



INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 29 FOMENTO DEL AHORRO Y DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA» DE LA CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, EMPRESA Y TRABAJO AUTÓNOMO.

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 29 Fomento del ahorro y de la eficiencia energética”, de la Consejería de Economía, Innovación, Empresa y Trabajo Autónomo.

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 **Comunidad Autónoma de La Rioja**, en línea con las políticas europeas y nacionales en materia de sostenibilidad, impulsa esta campaña institucional con el objetivo de fomentar el **ahorro y la eficiencia energética**. La iniciativa está promovida por la **Consejería de Economía, Innovación, Empresa y Trabajo Autónomo**, dentro de su compromiso de concienciar a la sociedad sobre la importancia de un consumo energético responsable y respetuoso con el medio ambiente.

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
00848-2025/000116	Informe	Publicidad institucional	2025/0909771
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			

La eficiencia energética es un pilar fundamental de esta estrategia: significa **utilizar la energía de manera más eficiente**, reduciendo el consumo sin renunciar al bienestar y contribuyendo a disminuir las emisiones contaminantes.

Apostar por la eficiencia supone:

1. **Aprovechar** mejor los **recursos** disponibles.
2. **Sustituir los equipos por otros más eficientes** energéticamente, de menor consumo (Plan Renove, Plan VER, Plan MOVES III).
3. Dotar de **control inteligente** a los equipos consumidores (rampas de potencia en función de necesidades de consumo, encendidos y apagados inteligentes, controles de presencia, termostatos programables con sondas de temperatura exterior).
4. Impulsar la cultura del **autoconsumo**.
5. Favorecer un uso responsable de la energía en la vida diaria de la **sociedad riojana en su conjunto, tanto a nivel individual como colectivo**.

La campaña quiere trasladar que **ahorrar energía es sencillo y compatible con la vida cotidiana**. Mediante **gestos cotidianos** (apagar las luces, aprovechar la luz natural, regular la calefacción o utilizar de forma más eficiente los equipos); con la mejora de equipos obsoletos, antiguos o muy consumidores (cambiando un frigorífico, una lavadora, una caldera); con la sustitución de luminarias por LED y/o la automatización de encendidos y apagados. Son ejemplos de reducción de gasto, pero también de cómo contribuyen a un entorno más sostenible.

Asimismo, se enmarca en el contexto de la **transición energética**, que impulsa el avance hacia un modelo más limpio y eficiente basado en energías alternativas a los combustibles fósiles. En este camino, **las empresas desempeñan un papel esencial**, tanto por su capacidad de reducir el impacto ambiental como por el potencial de ahorro económico derivado de una gestión energética más eficiente.

En definitiva, el mensaje central es que **ahorrar energía significa ganar en calidad de vida**: un beneficio inmediato para cada persona, para las familias, las empresas y las instituciones, y un progreso compartido para toda la sociedad riojana.

3.2. Objetivos de comunicación

El objetivo principal de la campaña es **sensibilizar a la sociedad riojana en su conjunto, incluyendo ciudadanía, familias, empresas e instituciones**, sobre la importancia del **ahorro y la eficiencia energética**, transmitiendo que cada acción cuenta y que la suma de aportaciones individuales y colectivas es clave para avanzar hacia un **futuro más sostenible**.

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
00848-2025/000116	Informe	Publicidad institucional	2025/0909771
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

Además, la campaña persigue:

1. **Promover hábitos y prácticas de ahorro energético** en distintos ámbitos sociales, recordando que los gestos cotidianos, sumados entre todos, tienen un efecto significativo. En este sentido, se busca reforzar la percepción de que **la eficiencia energética es un objetivo realista y cercano**, mostrando que es alcanzable sin grandes cambios y compatible con la vida cotidiana.
2. **Vincular el ahorro energético con la transición hacia un modelo más sostenible y limpio**, en consonancia con los compromisos europeos y nacionales, subrayando que supone **usar la energía de forma más eficiente**, reducir el consumo sin perder bienestar y contribuir a disminuir las emisiones contaminantes.
3. **Impulsar en el ámbito industrial la mejora de la eficiencia y la utilización de fuentes renovables y autoconsumo**, con un doble propósito: minimizar el impacto medioambiental aumentando la sostenibilidad y mejorar la competitividad de las empresas mediante **una menor factura energética**.

3.3. Enfoque de comunicación

La campaña debe transmitir que **ahorrar energía es una decisión responsable y al alcance de todos**, que **mejora el bienestar colectivo** y **contribuye a una sociedad más sostenible**. Cada uno -ciudadanía, familias, empresas e instituciones- desempeña un papel relevante en la transición hacia un modelo más sostenible.

El enfoque busca **acercar la eficiencia energética a la vida cotidiana**, mostrando que **reducir el consumo no implica renunciar al confort ni a la calidad de vida**.

La comunicación debe ser **clara, cercana y motivadora**, centrada en **acciones concretas de ahorro y eficiencia**, destacando que la **eficiencia energética es una tarea compartida**, que requiere la **implicación real de todos los agentes sociales** y genera **resultados reales** para el conjunto de la sociedad.

3.4. Públicos objetivos

Se establece el siguiente público objetivo 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. 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:

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
00848-2025/000116	Informe	Publicidad institucional	2025/0909771
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

- Nº. de visitas a la web del Gobierno de La Rioja o la landing de la 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.

Se utilizará un **tono cercano, positivo y respetuoso**. Los mensajes serán comprensibles para todos los públicos, sin tecnicismos y las **imágenes y textos deben ser inclusivos**.

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 **claro, directo, accesible e inclusivo**, dirigido a la sociedad riojana, destinataria de esta campaña, evitando tecnicismos innecesarios.

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 Consejería de Economía, Innovación, Empresa y Trabajo Autónomo.

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
00848-2025/000116	Informe	Publicidad institucional	2025/0909771
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 “CP 25 29 Fomento del ahorro y de la eficiencia energética”, de la Consejería de Economía, Innovación, Empresa y Trabajo Autónomo.

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 (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
00848-2025/000116	Informe	Publicidad institucional	2025/0909771
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 **5.500,00 € (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 jueves, 23 de octubre.**

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			Pág. 6 / 8
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000116	Informe	Publicidad institucional	2025/0909771
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 10:00 horas del viernes, 31 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.

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
00848-2025/000116	Informe	Publicidad institucional	2025/0909771
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
00848-2025/000116	Informe	Publicidad institucional	2025/0909771
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			