



INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 37 DÍA DEL MUNDO RURAL. 15 DE MAYO» DE LA CONSEJERÍA DE POLÍTICA LOCAL, INFRAESTRUCTURAS Y LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN.

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 37 Día del Mundo Rural. 15 de mayo”**, de la Consejería de Política Local, Infraestructuras y Lucha contra la Despoblación.

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 campaña de publicidad del Día del Mundo Rural tiene como objetivo resaltar los aspectos más positivos y enriquecedores del medio rural. Se pretende mostrar los pueblos y localidades rurales como una opción atractiva y viable para vivir, destacando sus ventajas tanto para los habitantes actuales como para aquellos que buscan nuevos horizontes. La campaña se enfocará en las oportunidades laborales, la calidad de vida, el entorno natural y la cercanía de las comunidades rurales, presentándolos como alternativas reales frente al modelo de vida urbano.

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	
00848-2025/000041	Informe	Publicidad institucional	2025/0324395	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	07/04/2025 09:15:49	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: ERXJP4NBFSXGVGX	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	
			07/04/2025 09:15:54	

A través de esta iniciativa, se busca contribuir a la lucha contra la despoblación, promoviendo la idea de que el mundo rural tiene mucho que ofrecer y es una opción válida y deseable para la sociedad riojana en su conjunto.

3.2. Objetivos de comunicación

Los objetivos de la campaña son los siguientes:

- **Destacar los atractivos del medio rural:** Resaltar los beneficios de vivir en los pueblos, como la calidad de vida, el entorno natural y la cercanía de las personas.
- **Fomentar la vida en entornos rurales y combatir la despoblación:** Animar a las personas a mudarse al mundo rural y contribuir a frenar la despoblación, mostrando que es una opción viable y atractiva.

3.3. Enfoque de comunicación

El enfoque de comunicación más adecuado para esta campaña es **sensibilizar** a la **población sobre los aspectos positivos y enriquecedores del medio rural**, destacando sus ventajas frente al modelo urbano. Se pretende transmitir que los pueblos ofrecen oportunidades laborales, calidad de vida, contacto con la naturaleza y una comunidad cercana. La campaña buscará **reforzar la idea de que el mundo rural es una opción viable y atractiva** para el futuro, contribuyendo así a frenar la despoblación.

Para ello se propone mostrar ejemplos de personas, de tres edades diferentes, que vivan en el entorno rural y que puedan compartir sus experiencias positivas.

3.4. Públicos objetivos

Se establece como público objetivo para la campaña de comunicación **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 a 1 de octubre de 2024.

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 landing** específica de campaña durante el período 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. 2 / 7	
Expediente		Tipo	Procedimiento			Nº Documento	
00848-2025/000041		Informe	Publicidad institucional			2025/0324395	
Cargo		Firmante / Observaciones				Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela			07/04/2025 09:15:49	
2	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV:	ERXJP4NBFSXGVGX	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion	07/04/2025 09:15:54

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, inclusivo, claro y directo, dirigido a la sociedad en general.

3.8. Emisor de la campaña

Esta campaña, de tipología social, se enmarca en el Plan de Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja para el año 2025 y su órgano emisor es Consejería de Política Local, Infraestructuras y Lucha contra la Despoblación.

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.

4.2. Objeto del contrato de creación publicitaria

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	
00848-2025/000041	Informe	Publicidad institucional	2025/0324395	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	07/04/2025 09:15:49	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: ERXJP4NBFSXGVGX Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion				07/04/2025 09:15:54

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 37 Día del Mundo Rural. 15 de mayo”, de la Consejería de Política Local, Infraestructuras y Lucha contra la Despoblación.

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**. Las piezas para Redes Sociales recogerán los testimonios de las personas que participen en la campaña. Para ello se propone la grabación de tres píldoras de unos 20-30 segundos para cada testimonio y un video que recoja los 3 y que será como máximo, de un minuto de duración. Las adaptaciones serán en formato vertical y horizontal, con locución y subtítulos. (**mp4**) (**en torno a 8 adaptaciones**)
- 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. 4 / 7

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000041	Informe	Publicidad institucional	2025/0324395
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela		07/04/2025 09:15:49
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: ERXP4NBFSXGVGX	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	07/04/2025 09:15:54

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 6.500€ (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.**
- ✓ Propuesta económica de menor valor. **Hasta 10 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		
00848-2025/000041	Informe	Publicidad institucional		2025/0324395		
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela		07/04/2025 09:15:49		
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: ERXJP4NBFSXGVGX		Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		07/04/2025 09:15:54

$$\text{Puntuación} = 10 \times \frac{\text{Importe de la menor propuesta económica sin IVA.}}{\text{Importe de la propuesta económica que se valora sin IVA.}}$$

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 jueves, 8 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.

Personas de contacto:

Susana Conde

Directora de Publicidad Institucional

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>				Pág. 6 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000041	Informe	Publicidad institucional	2025/0324395	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	07/04/2025 09:15:49	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: ERXJP4NBFSXGVGX	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	
			07/04/2025 09:15:54	

Responsable de Imagen y Diseño

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000041	Informe	Publicidad institucional	2025/0324395
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	07/04/2025 09:15:49
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV:	ERXJP4NBFSGVGX	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion
			07/04/2025 09:15:54