Vara de Rey, 3
26071 Logroño (La Rioja)
941 29 18 53
publicidad@larioja.org

INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 26 03 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 26 03 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 tiene en marcha el **Plan de Simplificación Administrativa 2025-2029** para facilitar la relación de la ciudadanía con la administración, con el objetivo principal de hacer más **fácil, ágil y eficaz** la interacción de la ciudadanía y del tejido económico con la Administración.

La **simplificación administrativa** es uno de los **instrumentos clave para modernizar y mejorar** el funcionamiento de las administraciones públicas. Por eso, este plan **contempla revisar procedimientos, reducir cargas normativas, eliminar**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2026/000135	Informe	Publicidad institucional	2026/1016895

	Cargo	Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela	27/10/2026 14:08:36
2	**SELLADO ELECTRÓNICAMENTE** por Gobierno de La Rioja con CSV: **H8JO8GGMY7YAPHF** Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		27/10/2026 14:08:39

trámites innecesarios, clarificar el lenguaje jurídico y acercar la gestión pública a las personas. Todo ello con un enfoque claro: lograr una administración **más útil, transparente, comprensible y eficiente**.

Este proceso de modernización se está desarrollando de forma **progresiva y participada**, con el apoyo de los principales **agentes económicos y sociales** y está alineado con el **Plan de Fomento del Emprendimiento 2024-2027** y se complementará con el desarrollo de la nueva **Plataforma de Administración Electrónica GLERA**, que permitirá consolidar una administración **más digital, sencilla y centrada en las personas**.

Con esta campaña institucional, el Gobierno de La Rioja busca **trasladar a la sociedad** los beneficios que supone avanzar hacia una administración más cercana, ágil y preparada para responder a las necesidades reales de la ciudadanía y del tejido económico.

3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación de esta campaña son:

- **Informar** sobre **las medidas puestas en marcha** para fomentar la mejora de las relaciones entre la ciudadanía y la Administración del Gobierno de La Rioja.
- **Promover la productividad, la creación de empleo**, la **atracción de inversiones** y el **crecimiento sólido y estable** de nuestra economía.

3.3. Enfoque de comunicación

En atención al art. 50 de la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General (LOREG) y a la Instrucción 2/2011, de 24 de marzo, de la Junta Electoral Central, sobre interpretación del artículo 50 de la Ley Orgánica del Régimen Electoral General, en relación al objeto y los límites de las campañas institucionales y de los actos de inauguración realizados por los poderes públicos en periodo electoral, procede señalar que la presente campaña de difusión se realiza desde un enfoque informativo, que no viola los principios de objetividad y transparencia del proceso electoral y de igualdad entre los actores electorales, sin inducir el sentido del voto, a fin de no afectar el proceso electoral general que se celebrará en noviembre de 2026.

La comunicación se centrará en presentar las ventajas prácticas del Plan de Simplificación Administrativa, Calidad Normativa y Mercado Abierto 2025-2029 cuyo objetivo es facilitar las gestiones de la ciudadanía y las empresas y favorecer el desarrollo de la actividad económica en La Rioja.

A modo orientativo, se presentan las siguientes situaciones:

- **Cuando una persona presenta una solicitud:** se están revisando los procedimientos para evitar que tenga que aportar documentos que no sean estrictamente necesarios. Además, la ley establece que, cuando

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2026/000135	Informe	Publicidad institucional	2026/1016895
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	27/10/2026 14:08:36
2 **SELLADO ELECTRÓNICAMENTE** por Gobierno de La Rioja con CSV: **H8JO8GGMY7YAPHF** Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion			27/10/2026 14:08:39

proceda, la Administración obtenga electrónicamente los datos y documentos que la persona interesada no esté obligada a presentar.

- **Cuando una persona tiene que rellenar un formulario o recibe una comunicación administrativa:** se está trabajando para que la información sea más clara y fácil de entender. También se prevé que los formularios electrónicos puedan ofrecerse cumplimentados total o parcialmente con los datos disponibles, para que la persona interesada compruebe la información, la modifique o la complete cuando sea necesario.
- **Cuando una persona está esperando una respuesta de la Administración:** está en marcha la revisión de los plazos máximos que tiene la Administración para resolver y comunicar su decisión, con la finalidad de reducirlos.
- **Cuando una persona quiere saber cómo va su trámite:** se está mejorando la Carpeta Ciudadana para facilitar la consulta del estado de los procedimientos que le afectan, el acceso a la documentación anexada a sus trámites y gestiones electrónicas y a las notificaciones.
- **Cuando una persona necesita ayuda para hacer una gestión por internet:** se está promoviendo la asistencia de funcionarios habilitados a las personas físicas que no están obligadas a relacionarse electrónicamente con la Administración y que soliciten ayuda para realizar estos trámites.
- **Cuando una empresa que ya desarrolla legalmente una actividad en otra comunidad autónoma quiere ejercerla también en La Rioja:** la Ley 2/2026 permite que, en los supuestos previstos, pueda desarrollar esa actividad en La Rioja sin necesidad de obtener nuevas autorizaciones o cumplir requisitos adicionales, con las excepciones establecidas legalmente.
- **Cuando una empresa necesita una autorización o licencia de la Administración autonómica para iniciar una actividad:** se están revisando los procedimientos para estudiar en qué casos la autorización o licencia previa puede sustituirse por una declaración responsable o una comunicación. Cuando resulte aplicable este régimen, la empresa podrá iniciar la actividad sin esperar una autorización previa, siempre que cumpla los requisitos exigidos y sin perjuicio de los controles de la Administración.

3.4. Públicos objetivos

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

- Público objetivo primario: 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 330.756 personas*, de las que 167.437 son mujeres y 163.319 son hombres.
  *Datos provisionales de la Encuesta Continua de Población a 1 de julio de 2026

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2026/000135	Informe	Publicidad institucional	2026/1016895
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	27/10/2026 14:08:36
2 **SELLADO ELECTRÓNICAMENTE** por Gobierno de La Rioja con CSV: **H8JO8GGMY7YAPHF** Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion			27/10/2026 14:08:39

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

3.6. Tono y estilo de comunicación

El tono será informativo y cercano, con un estilo claro, directo y sencillo.

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

Se utilizará un lenguaje claro, comprensible y accesible, evitando tecnicismos innecesarios. Los mensajes serán breves y precisos, adaptados a los diferentes soportes y públicos destinatarios.

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 2026 y su órgano emisor es la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2026/000135	Informe	Publicidad institucional	2026/1016895

	Cargo	Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela	27/10/2026 14:08:36
2	**SELLADO ELECTRÓNICAMENTE** por Gobierno de La Rioja con CSV: **H8JO8GGMY7YAPHF** Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		27/10/2026 14:08:39

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 publicidad **"CP 26 03 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 slogan 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 8 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 22 adaptaciones)** y sus dimensiones una vez que esté definido el plan de medios.
   - Adaptación de creatividad para las piezas 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:**
   - Desarrollo de la creatividad publicitaria con el eslogan, copy y propuesta gráfica en formato vertical (ejemplo: cartel 40x60cm) y horizontal (ejemplo: pasos de banner digital de 1140x105 pixeles). 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 **6.000€ (IVA incluido)**.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2026/000135	Informe	Publicidad institucional	2026/1016895

	Cargo	Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela	27/10/2026 14:08:36
2	**SELLADO ELECTRÓNICAMENTE** por Gobierno de La Rioja con CSV: **H8JO8GGMY7YAPHF** Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		27/10/2026 14:08:39

4.5. Presentación de propuestas

Las propuestas creativas deberán ser remitidas al correo electrónico publicidad@larioja.org **antes de las 14:00 horas del lunes, 16 de noviembre.**

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.**
- ✓ La propuesta creativa y el slogan de campaña son **originales** -no existe un precedente a nivel nacional en campañas similares- y **motivadores,** promoviendo la interacción con el usuario de forma innovadora. **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.**
- ✓ 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2026/000135	Informe	Publicidad institucional	2026/1016895

	Cargo	Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela	27/10/2026 14:08:36
2	**SELLADO ELECTRÓNICAMENTE** por Gobierno de La Rioja con CSV: **H8JO8GGMY7YAPHF** Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		27/10/2026 14:08:39

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, 27 de noviembre.

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.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2026/000135	Informe	Publicidad institucional	2026/1016895

	Cargo	Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela	27/10/2026 14:08:36
2	**SELLADO ELECTRÓNICAMENTE** por Gobierno de La Rioja con CSV: **H8JO8GGMY7YAPHF** Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		27/10/2026 14:08:39