

## INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 24 10 CAMPAÑA DE VACUNACIÓN» 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 24 10 Campaña de vacunación”, 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

Las vacunas reducen el riesgo de contraer enfermedades gracias a que refuerzan las defensas naturales del organismo y ayudan a protegerse. Cuando una persona se vacuna, se activa su sistema inmunitario.

Desde hace años, España y La Rioja en particular, implementan con éxito campañas de vacunación que han permitido erradicar o reducir el impacto en la salud de la población de enfermedades graves, muy graves o incluso mortales. Los ejemplos más recientes son las campañas de vacunación frente al COVID-19.

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	
00848-2024/000084	Informe	Publicidad institucional	2024/0768350	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

La **vacunación contra la gripe** es una medida importante para proteger tanto la propia salud como la de los demás, previene la propagación de la enfermedad y contribuye a reducir la carga en los sistemas de salud, manteniendo la salud y el bienestar de la sociedad en su conjunto. Se recomienda su vacunación con carácter anual, ya que la composición de la vacuna se actualiza para hacer frente a las cepas más recientes del virus.

Esta temporada, se mantiene la **vacunación sistemática contra la gripe a todos los niños entre 6 y 59 meses** de edad, que se estableció la pasada campaña. Y dentro de esta edad, para facilitar la vacunación en los niños de 24 a 59 meses esta vacuna se administrará de forma intranasal, un método menos invasivo que evitará el pinchazo.

### Vacunación frente a la COVID-19

Desde la temporada 2023-2024, la vacunación frente a la gripe ha coincidido con la vacunación frente a la COVID-19. El objetivo de la **vacunación frente a la COVID-19** es reforzar la protección de las personas más vulnerables y del personal sanitario y sociosanitario para reducir la morbimortalidad por el virus SARS-CoV-2 y el impacto de esta enfermedad sobre la capacidad de la atención sanitaria y sociosanitaria.

Se recomienda la vacunación frente a la COVID-19 a los grupos de población de riesgos, no a la población infantil y adulta que no forme parte de la población diana.

### Virus respiratorio Sincital

Por último, esta temporada continúa la campaña iniciada en 2023-2024 de **inmunización contra el virus respiratorio sincital (VRS)** para los bebés riojanos, recomendada en los **bebés menores de 6 meses**.

Se hace, por tanto, imprescindible subrayar la necesidad de la vacunación como **una acción colectiva y solidaria, puesto que se protege uno mismo pero también a la sociedad en general**, especialmente, a la población de más edad, perteneciente a grupos de riesgo.

### 3.2. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación de vacunación 2024 tendrá como objetivo reducir el impacto de la gripe, del virus respiratorio sincitial (vrs) y de la COVID en nuestra región.

Para ello, los objetivos de comunicación serán los siguientes:

- Concienciar de la importancia de la vacunación, especialmente, entre las personas que tienen un mayor riesgo de presentar complicaciones en caso de padecer la gripe y COVID y entre las que pueden transmitir la enfermedad a otras que tienen un alto riesgo de complicaciones (personal sanitario y sociosanitario).

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	
00848-2024/000084	Informe	Publicidad institucional	2024/0768350	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

- Captar la atención de las familias con hijos en edades comprendidas entre los 6 y los 59 meses, ya que este año se recomienda la vacunación contra la gripe de todos los niños entre esas edades (que se puso en marcha, como novedad, el año pasado).
- Concienciar de la importancia de la inmunización frente al virus respiratorio sincitial (vrs) entre los niños menores de 6 meses para prevenir infecciones respiratorias.

Otros objetivos que se quieren conseguir son:

- Difundir la importancia de la reducción de la propagación de la propia enfermedad, ya que alivia la presión asistencial y favorece la inmunidad colectiva, aspectos beneficiosos para toda la sociedad.
- Transmitir que la vacunación mejora la calidad de vida en las personas mayores y/o vulnerables, puesto que una gripe puede complicar la situación de salud de las personas.

### 3.3. Enfoque de comunicación

El enfoque de comunicación se centra en **la sensibilización y concienciación de la importancia de las vacunas para prevenir enfermedades**, especialmente, patologías graves. Se busca mantener el compromiso de la población diana con la vacunación frente a la gripe común, COVID (que este año volverán a desarrollarse de manera simultánea), y frente al virus respiratorio sincitial (VRS).

El objetivo es que toda la población diana (población de más edad, población perteneciente a grupos de riesgo y todos los niños de 6 a 59 meses, en el caso de gripe, y los menores de 6 meses y niños de riesgo, en el del virus VRS) se vacune.

Por todo ello, es prioritario que el mensaje de la campaña sea en **tono positivo, poniendo en valor que las vacunas salvan vidas y nos permiten disfrutar con normalidad de nuestra forma de vida**.

### 3.4. Públicos objetivos

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

Se establece como **público objetivo primario**:

- Personas de edad igual o superior a 60 años de edad. En este rango de edad figuran 95.203 personas en nuestra comunidad autónoma, según datos provisionales de la Encuesta Continua de Población (3 trimestre 2024) del Instituto de Estadística de La Rioja. Se recomienda la doble vacunación contra gripe y contra COVID.
- Familias con niños de entre 6 a 59 meses (vacuna contra la gripe. A los niños de entre 24 a 59 meses se les administrará vacuna intranasal, para evitar el pinchazo y aumentar las coberturas de vacunación).
- Familias con niños menores de 6 meses, a los que se les administrará inmunización frente al virus respiratorio sincitial (VRS).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000084	Informe	Publicidad institucional	2024/0768350	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

Se establece como **público objetivo secundario**:

- Las personas menores de 60 años que presentan un alto riesgo de complicaciones derivadas de la gripe (personas con enfermedades crónicas cardiovasculares o pulmonares, mujeres embarazadas, etc.), a las que se recomienda la vacuna de gripe y la de COVID.
- Las personas que pueden transmitir la gripe a aquellas que tienen un alto riesgo de presentar complicaciones (trabajadores de los centros, servicios y establecimientos sanitarios; personas que por su ocupación trabajan en instituciones geriátricas o en centros de atención de enfermos crónicos; personas que proporcionen cuidados domiciliarios a pacientes de alto riesgo o mayores; etc.). (Gripe y COVID).

### 3.5. 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 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 empleado será sencillo, claro y directo con un mensaje centrado en resaltar los beneficios de las vacunas para protegerse a uno mismo y proteger a las personas más vulnerables.

### 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 se enmarca en el Plan de Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja para el año 2024 y su órgano emisor es la Consejería de Salud y Políticas Sociales.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE				Pág. 4 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000084	Informe	Publicidad institucional	2024/0768350	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

## 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 anunciantre 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 24 10 Campaña de vacunación” de la Consejería de Salud y Políticas Sociales.

### 4.3. Necesidades creativas

La empresa adjudicataria se encargará de:

- 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:

- Imagen 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.

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	
00848-2024/000084	Informe	Publicidad institucional	2024/0768350	Fecha/hora
Cargo	Firmante / Observaciones			
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

- 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) y Redes Sociales (motions graphics, mp4). Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 18 adaptaciones) y sus dimensiones una vez que esté definido el plan de medios.
  - Diseño de una landing page en html para la campaña.

#### 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 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 **5.000,00 € (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 14.00 horas del miércoles, 18 de septiembre.**

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	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2024/000084	Informe	Publicidad institucional	2024/0768350	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

#### 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-, promueve la animación y la interacción con el usuario, superando la información y son detallados. **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.**

Importe de la menor propuesta económica sin IVA.

Puntuación = 10 x -----

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 en cuantas acciones deseé, sin límite de tiempo.

**Las artes finales deberán facilitarse antes de las 14:00 horas del lunes, 30 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.

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	
00848-2024/000084	Informe	Publicidad institucional	2024/0768350	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

**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	
00848-2024/000084	Informe	Publicidad institucional	2024/0768350	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1   Directora de Publicidad Institucional				
2				