



## INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 24 21 JUEGOS DEPORTIVOS» 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 24 21 Juegos Deportivos”, 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

Los **Juegos Deportivos de La Rioja** son una destacada iniciativa promovida por el **Gobierno de La Rioja**, que se quiere promocionar con la presente campaña, con el objetivo de **impulsar la iniciación a la práctica deportiva y afianzar el deporte en edades tempranas en La Rioja**.

En su convocatoria 2024-2025 figuran hasta **35 modalidades deportivas** entre el deporte colectivo y el individual, **dirigidas a menores nacidos entre los años 2006 y 2018**, ambos incluidos. Entre las novedades de esta temporada destacan un ligero incremento en el número máximo de licencias deportivas para el minibalonmano y balonmano en alguna de sus categorías, igualando a las estipuladas por la Federación Española de Balonmano. En el ámbito del fútbol, a partir de la próxima temporada, las primeras categorías (infantil y cadete) jugarán una liga regular a doble vuelta, sustituyendo así las dos fases que se realizaban en anteriores temporadas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 1 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2024/000082	Informe	Publicidad institucional	2024/0715056
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			

En los **Juegos Deportivos** hay deporte mixto hasta la categoría infantil en la modalidad de deporte colectivo, y uno de sus objetivos es la **igualdad efectiva a través del deporte**.

En cuanto a la formación deportiva entre los responsables de los equipos o grupos de deportistas participantes en los Juegos Deportivos de La Rioja, se continuará ofertando cursos de formación básica en primeros auxilios para los técnicos deportivos ya que, a partir de 2027, para poder inscribirse como entrenadores, será requisito imprescindible acreditar formación específica en primeros auxilios.

### 3.2. Objetivos de comunicación

Los objetivos de comunicación de la presente campaña son:

- **Divulgar los beneficios de practicar deporte, iniciándose en edades tempranas.**
- Animar a la inscripción en los **Juegos Deportivos de La Rioja** de **menores nacidos entre los años 2006 y 2018**, y así impulsar la práctica deportiva en edades tempranas.

Paralelamente, se busca visibilizar la **igualdad efectiva a través del deporte**.

Para ello, se quiere **difundir las diferentes modalidades deportivas** (hasta 35) que se pueden practicar dentro de la iniciativa Juegos Deportivos de La Rioja. Siendo posible incluir además un enlace QR o destacado que lleve a ampliar la información de la web de los Juegos Deportivos de La Rioja (<https://dgdeporte.larioja.org>).

### 3.3. Enfoque de comunicación

- La comunicación debe **sensibilizar** sobre los beneficios de practicar deporte en edades tempranas: tanto de hábitos saludables, como de integración social y de igualdad.
- También tiene un **enfoque informativo** sobre las diferentes modalidades deportivas (hasta 35) que se pueden practicar dentro de la iniciativa Juegos Deportivos de La Rioja.

### 3.4. Públicos objetivos

- Se establece como **público objetivo primario** los **menores riojanos entre 6 y 18 años y sus familias**.
- Como **público objetivo secundario**, toda la **sociedad riojana en general**, formada por 324.319 personas, de las que 160.122 son hombres y 164.197 mujeres (Datos provisionales a 1 de abril de 2024 de la Encuesta continua de población del Instituto de Estadística de La Rioja).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 2 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2024/000082	Informe	Publicidad institucional	2024/0715056
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			

### 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, dirigido al público objetivo, de carácter inclusivo.

### 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 de los juegos deportivos** 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 2024 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.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2024/000082	Informe	Publicidad institucional		2024/0715056
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

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 21 Juegos Deportivos”, 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 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:

- Imagetipo del Gobierno de La Rioja, así como el de los Juegos Deportivos 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 imagen 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 empleada como 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 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 banners promocionales con la imagen de la campaña para la propia página web de los Juegos Deportivos de La Rioja (<https://dgdeporte.larioja.org>).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2024/000082	Informe	Publicidad institucional		2024/0715056
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

#### 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 slogan, 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 10.00 horas del jueves, 5 de septiembre.

#### 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 de comunicación previstos en apartado 3.2., incluyendo los elementos de identidad institucional. **Hasta 30 puntos.**
- ✓ Grado en que la propuesta se adapta en mayor medida al enfoque de comunicación, previsto en el apartado 3.3., lenguaje propuesto (apartado 3.6.) y públicos objetivo (apartado 3.4.). **Hasta 30 puntos**
- ✓ La propuesta creativa y el slogan de campaña son originales -no existe un precedente a nivel nacional en campañas similares-, promueven la animación y la interacción con el usuario, superando la información y son detallados. **Hasta 30 puntos.**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 6
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2024/000082	Informe	Publicidad institucional		2024/0715056
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

- ✓ 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 en cuantas acciones desee, sin límite de tiempo.

**Las artes finales** deberán facilitarse **antes de las 14:00 horas del viernes, 13 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.

**Personas de contacto:**

**Susana Conde**

Directora de Publicidad Institucional

**Sheila Uzqueda**

Responsable de Imagen y Diseño

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 6 / 6
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2024/000082	Informe	Publicidad institucional	2024/0715056
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			