

INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 21 PATRIMONIO HISTÓRICO CULTURAL» DE LA CONSEJERÍA DE CULTURA, TURISMO, DEPORTE Y JUVENTUD

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 21 Patrimonio Histórico Cultural**”, de la Consejería de Cultura, Turismo, Deporte y Juventud.

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

La presente campaña tiene como objetivo **sensibilizar a la sociedad riojana** sobre la importancia de cuidar y preservar el **patrimonio histórico-cultural** de la Comunidad Autónoma, garantizando su transmisión a las generaciones futuras. Este legado, que nos pertenece a todos, constituye una parte esencial de la **identidad de La Rioja**.

También se **busca fomentar el conocimiento de estos bienes** patrimoniales e **incentivar iniciativas** dirigidas a su **conservación y puesta en valor**. En este sentido, se quiere destacar la **riqueza y diversidad** del patrimonio riojano, en

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	
00848-2025/000101	Informe	Publicidad institucional	2025/0821010	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela	10/09/2025 09:10:29	
2	SELLADO ELECTRÓNICO	por Gobierno de La Rioja con CSV: LIC6MWYWUZYVEBT	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	10/09/2025 09:10:34

sus múltiples manifestaciones: arqueología, paleontología, etnografía, patrimonio inmaterial, paisaje cultural, patrimonio industrial, bibliográfico y archivístico.

Junto a ello, sobresalen el valor y la abundancia de sus bienes muebles —como órganos, campanas, retablos, esculturas o lienzos— y su patrimonio monumental, que incluye castillos, monasterios, catedrales y conjuntos históricos.

El Gobierno de La Rioja mantiene una especial sensibilidad institucional por el cuidado, promoción y conservación de este legado, considerado uno de los grandes tesoros de la región, junto con el paisaje. Este patrimonio no solo posee valor histórico y artístico, sino también emocional e identitario para los vecinos y vecinas de la Comunidad, al formar parte del entorno cotidiano y acoger numerosas actividades culturales y de ocio que lo mantienen vivo y presente.

Este esfuerzo del Gobierno de La Rioja se traduce en actuaciones concretas muchas de ellas desarrolladas en el marco de la Orden 6/2006, de 17 de febrero, que establece las bases reguladoras y el procedimiento de concesión de subvenciones destinadas a la Administración Local para la restauración de ermitas, retablos y demás elementos singulares, orientadas a la recuperación y mantenimiento de templos, ermitas y elementos singulares. Estas intervenciones, desarrolladas con la colaboración de los ayuntamientos, permiten además afrontar retos como la mejora de la accesibilidad, la restauración arquitectónica o la protección frente al deterioro.

Además, la campaña quiere trasladar a la sociedad riojana el mensaje de que la conservación del patrimonio es una tarea colectiva, una responsabilidad conjunta e ineludible que requiere del compromiso activo tanto de las instituciones públicas como de la ciudadanía. Esta mirada compartida debe entender el patrimonio como un bien común y un recurso de futuro.

3.2. Objetivos de comunicación

Los objetivos de comunicación de esta campaña son:

1. Dar a conocer la riqueza y diversidad del patrimonio histórico-cultural de La Rioja, resaltando sus distintas manifestaciones (arqueológicas, monumentales, inmateriales, paisajísticas, industriales, artísticas, etc.) como parte esencial de la identidad colectiva de la Comunidad Autónoma.
2. Concienciar a la ciudadanía sobre la importancia de conservar este legado común, promoviendo el respeto y el compromiso con su protección, así como la necesidad de garantizar su transmisión a las generaciones futuras.
3. Fomentar buenas prácticas en materia de preservación del patrimonio e impulsar una cultura de corresponsabilidad en su cuidado, mantenimiento y puesta en valor.

3.3. Enfoque de comunicación

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	
00848-2025/000101	Informe	Publicidad institucional	2025/0821010	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela		10/09/2025 09:10:29	
2 SELLADO ELECTRÓNICO	por Gobierno de La Rioja con CSV:	LIC6MWYWUZYVEBT	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	10/09/2025 09:10:34

La campaña adoptará un enfoque **informativo y sensibilizador**, dirigido a poner en valor el patrimonio histórico-cultural de La Rioja como un legado común que merece ser conocido, protegido y transmitido.

El objetivo es una comunicación que combine el **orgullo identitario**, el **compromiso colectivo** y el **carácter vivo del patrimonio**, mostrando su diversidad, su presencia cotidiana en pueblos y ciudades, y valor como elemento de cohesión social y cultural.

Desde una perspectiva positiva y constructiva, se busca **informar** sobre la riqueza, diversidad y valor del patrimonio riojano y **sensibilizar** sobre la necesidad de su conservación y transmisión a las generaciones futuras.

El enfoque deberá transmitir el patrimonio como un bien **cercano y compartido**, que **conecta pasado, presente y futuro**, y generar una respuesta positiva hacia su cuidado como tarea común entre instituciones y sociedad.

Para ello se propone mostrar ejemplos del patrimonio riojano que refleje su riqueza y diversidad.

3.4. Públicos objetivos

Se establece el siguiente público objetivo para la presente campaña de publicidad:

- 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. 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.

3.6. Tono y estilo de comunicación

El tono de la campaña será **institucional, respetuoso y cercano**, adaptado al carácter divulgativo, emocional y cultural del mensaje.

Se utilizará un estilo de comunicación que:

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	
00848-2025/000101	Informe	Publicidad institucional	2025/0821010	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela		10/09/2025 09:10:29	
2 SELLADO ELECTRÓNICO	por Gobierno de La Rioja con CSV: LIC6MWYWUZYVEBT	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	10/09/2025 09:10:34	

- Transmite **orgullo y respeto** por el patrimonio común de La Rioja.
- Refuerce el sentimiento de **identidad compartida** y la necesidad de compromiso colectivo.
- Sea **claro, positivo y emocional**, capaz de generar conexión con públicos diversos, sin caer en tecnicismos.
- Apele a la **cercanía** con el territorio y con las personas, con un lenguaje que evoque valor, belleza y legado.

El estilo visual y narrativo debe contribuir a presentar el patrimonio como algo **vivo, relevante y presente en la vida cotidiana**, no como un elemento distante o exclusivamente histórico.

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 de la campaña será **claro, accesible y emocional**, libre de tecnicismos, con referencias cercanas al territorio y su gente.

Deberá **transmitir la belleza, el valor colectivo y la identidad compartida** del patrimonio, proyectándolo como un **bien vivo, cotidiano y de todos**.

3.8. Emisor de la campaña

Esta campaña, de carácter cultural, 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 Cultura, Turismo, Deporte y Juventud.

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	
00848-2025/000101	Informe	Publicidad Institucional	2025/0821010	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela		10/09/2025 09:10:29	
2 SELLADO ELECTRÓNICO	por Gobierno de La Rioja con CSV:	LIC6MWYWUZYVEBT	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion
				10/09/2025 09:10:34

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 21 Patrimonio Histórico Cultural”, de la Consejería de Cultura, Turismo, Deporte y Juventud.

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.
- Creatividad para **Redes Sociales (mp4)**. Se propone la grabación de un vídeo de máximo 90 segundos de duración (**con una versión resumida de unos 20 -30 segundos**) que recoja ejemplos del patrimonio

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	
00848-2025/000101	Informe	Publicidad institucional	2025/0821010	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela		10/09/2025 09:10:29	
2 SELLADO ELECTRÓNICO	por Gobierno de La Rioja con CSV:	LIC6MWYWUZYVEBT	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion
				10/09/2025 09:10:34

riojano que refleje su riqueza y diversidad en sus múltiples manifestaciones: arqueología, paleontología, etnografía, patrimonio inmaterial.... así como sus bienes muebles - como órganos, campanas, retablos, esculturas o lienzos— y su patrimonio monumental, que incluye castillos, monasterios, catedrales y conjuntos históricos. En este sentido, se tendrán en cuenta las intervenciones en el patrimonio que se están llevando a cabo en la actualidad por parte de la Consejería de Cultura, Turismo, Deporte y Juventud, pudiendo recoger detalles del trabajo de conservación. El vídeo tendrá el hilo conductor que tenga el resto de piezas de la campaña. Las adaptaciones serán en formato vertical y horizontal, con locución y subtítuladas. (**en torno a 6 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.

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. También incluirá un esquema de guión/narrativa del video previsto para redes. El desarrollo conceptual no deberá sobrepasar las 4 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 **7.000€ (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 jueves, 25 de septiembre**.

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	
00848-2025/000101	Informe	Publicidad institucional	2025/0821010	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela		10/09/2025 09:10:29	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV:	LIC6MWYWUZYVEBT	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	10/09/2025 09:10:34

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.**

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.

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	
00848-2025/000101	Informe	Publicidad institucional	2025/0821010	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela		10/09/2025 09:10:29	
2 SELLADO ELECTRÓNICO	por Gobierno de La Rioja con CSV:	LIC6MWYWUZYVEBT	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion
				10/09/2025 09:10:34

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, 6 de octubre.

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

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	
00848-2025/000101	Informe	Publicidad institucional	2025/0821010	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela		10/09/2025 09:10:29	
2 SELLADO ELECTRÓNICOAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV:	LIC6MWYWUZYVEBT	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion
				10/09/2025 09:10:34