante / Observaciones | | | Fecha/hora |
| 1 | Directora de Publicidad Institucional | | | |
| 2 | | | | |
| | | | | |

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 período que dure la actividad de la campaña.

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 tipo institucional y 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 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. 4 / 8 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento |
| 00848-2025/000042 | Informe | Publicidad institucional | 2025/0328588 |
| 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 25 04 Día de Europa 2025. Importancia de los Fondos Europeos: FEDER y FSE”, 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 y Fondos Europeos**.
 - 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)**. 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 <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small> | | | Pág. 5 / 8 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento |
| 00848-2025/000042 | Informe | Publicidad institucional | 2025/0328588 |
| 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 **5.700,00 € (IVA incluido)**.

4.5. Presentación de propuestas

Las propuestas creativas deberán ser remitidas al correo electrónico publicidad@larioja.org **antes de las 10.00 horas del miércoles, 23 de abril.**

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 | |
| 00848-2025/000042 | Informe | Publicidad institucional | 2025/0328588 | |
| 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, 2 de mayo.

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 <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small> | | | Pág. 7 / 8 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento |
| 00848-2025/000042 | Informe | Publicidad institucional | 2025/0328588 |
| 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 | | | Pág. 8 / 8 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|--------------|
| en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja. | | | |
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento |
| 00848-2025/000042 | Informe | Publicidad institucional | 2025/0328588 |
| Cargo | | Firmante / Observaciones | Fecha/hora |
| 1 | Directora de Publicidad Institucional | | |
| 2 | | | |
| | | | |