



## INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 11 NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA INFANCIA Y JUVENTUD» DE LA CONSEJERÍA DE SALUD Y POLÍTICAS SOCIALES.

### 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 11 Nuevas tecnologías en la infancia y juventud», de la Consejería de Salud y Políticas Sociales.

### 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

Esta campaña tiene como finalidad **sensibilizar sobre los riesgos asociados al uso digital en la infancia y adolescencia**, así como **ofrecer herramientas prácticas y orientación útil a las familias** para fomentar un entorno digital seguro y saludable.

El contexto digital actual ha transformado profundamente la forma en la que niñas, niños y adolescentes se comunican, acceden a la información y se relacionan. Desde edades cada vez más tempranas, los menores están

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	
00848-2025/000059	Informe	Publicidad institucional	2025/0542872	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	16/06/2025 16:42:30	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: YANUZ9WQUJ4NMOG	Dirección de verificación: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>	
			16/06/2025 16:42:34	

expuestos a un entorno online en constante evolución, en el que conviven oportunidades educativas y recreativas con **riesgos significativos para su desarrollo y bienestar**.

Estos riesgos incluyen la **exposición a contenidos inapropiados**, el **uso excesivo de pantallas**, el **ciberacoso**, la **pérdida de privacidad**, la **dependencia digital** o la **presión social en redes**. Además, se constata una creciente preocupación por el impacto de estos factores en la salud mental, el rendimiento académico y las relaciones familiares.

Conscientes de este escenario, la Consejería de Salud y Políticas Sociales impulsa esta campaña para **informar, educar y empoderar a las familias**, asociaciones, educadores y sociedad en general, promoviendo un **uso saludable, seguro y equilibrado** de la tecnología desde la infancia y la adolescencia. **El objetivo** no es alarmar, sino **acompañar, informar y capacitar** para que el entorno digital forme parte del desarrollo de niñas, niños y adolescentes de forma segura, equilibrada y enriquecedora.

### 3.2. Objetivos de comunicación

Los objetivos de comunicación de esta campaña son:

- **Poner en conocimiento** de la población en general los **riesgos asociados** al uso inadecuado de las nuevas tecnologías en niños y jóvenes.
- **Divulgar consejos y recomendaciones** de uso responsable dirigidos principalmente a las familias.
- **Favorecer el acompañamiento activo** de madres, padres y cuidadores en la educación digital de sus hijos e hijas.
- **Sensibilizar** sobre la importancia de establecer **límites y normas** claras en el uso de dispositivos y redes sociales.

### 3.3. Enfoque de comunicación

El enfoque de esta campaña será **didáctico y positivo**, centrado en **concienciar** sobre los peligros reales, pero también en **facilitar herramientas útiles** a las familias para que puedan gestionar mejor el uso que hacen sus hijos e hijas de las nuevas tecnologías.

Se puede recurrir a situaciones cotidianas, consejos prácticos que fomenten el **aprendizaje colectivo** y la **reflexión**.

### 3.4. Públicos objetivos

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

**Público objetivo primario:** familias con hijos e hijas, población infantil y adolescente.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.				Pág. 2 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000059	Informe	Publicidad institucional	2025/0542872	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	16/06/2025 16:42:30	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: YANUZ9WQU4NMOG	Dirección de verificación: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>	
			16/06/2025 16:42:34	

**Público objetivo secundario:** 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. Tono y estilo de comunicación

El tono de la campaña será **accesible, empático y divulgativo**, buscando generar confianza. Se evitarán mensajes alarmistas y se apostará por un lenguaje **motivador, claro y adaptado** a distintos niveles de comprensión.

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

Se utilizará un lenguaje **sencillo, inclusivo y directo**, adaptado a los distintos públicos objetivos de la campaña. En los materiales dirigidos a familias, se empleará un registro **cercano y comprensible**; en los mensajes orientados a niños y adolescentes, un lenguaje **atractivo, visual y motivador**.

### 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 Salud y Políticas Sociales.

## 4. Contenido de los servicios

### 4.1. Normativa aplicable

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.				Pág. 3 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000059	Informe	Publicidad institucional	2025/0542872	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	16/06/2025 16:42:30	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: YANUZ9WQUJ4NMOG	Dirección de verificación: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>	
			16/06/2025 16:42:34	

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 25 11 Nuevas tecnologías en la infancia y juventud”, de la Consejería de Salud y Políticas Sociales.

#### 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:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>				Pág. 4 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000059	Informe	Publicidad institucional	2025/0542872	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	16/06/2025 16:42:30	
2 <b>SELLADO ELECTRÓNICAMENTE</b>		por Gobierno de La Rioja con CSV: <b>YANUZ9WQU4NMOG</b>	Dirección de verificación: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>	
			16/06/2025 16:42:34	

- Diseño y maquetación de creatividades 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 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](mailto:publicidad@larioja.org) **antes de las 10.00 horas del lunes, 30 de junio.**

#### 4.6. Valoración de las propuestas

Se adjudicará a la propuesta con mayor puntuación siguiendo los siguientes criterios:

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	
00848-2025/000059	Informe	Publicidad institucional	2025/0542872	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	16/06/2025 16:42:30	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: YANUZ9WQUJ4NMOG	Dirección de verificación: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>	
			16/06/2025 16:42:34	

- ✓ 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.**

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

#### 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 <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	
00848-2025/000059	Informe	Publicidad institucional	2025/0542872	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela			16/06/2025 16:42:30
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: YANUZ9WQUJ4NMOG Dirección de verificación: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>			16/06/2025 16:42:34

**Las artes finales deberán facilitarse antes de las 10.00 horas del martes, 8 de julio.**

## **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
00848-2025/000059		Informe	Publicidad institucional		2025/0542872
Cargo			Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			Susana Conde Escorihuela		16/06/2025 16:42:30
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE			por Gobierno de La Rioja con CSV: YANUZ9WQUJ4NMOG Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		16/06/2025 16:42:34