

INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 05 PLAN DE SIMPLIFICACIÓN ADMINISTRATIVA» 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 05 Plan de simplificación administrativa”**, 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 Gobierno de La Rioja ha puesto en marcha el **Plan de Simplificación Administrativa**, un ambicioso proyecto que supone la mayor transformación interna de la Administración riojana en su historia reciente. Su objetivo es claro: **facilitar la relación de la ciudadanía y las empresas con la Administración**, eliminando obstáculos, reduciendo trámites y modernizando procesos para hacerlos más **ágiles, claros y eficaces**.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE				Pág. 1 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000094	Informe	Publicidad institucional	2025/0756874	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

Este Plan no es solo una reforma técnica; es **un cambio de cultura** en la manera de gestionar los servicios públicos. Implica **revisar y rediseñar procedimientos, reducir cargas normativas, eliminar trámites innecesarios, clarificar el lenguaje administrativo y aprovechar al máximo la digitalización** para acercar la Administración a las personas.

Además, toda esta transformación interna se plasmará en la futura Ley de Simplificación Administrativa, que actualmente se encuentra en proceso de información pública.

La iniciativa cuenta con el respaldo y la implicación activa de **agentes económicos y sociales**, —asociaciones del tercer sector, la **Federación de Empresas de La Rioja (FER)** o la **Asociación Riojana de la Empresa Familiar (AREF)**, entre otras— integrados en la **Mesa de Simplificación Administrativa**, que define las áreas prioritarias de actuación y garantiza que las medidas respondan a necesidades reales.

En coherencia con la estrategia global de modernización y desarrollo económico, el Plan se alinea con el **Plan de Fomento del Emprendimiento 2024-2027** y se complementa con la plataforma de **Administración Electrónica GLERA**, que permitirá ofrecer una Administración **digital, sencilla, cercana y centrada en las personas**.

El Plan se articula en torno a **cuatro líneas estratégicas**: organización administrativa, simplificación, calidad normativa y formación/promoción y comunicación.

Entre las mejoras más destacadas que ejemplifican el alcance del Plan y que se reflejan en la futura norma se encuentran:

- **Reducción de plazos** en procedimientos clave, como licencias urbanísticas (de 6 meses a 3) o autorizaciones ambientales (de 12 a 6).
- **Implantación del silencio administrativo positivo** en determinados trámites.
- **Sustitución de autorizaciones previas** por **declaraciones responsables** en actividades de bajo riesgo.
- Creación de la **Carpeta Ciudadana**, un espacio único para tramitar y consultar expedientes en línea.
- **Simplificación de formularios** con criterios de lectura fácil para colectivos con necesidades de accesibilidad.
- **Digitalización integral** de expedientes administrativos.
- Uso de **lenguaje administrativo claro y comprensible**.
- Puesta en marcha de una **ventanilla única** para emprendedores y empresas, que integrará trámites municipales, autonómicos y estatales.

Con esta campaña institucional, el Gobierno de La Rioja quiere **transmitir de forma clara y tangible** a la ciudadanía y al tejido empresarial el alcance y la utilidad real de esta transformación: **una Administración más rápida, accesible, comprensible y orientada a resultados**.

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	
00848-2025/000094	Informe	Publicidad institucional	2025/0756874	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

3.2. Objetivos de comunicación

Los objetivos de comunicación de esta campaña son:

- **Informar** a la ciudadanía y a las empresas sobre el Plan de Simplificación Administrativa y las medidas para mejorar su relación con la Administración.
- **Transmitir los beneficios prácticos** de una administración más ágil, comprensible y digitalizada, orientada a las personas y a las empresas.
- **Reforzar la confianza** en los servicios públicos y contribuir a una percepción positiva de la transformación administrativa como motor de progreso y bienestar.

3.3. Enfoque de comunicación

La campaña debe mostrar de forma **clara y atractiva los beneficios reales** del Plan de Simplificación Administrativa, tanto **para la ciudadanía como para el personal de la Administración**. El mensaje debe ser comprensible y transmitir por qué este Plan es relevante para las personas. Este aspecto se concretará en su utilidad (ahorro de tiempo, evita desplazamientos y gestiones más ágiles); modernización y confianza (una administración más cercana y alineada con el desarrollo económico, la competitividad y la transparencia).

3.4. Públicos objetivos

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

Público objetivo primario: 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. Tono y estilo de comunicación

El tono será **informativo, cercano y optimista**, con un estilo **claro y directo** que conecte con la ciudadanía y el entorno empresarial. Se evitarán formulaciones excesivamente técnicas o burocráticas, apostando por un **lenguaje que transmita progreso, confianza y utilidad práctica**.

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.

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	
00848-2025/000094	Informe	Publicidad institucional	2025/0756874	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

3.6. Lenguaje

El lenguaje será **claro, comprensible y divulgativo**. Se pueden emplear **ejemplos** que permitan visualizar cómo esta transformación beneficia a la ciudadanía y a las empresas.

Se utilizará un **lenguaje inclusivo, positivo y orientado a la acción**, con especial atención a facilitar la comprensión del mensaje por parte de todos los públicos.

3.7. 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 o landing** específica de campaña durante el período que dure la actividad de la campaña.

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	
00848-2025/000094	Informe	Publicidad institucional	2025/0756874	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
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 O5 Plan de simplificación administrativa”, 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 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 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 (mp4) (en torno a 3 adaptaciones). Estos formatos irán locutados, adaptando los mensajes de texto en audios para facilitar su acceso a las personas con discapacidad visual.
- Diseño de piezas para la web del Gobierno de La Rioja o de una landing page en html para la campaña.

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	
00848-2025/000094	Informe	Publicidad institucional	2025/0756874	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/Hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

4.4. La propuesta

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.

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 10.00 horas del lunes, 15 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.**

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	
00848-2025/000094	Informe	Publicidad institucional	2025/0756874	
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 10.00 horas del viernes, 26 de septiembre.

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	
00848-2025/000094	Informe	Publicidad institucional	2025/0756874	
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	
00848-2025/000094	Informe	Publicidad institucional	2025/0756874	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				