



INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 39 CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LOS ABONOS DE TRANSPORTE PARA JÓVENES» 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 39 Campaña de difusión de los abonos de transporte para jóvenes”**, 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

El Gobierno de La Rioja, a través de la Consejería de Política Local, Infraestructuras y Lucha contra la Despoblación, impulsa esta campaña institucional para dar a conocer el nuevo **Carné Rioja Joven Rural**, una iniciativa que refuerza el compromiso del Ejecutivo regional con la **movilidad sostenible** y la **lucha contra la despoblación**.

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
00848-2025/000087	Informe	Publicidad institucional	2025/0718342
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			

Este carné se dirige a **jóvenes menores de 25 años** empadronados en alguno de los **134 municipios riojanos con población menor o igual a 500 habitantes**, y les permitirá **viajar gratuitamente** durante todo el año en la red pública de transportes del Gobierno de La Rioja: Metropolitano, Interurbano y Líneas Rurales.

Esta medida se enmarca en la política global de bonificaciones al transporte público impulsada por el Ejecutivo regional, que ya contempla ventajas para otros colectivos prioritarios, como menores de edad, personas mayores de 65 años, personas con discapacidad o víctimas de violencia de género o terrorismo.

Busca facilitar la movilidad de la población joven del medio rural, promoviendo su acceso a estudios, empleo o servicios, y generando un **ahorro económico directo para sus familias**.

Según estimaciones, más de **2.500 jóvenes** podrán beneficiarse de este nuevo carné.

El carné podrá solicitarse a partir del **15 de agosto de 2025**, de forma **telemática** a través de la web larioja.org/transportes y también **presencialmente** en las oficinas del Servicio de Transportes del Gobierno de La Rioja, en el edificio de la Beneficencia, en Logroño. Estará operativo desde el momento en que sea concedido.

La presente campaña tiene como objetivo principal **informar sobre esta nueva ayuda**, explicar su funcionamiento y fomentar su solicitud por parte del mayor número posible de jóvenes beneficiarios.

3.2. Objetivos de comunicación

Los objetivos de esta campaña son:

- **Informar sobre el nuevo Carné Rioja Joven Rural**, detallando sus características, requisitos de acceso y procedimiento de solicitud, tanto por vía telemática como presencial, así como sus beneficios prácticos y económicos, como la gratuidad total o su validez anual y su uso en toda la red pública de transportes autonómicos.
- **Sensibilizar a los jóvenes** y a la sociedad en general sobre los **beneficios** que aporta el **transporte público** en términos de **seguridad, sostenibilidad, accesibilidad, calidad y economía**. Se busca **reforzar la imagen del transporte público** como **alternativa sostenible** al vehículo privado, en línea con los objetivos de cohesión territorial, modernización del sistema de transportes y lucha contra la despoblación del medio rural.

3.3. Enfoque de comunicación

El enfoque de la campaña será eminentemente **informativo y sensibilizador**. Se trata de dar a conocer de forma clara, sencilla y eficaz la existencia del nuevo Carné Rioja Joven Rural, explicando los requisitos de acceso, el procedimiento de solicitud y los beneficios que ofrece.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 2 / 7
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000087	Informe	Publicidad institucional	2025/0718342
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

Al mismo tiempo, la campaña **busca fidelizar y aumentar el número de viajeros jóvenes** que se suman al Sistema de Transporte de Viajeros, apelando al **ahorro económico, la facilidad de uso, las ventajas medioambientales y la mejora de su movilidad cotidiana**. Se buscará transmitir el valor práctico de esta herramienta como vía de acceso a la educación, el empleo o el ocio.

Además, se integrará un **componente de sensibilización** vinculado a los **valores de sostenibilidad, arraigo y equidad**, subrayando que esta medida forma parte de una estrategia institucional más amplia para **mejorar los servicios en el medio rural y garantizar la igualdad de oportunidades**, vivan donde vivan los jóvenes riojanos.

3.4. Públicos objetivos

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

- Público objetivo primario: la **población juvenil menor de 25 años** empadronada en **municipios riojanos con menos de 500 habitantes**, y sus familias.
- Públicos objetivos secundarios: 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 327.889 personas*, de las que 166.070 son mujeres y 161.819 son hombres.

*Datos provisionales de la Encuesta Continua de Población a 1 de abril 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 la landing de la campaña** durante el período que dure la actividad de la campaña.

3.6. Tono y estilo de comunicación

El tono de la campaña será **positivo, cercano, directo y motivador**, adaptado al perfil del público juvenil objetivo. Se buscará generar interés y conexión inmediata mediante mensajes claros, visuales y orientados a la acción.

La comunicación debe transmitir confianza, utilidad y sencillez, evitando tecnicismos o un lenguaje excesivamente institucional. El **estilo será ágil y dinámico**, con referencias claras a los beneficios prácticos del carné y con llamadas a la acción que refuercen el mensaje principal.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000087	Informe	Publicidad institucional	2025/0718342
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

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**, adecuado al público objetivo prioritario destinatario de esta campaña y también a la sociedad en general, procurando que los mensajes sean **fácilmente comprensibles**.

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 de la 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

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 “CP 25 39 Campaña de difusión de los abonos de transporte para jóvenes”.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRONICAMENTE 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
00848-2025/000087	Informe	Publicidad institucional	2025/0718342
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

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.**
 - **Se propone la inclusión de la imagen del nuevo Carné Rioja Joven Rural** (se puede solicitar por correo a publicidad@larioja.org)
 - 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.

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:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 5 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000087	Informe	Publicidad institucional	2025/0718342
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

- 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 viernes, 29 de agosto.**

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.**

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

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
00848-2025/000087	Informe	Publicidad institucional	2025/0718342
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

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, 11 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.

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. 7 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2025/000087	Informe	Publicidad institucional		2025/0718342
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				