

## **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:

- 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**

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	Fecha/hora
Cargo	Firmante / Observaciones			
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.

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	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
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 anunciantre 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	Fecha/hora
Cargo	Firmante / Observaciones			
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 O4 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 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)**. 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	
00848-2025/000042	Informe	Publicidad institucional	2025/0328588	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
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](mailto: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	Fecha/hora
Cargo	Firmante / Observaciones			
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 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			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	
00848-2025/000042	Informe	Publicidad institucional	2025/0328588	Fecha/hora
Cargo	Firmante / Observaciones			
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	
00848-2025/000042	Informe	Publicidad institucional	2025/0328588	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1   Directora de Publicidad Institucional				
2				