



Rf.º: CP/17/043

BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “AYUDAS A LA REHABILITACIÓN DE EDIFICIOS”, DE LA CONSEJERÍA DE FOMENTO Y POLÍTICA TERRITORIAL

1. Introducción

El Gobierno de La Rioja promueve el Plan de Vivienda 2013-2016, que tiene como principales objetivos impulsar el alquiler como vía de acceso natural a la vivienda y fomentar la rehabilitación de edificios. En este segundo caso, la rehabilitación de edificios contribuye a mejorar el patrimonio urbano e incrementar la calidad de vida y el bienestar de los ciudadanos.

Este plan de vivienda ha supuesto un cambio de orientación respecto al modelo anterior seguido, centrado en la construcción de vivienda para apostar por el alquiler y la necesidad de un **adecuado mantenimiento de los edificios**, la búsqueda de la eficiencia energética y el impulso de la rehabilitación edificatoria.

En estas ayudas se promueven todo tipo de actuaciones sobre edificios y ámbitos de la ciudad consolidada de forma que los edificios de tipología residencial puedan recuperar la calidad edificatoria dentro de su estado de conservación, además de mejorar su eficiencia energética, garantizar la accesibilidad universal e impulsar la reactivación del sector inmobiliario, contribuyendo así tanto a la recuperación económica de la región como a la creación de empleo.

2. Enfoque de comunicación

Este programa tiene por objeto la financiación de la ejecución de obras y trabajos de mantenimiento e intervención en las instalaciones fijas y equipamiento propio, en los elementos y espacios privativos comunes, de los edificios de tipología residencial colectiva.

¿Qué tipo de actuaciones se contemplan?

Las actuaciones en los edificios deben dirigirse a:

- Su conservación.
- La mejora de la calidad y sostenibilidad.
- La mejora de accesibilidad.

¿A quién van dirigidas las ayudas?

- Comunidades de propietarios
- Agrupaciones de comunidades de propietarios
- Propietarios únicos de edificios de viviendas



En los edificios que destinen al alquiler, al menos, 10 años desde la recepción de la ayuda, podrán ser beneficiarios, también las administraciones Públicas, organismos y entidades de derecho público, empresas públicas, sociedades mercantiles participadas por las administraciones propietarias de los inmuebles.

¿Cuáles son los requisitos de los edificios?

Edificios de tipología residencial colectiva, que cumplan los siguientes requisitos:

- Estar finalizados antes de 1981
- Que, al menos el 70% de su superficie construida sobre rasante tenga uso residencial de vivienda
- Que, al menos el 70% de las viviendas constituyan el domicilio habitual de sus propietarios o arrendatarios.

Excepcionalmente, se admitirán en este programa edificios que sin cumplir los requisitos anteriores:

- Presenten graves daños estructurales o de otro tipo, que justifiquen su inclusión en el Programa.
- Tengan íntegramente como destino el alquiler, durante, al menos 10 años a contar desde la recepción de la ayuda.

Condiciones:

El edificio cuente con el **informe de evaluación**

En mejora de la accesibilidad, mínimo 8 viviendas, excepto que se realice a la vez obras de conservación o que habiten personas con discapacidad o mayores de 65 años.

Se aporte **proyecto de actuación** a realizar. Cuando las actuaciones no exijan proyecto, se justifique en una memoria suscrita por técnico competente a la adecuación al Código Técnico de Edificación.

Ayudas

- Máxima unitaria por actuación: 2.000 euros por vivienda para actuaciones de **conservación**. 1.000 euros más si se realiza simultáneamente calidad y sostenibilidad y otros 1.000 si se realiza también accesibilidad.
- Entre 2.000 y 5000 euros para actuaciones de **mejoras de la calidad y sostenibilidad**.
- 4.000 euros para **mejora de la accesibilidad**.

Todas las cuantías podrán incrementarse un 10% en edificios declarados Bienes de Interés Cultural o catalogado

Máxima por vivienda y por cada 100 metros cuadrados de local: 11.000 euros (12.100 euros en edificios declarados Bien de Interés Cultural o catalogado)

Cuantía máxima de la subvención por actuación

La cuantía máxima de la subvención por actuación no podrá superar el 35% del coste subvencionable de la actuación en conservación, del 60% en la partida del ahorro de energía y en accesibilidad se podrá llegar hasta el 50%.



Tipos de actuaciones y obras subvencionables

1. Obras de conservación

- Obras de mejora o refuerzo de la cimentación
- Obras de refuerzo de estructuras
- Obras de mejora o sustitución de instalaciones
- Obras de mejora o sustitución de cubiertas, azoteas, fachadas, medianerías o elementos comunes
- Obras de adaptación a la normativa vigente de instalaciones comunes de electricidad, fontanería, gas, saneamiento, recogida y separación de residuos y telecomunicaciones.

2. Obras de mejora de la calidad y sostenibilidad del edificio

- Obras de mejora de la envolvente térmica del edificio: mejora aislante térmico, sustitución de carpinterías, acristalamiento de los huecos, instalación de dispositivos bioclimáticos y todas aquellas requeridas para cumplir con el Documento Básico del Código Técnico de la Edificación DB-HE1
- Obras de instalación de sistemas de calefacción, refrigeración, producción de agua caliente sanitaria y ventilación.
- Sustitución de equipos de producción de calor por otros de mayor eficiencia energéticas.
- Instalación de sistemas de control, regulación o gestión energética, contadores y repartidores de costes energéticos para instalaciones centralizadas de calefacción.
- Aislamiento térmico de las redes de distribución y transporte.
- Sustitución de equipos de movimiento de los fluidos caloportadores.
- Instalación de dispositivos de recuperación de aguas residuales.
- Implantación de sistemas de enfriamiento por aire exterior y de recuperación de calor del aire de renovación.
- Instalación de equipos de generación que permitan la utilización de energías renovables, como la solar, biomasa o geotermia.
- Sustitución de lámparas y luminarias por otras de mayor rendimiento energético.
- Instalación de sistemas de control de encendido y nivel de iluminación o aprovechamiento de luz natural.
- Mejora de instalaciones de abastecimiento.
- Instalación de mecanismo de ahorro de agua.
- Implantación de redes separativas de saneamiento en el edificio.
- Instalación de sistemas que favorezcan la reutilización de aguas residuales y pluviales del edificio, de la parcela o que reduzcan los vertidos a la red de alcantarillado.
- Acondicionamiento o mejora de las instalaciones para la recogida y separación de los residuos domésticos en el interior de los domicilios y espacios comunes del edificio.
- Las obras que mejoren el cumplimiento de los parámetros establecidos en el Documento Básico del Código Técnico de la Edificación DB-HR protección contra el ruido.
- El acondicionamiento de los espacios privados de la parcela para mejorar la permeabilidad del suelo, adaptar la jardinería o especies de bajo consumo hídrico, optimizar los sistemas de riego y otras actuaciones bioclimáticas.



3. Obras de mejora de la accesibilidad:

- Instalación de ascensores, salvaescaleras, rampas y otros dispositivos de accesibilidad, incluyendo los adaptados a necesidades de personas con discapacidad sensorial.
- Adaptación de los dispositivos de accesibilidad ya instalados a la normativa vigente.
- Instalación o dotación de productos de apoyo como grúas o artefactos análogos que permitan el acceso y uso por parte de las personas con discapacidad a elementos comunes del edificio, tales como jardines, zonas deportivas, piscinas y otros similares.
- Instalaciones de elementos de información o de aviso tales como señales luminosas o sonoras que permitan la orientación en el uso de escaleras y ascensores.
- La instalación de elementos o dispositivos electrónicos de comunicación entre las viviendas y el exterior, tales como videoporteros o análogos.

3. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación para este año sitúa **el siguiente objetivo de comunicación**, de acuerdo con la ficha básica de campaña, publicada dentro del plan anual de Publicidad Institucional de 2017:

- Difundir la convocatoria de ayudas a la rehabilitación de edificios incluidas dentro del Plan de Vivienda del Gobierno de La Rioja.

4. Públicos objetivos

Se establecen los **siguientes públicos objetivos** para la campaña de comunicación institucional:

- **Público primario:**

Comunidades de propietarios y propietarios únicos de viviendas. Teniendo en cuenta que, no existe una fuente primaria que nos permita cuantificar este público objetivo, tomamos como referencia el catastro inmobiliario urbano que nos ofrece datos de parcelas edificadas en copropiedad y parcelas edificadas por un único propietario. En este sentido, un edificio en copropiedad se puede considerar coincidente con un edificio en el que hay constituida una comunidad de propietarios, de ahí que recurramos a esta fuente de datos.

Según los últimos datos ofrecidos por el INE y referidos al año 2016, hablamos de 13.955 edificios en copropiedad y 80.836 edificios de un único propietario. En total, **94.791 unidades**, entendiendo este número como un límite máximo de nuestro público objetivo primario.



- **Público secundario:**

Administradores de fincas. Según los datos proporcionados por el Colegio Oficial de Administradores de Fincas de La Rioja, 81 personas pertenecen a este organismo oficial en nuestra comunidad.

Ayuntamientos de los municipios. Nos dirigimos en este caso a las 174 entidades locales que componen la Comunidad Autónoma de La Rioja.

5. 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. La identidad para la publicidad institucional, aprobada por el Consejo de Gobierno, en sesión de 27 de febrero, estableció un conjunto de normas orientadas a la homogeneidad de estilo y tono en la actividad publicitaria del Gobierno de La Rioja.

En este caso la tipología de campaña, según se especifica en la ficha básica de campaña del Plan de Publicidad Institucional, es de servicio público. Por ello, se deberá utilizar para la composición de mensajes el programa publicitario general del Programa de Identidad para la Publicidad Institucional.

5.1. Emisor de la campaña

Entendemos que la difusión de la convocatoria de estas ayudas de rehabilitación de edificios se encuentra dentro del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja y por ello éste debe ser el emisor de las actividades publicitarias.

5.2. Lenguaje

Las características del tono informativo definen el uso de verbos de acción en la publicidad institucional del Gobierno de La Rioja. Cuando sea necesaria su conjugación los verbos deberán conjugarse en el presente de indicativo para transmitir una imagen de realidad: las consecuencias de la acción política suceden en este momento. Se evitarán los tiempos compuestos y el uso de subjuntivo y gerundio.

La conjugación de los verbos se hará mediante la primera persona del plural, reforzando así el valor del trabajo en equipo dentro de la Administración regional.

Así mismo, se recomienda acotar el uso de adjetivos y adverbios y emplearlos cuando tengan sentido. Deben servir para explicar los hechos y no para expresar una valoración.



5.2. Marcas gráficas

El emisor de esta actividad publicitaria, como hemos destacado anteriormente, es el Gobierno de La Rioja. Sin embargo, dentro de esta convocatoria, las ayudas a mejorar la eficiencia energética cuentan con subvención dentro del programa Operativo FEDER de La Rioja 2014-2020. Por ello, se deberá incluir el imotipo de este programa europeo en esta actividad publicitaria.

6. Táctica publicitaria

6.1. Objetivos de la publicidad institucional

A través de la campaña publicitaria, se pretende difundir una convocatoria de subvenciones y llegar a impactar al mayor número de personas que pertenezcan a nuestros públicos objetivos determinados anteriormente. Por ello, en este caso estimamos conveniente la elección de medios convencionales como la prensa escrita y las radios generalistas de nuestra región, incluyendo también a radios locales con el objetivo de alcanzar a públicos objetivos de toda la región.

En esta actividad publicidad estableceremos como criterio de conversión:

- Número de ayudas solicitadas a la rehabilitación de edificios e histórico de años anteriores.

6.2. Difusión

La duración de la campaña será de 6 días y se extenderá desde el 30 de mayo al 4 de junio.

6.3. Plan de medios

Periódicos regionales auditados						
Soporte	Difusión diaria	Difusión acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Diario La Rioja	9.007 ejemplares	45.035 ejemplares	Faldón pequeño	5	256x63 mm	Del 30 de mayo al 3 de junio
Noticias de La Rioja	5.218 ejemplares	26.090 ejemplares	Faldón pequeño	5	255x57 mm	Del 30 de mayo al 3 de junio
Gente	15.733 ejemplares	15.733 ejemplares	Media página	1	250x158 mm	2 de junio


Radios regionales auditadas de corte generalista

Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Cadena SER	50.000 oyentes	300.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 30 de mayo al 4 de junio
Cadena Cope	21.000 oyentes	126.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 30 de mayo al 4 de junio
Onda Cero	17.000 oyentes	102.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 30 de mayo al 4 de junio

Radios locales y comarcales auditadas

Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Radio Arnedo	6.000 oyentes	36.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 30 de mayo al 4 de junio
Radio Haro	4.000 oyentes	24.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 30 de mayo al 4 de junio
Onda Cero Calahorra	3.000 oyentes	18.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 30 de mayo al 4 de junio

Publicidad exterior

Soporte	Audiencia	Formato	Q	Tipo
Material de difusión	-	Folleto	500	Folleto*

*Contenido y formato según indicaciones de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior

La planificación y contratación del plan de medios de esta campaña corresponderá a la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior, con cargo a la partida presupuestaria 1410.1812.226.11. Este órgano de la Administración, de acuerdo a su decreto de estructura, es el encargado de la política de comunicación e informativa del Gobierno de La Rioja, en donde se inserta la política pública de publicidad institucional.



7 Creatividad publicitaria

El Gobierno de La Rioja contará con el sector creativo para la construcción de la creatividad publicitaria.

7.1. Oferta técnica

Las propuestas deberán contemplar la siguiente **oferta técnica**:

- a) **Materiales para los soportes previstos en el plan de medios.** La consejería de Presidencia requiere también de 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 escrita auditada.
 - Diseño y maquetación del folleto del material de difusión.

- b) **Otros materiales gráficos:**
 - Diseño de banner para la web www.larioja.org y recursos gráficos para la web.
 - Diseño de 20 piezas gráficas para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno: Facebook y Twitter.
 - Piezas gráficas para personalizar las cuentas institucionales del Gobierno de La Rioja: perfil y cabecera de Twitter, Facebook y Youtube.
 - Diseño de GIF animado para publicar en las redes sociales del Gobierno, de acuerdo a los criterios que establezca la Consejería de Presidencia. Se proporcionará estilo y pautas gráficas.
 - Recursos gráficos y fotográficos de los diferentes elementos producidos por la empresa, para acompañar un artículo de “caso de éxito” en la web de publicidad institucional. [Ver un ejemplo de artículo similar.](#)

7.2 Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **900 euros + IVA**, con cargo a la partida presupuestaria 1410.1812.227.13 de la consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

7.3 Entrega de materiales

La empresa seleccionada en el proceso deberá entregar los materiales en formato PDF, debidamente adaptados y compuestos para su impresión o publicación; y también en formato de Adobe Illustrator, Indesign u otros que se empleen para el diseño de los materiales.

www.larioja.org



**Gobierno
de La Rioja**

**Presidencia,
Relaciones Institucionales
y Acción Exterior**

8 Contacto técnico

Las empresas pueden dirigirse a la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior para consultar sus dudas y trasladar sus sugerencias.

Teléfono de contacto:

941 294 066

Email de contacto:

publicidad@larioja.org