



INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 75 TURISMO SOSTENIBLE» 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 75 Turismo sostenible», 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:

- 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

Esta campaña de publicidad institucional se enmarca en la **Resolución de 29 de diciembre de 2023**, de la **Secretaría de Estado de Turismo**, por la que se publica el **Acuerdo de la Conferencia Sectorial de Turismo** del mismo día. Este Acuerdo establece los criterios de distribución y el reparto para las comunidades y ciudades autónomas del crédito destinado a financiar actuaciones dentro del **Componente 14, inversión 1, medida 3, “Planes de Sostenibilidad Social**

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	
00848-2025/000113		Informe	Publicidad institucional			2025/0878734	
Cargo		Firmante / Observaciones			Fecha/hora		
1	Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela			01/10/2025 08:36:05	
2	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV:	TNOYQDFDENXFWXR	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion	01/10/2025 08:36:07

del Turismo” del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, quedando alineada con las directrices y objetivos del referido Acuerdo.

El objetivo de la campaña es **sensibilizar y promover la sostenibilidad social del turismo en La Rioja. La sostenibilidad social es**, junto a las dimensiones **económica y medioambiental**, un pilar esencial para un desarrollo equilibrado y responsable del sector.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el **turismo sostenible** como aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

Si bien las dimensiones económica y medioambiental han recibido mayor atención y desarrollo programático, la **dimensión social**, debido a su complejidad y amplitud, **ha sido menos abordada**. Sin embargo, este ámbito **resulta fundamental para garantizar el bienestar, la cohesión social y la equidad** en los **destinos turísticos**. Por ello, esta campaña enfatiza prioritariamente la **sostenibilidad social**, considerándola **clave** para fortalecer el **prestigio** y la **competitividad del sector turístico riojano**.

Con esta campaña, el Gobierno de La Rioja reafirma **su compromiso con un modelo turístico responsable, inclusivo y socialmente sostenible**, en línea con los compromisos nacionales e internacionales y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR).

El turismo sostenible no se entiende solo desde lo ambiental o lo económico; también debe generar un impacto positivo en las personas. La dimensión social del turismo implica que la actividad turística contribuya a mejorar la calidad de vida de la población local, fortaleciendo el sentido de comunidad y asegurando que los beneficios se repartan de forma equitativa.

En este marco, se busca que el turismo:

- Favorezca la creación de empleo digno y estable.
- Respete y potencie la identidad cultural, las tradiciones y el patrimonio inmaterial.
- Promueva la inclusión, garantizando la accesibilidad universal y la participación de colectivos diversos.
- Estimule la interacción respetuosa entre visitantes y residentes, generando vínculos que enriquezcan a ambos.
- Refuerce la cohesión social, evitando dinámicas que puedan generar desigualdades o tensiones.

En definitiva, el turismo sostenible en su dimensión social se mide no solo por el número de visitantes, sino por la capacidad de generar bienestar, orgullo y oportunidades para quienes habitan el territorio.

3.2. Objetivos 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	
00848-2025/000113		Informe	Publicidad institucional			2025/0878734	
Cargo		Firmante / Observaciones			Fecha/hora		
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela			01/10/2025 08:36:05		
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV:	TNOYQDFDENXFWXR	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		01/10/2025 08:36:07	

Los principales objetivos de comunicación de esta campaña que promueve un turismo sostenible social son:

- Fomentar el prestigio del sector turístico y poner en valor a los profesionales que trabajan en él, convirtiéndolo en un espacio deseable para desarrollar la carrera profesional.

3.3. Enfoque de comunicación

El enfoque de esta iniciativa se centra en la **sensibilización** y la **movilización social**, con un matiz de **reconocimiento** hacia el sector turístico y las personas que lo sostienen.

El **acento** estará en la **dimensión social del turismo sostenible**, destacando su contribución al **bienestar** y la **cohesión** de la sociedad riojana. La idea es subrayar que el turismo no es solo una actividad económica o medioambientalmente responsable, sino también un motor de **igualdad, diversidad, empleo de calidad** y **compromiso con la comunidad**.

Por ello, se busca **sensibilizar a turistas y residentes** para que **se identifiquen** y participen activamente en un **modelo turístico** que protege el medio ambiente, cuida su **dimensión social** y mejora la **vida de las personas**.

En este sentido, se quiere transmitir que **detrás de cada experiencia turística hay personas**: quienes **acogen**, quienes **trabajan** y quienes **disfrutan**. La comunicación debe poner **rostro y voz** a esos protagonistas, reflejando que el **turismo sostenible empieza en lo humano**.

Además, se resaltarán que **La Rioja es un destino singular, auténtico y cercano**, donde **el turismo se integra de manera equilibrada** en la vida de la comunidad. Esta actividad se presenta como un **motor positivo** que **enriquece la experiencia** de quienes nos visitan y **fortalece el bienestar** de quienes residen y trabajan en la región.

Todo ello con un planteamiento **positivo, realista y participativo**, que invite tanto a la ciudadanía como a los agentes del sector a sentirse parte activa de un **modelo turístico que cuida de las personas** y fortalece a la sociedad.

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.
- **Público objetivo secundario:** los actuales y potenciales profesionales del sector turístico y agentes sociales de la comunidad, así como los visitantes y turistas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>				Pág. 3 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000113	Informe	Publicidad institucional	2025/0878734	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	01/10/2025 08:36:05	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: TNOYQDFDENXFWXR Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	01/10/2025 08:36:07	

3.5. Tono y estilo de comunicación

El tono será **cercano y humano**, para conectar tanto con la ciudadanía riojana como con visitantes, turistas y profesionales del sector. Debe ser **inspirador y positivo**, destacando el bienestar compartido que genera el turismo sostenible, y transmitir **compromiso y orgullo de pertenencia** a una región auténtica y cercana.

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.

3.6. Lenguaje

El lenguaje será **claro, directo, accesible e inclusivo**, dirigido al **público objetivo**. Los mensajes deben ser **breves y fáciles de recordar**, transmitiendo valores de **bienestar, igualdad, diversidad, sostenibilidad social y oportunidades compartidas**.

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 carácter social, 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>				Pág. 4 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000113	Informe	Publicidad institucional	2025/0878734	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela	01/10/2025 08:36:05	
2	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: TNOYQDFDENXFWXR Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		01/10/2025 08:36:07	

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 publicidad “CP 25 75 Turismo Sostenible”, 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, de la Unión Europea – NextGenerationEU, del Gobierno de España y del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.**
 - 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.

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
00848-2025/000113	Informe	Publicidad institucional	2025/0878734
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela	01/10/2025 08:36:05
2	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: TNOYQDFDENXFWXR Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		01/10/2025 08:36:07

- 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.

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€ (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, 15 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.**

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
00848-2025/000113	Informe	Publicidad institucional		2025/0878734
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela		01/10/2025 08:36:05	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: TNOYQDFDENXFWXR	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	01/10/2025 08:36:07	

- ✓ 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.**

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

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.

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	
00848-2025/000113	Informe	Publicidad institucional	2025/0878734	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela		01/10/2025 08:36:05	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: TNOYQDFDENXFWXR Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		01/10/2025 08:36:07	

Las artes finales deberán facilitarse antes de las 10.00 horas del miércoles, 22 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
00848-2025/000113	Informe	Publicidad institucional		2025/0878734
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela		01/10/2025 08:36:05
2	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: TNOYQDFDENXFWXR	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	01/10/2025 08:36:07