



## INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 07 DÍA DE LA MUJER» 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 07. Día de la Mujer», 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:

- 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

El Día Internacional de la Mujer, antes denominado Día Internacional de la Mujer Trabajadora, conmemora cada 8 de marzo la lucha de las mujeres por su participación en la sociedad y su desarrollo íntegro como persona, en pie de igualdad con el hombre. Esta fecha se utiliza para visualizar la desigualdad de género y para reivindicar la lucha por la igualdad efectiva de derechos para las mujeres en varios ámbitos. Suele celebrarse en casi todas las partes del mundo y algunas corrientes feministas argumentan que no es un día que deba celebrarse o ser festivo debido al origen del mismo, sino que debe servir para la reivindicación de derechos.

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
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional	2025/0109940
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			

En esta ocasión, la campaña se centra en las **mujeres mayores** que constituyen una proporción muy significativa de la población mundial. Sin embargo, la relación entre la discriminación de género y la discriminación por edad hace que sean un grupo de población muy invisibilizado. Por ello, es nuestra responsabilidad social prestar una especial atención a estas mujeres que se enfrentan a diario a varias formas de discriminación estructural e interseccional por ser mujeres y por tener una edad avanzada. Necesitamos favorecer su presencia a través de la participación de las mujeres mayores, escuchar sus voces y crear medidas y herramientas específicas dirigidas a garantizar sus derechos y su dignidad y, por supuesto, darles el protagonismo que se merecen en los avances en derechos y libertades de los que hoy disfrutamos muchas mujeres.

En España el número de mujeres de 65 años o más es de 5.0145.965 frente a los 3.917.528 varones. Las personas mayores en nuestro país superan los 9 millones, por tanto, más del 56% de las personas mayores son mujeres. (Fuente: Estadística del Padrón Continuo. Datos definitivos a 1 de enero de 2022 INE).

Por ello, esta campaña busca saldar parte de la deuda que todas las mujeres y niñas de hoy tenemos con las mujeres que nos han precedido. Su trabajo constante, callado, perseverante y su resiliencia han sido imprescindibles para lograr el reconocimiento y lugar que pertenece a la mujer por derecho y que, en muchas ocasiones, se ha omitido y borrado de la historia, la sociedad, la ciencia, la cultura, o cualquier otro ámbito público.

Son **nuestras mujeres, nuestras referentes**: bisabuelas, abuelas, madres, tías y un largo etcétera, a las que hasta el siglo pasado (hace 50 años) prácticamente se les ha negado la autonomía y cuyas contribuciones en muchos casos han sido despreciadas o minusvaloradas, **a las que debemos agradecer su gran labor**, la mayor de todas, pues desde su anonimato callado han logrado socavar las murallas de los dictados del machismo hegemónico, impulsando el valor y talento de las niñas, mujeres de hoy, y haciendo cómplices en este camino a muchos de los niños, hombres del presente.

En cuántas ocasiones las mujeres contemporáneas hemos escuchado frases: “Tú estudia”, “sé libre”, “gana tu propio dinero, no dependas de nadie”, “haz lo que yo no pude”, “disfruta todo lo que puedas”, etc. En estas frases, que muchas escuchamos a nuestras madres o abuelas, había mucho más mensaje y fuerza de la del simple ánimo o aliento, había un anhelo que las mujeres que nos precedieron querían para las suyas del futuro. Eran consignas que hablaban, de alguna manera, de sus heridas: del sacrificio, de la renuncia a lo que una era o deseaba, de la frustración por las vocaciones aplastadas, de la negación de su autonomía. Y, por último, del olvido: ni la historia con mayúsculas ni la sociedad más cotidiana parecía considerar importante lo que ellas habían vivido, hecho, pensado o trabajado.

### 3.2. Objetivos de comunicación

El objetivo principal de la campaña prevista para este año es **visibilizar y valorar el enorme trabajo que han hecho y aún hacen las mujeres mayores y que es justo reconocer y agradecer**.

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
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional	2025/0109940
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			

Para ello, se quiere **transmitir a la ciudadanía riojana que disfrutar de una sociedad más justa y más igualitaria en derechos y oportunidades se debe en gran medida al trabajo y desempeño de nuestras madres, abuelas, tías, etc.** que han colaborado desde la esfera doméstica pero también participando en la esfera pública, a través de manifestaciones y actuaciones reivindicativas, para lograr una Rioja más desarrollada, más equitativa y democrática en la que las mujeres son parte activa y protagonista en sus avances hacia la implantación de la igualdad como una realidad.

Se plantean los siguientes objetivos específicos:

- **Visibilizar a nuestras mujeres mayores como referentes del cambio social y motor de los avances en derechos e igualdad de oportunidades de las mujeres.**
- **Agradecer el esfuerzo, empuje, trabajo, y labor educativa que las mujeres anónimas que nos han precedido han imprimido en los hombres y mujeres de la sociedad de hoy para conseguir que la convivencia sea más equilibrada, inclusiva, corresponsable, más igualitaria y plural en ideas, talento, y oportunidades.**
- **Fomentar el reconocimiento y respeto como referentes a las mujeres que nos han abierto el camino y que llevan décadas trabajando para que sus derechos y los de sus hijas, nietas, sobrinas, etc. se reconozcan y respeten en igualdad de condiciones y oportunidades que los de sus hijos, nietos, sobrinos, etc.**

### 3.3. Enfoque de comunicación

El enfoque de comunicación que se considera más adecuado es el de sensibilización. Se trata de **reconocer la aportación de nuestras mujeres mayores en el disfrute de derechos y libertades para las generaciones de mujeres presentes y futuras.**

Se destaca la importancia de visibilizar a nuestras mujeres mayores como nuestros referentes y protagonistas en el cambio social, al tiempo que se **reconoce la labor y las historias de esa generación de mujeres que no tuvieron más remedio que renunciar a casi todo**, a las que se les negó la posibilidad de decidir y disfrutar, y a las que la sociedad marcadamente patriarcal relegó a menores de edad cuyo tutor debía ser siempre un hombre.

Esas mismas mujeres son también las que sacaron adelante familias, las que amaron a escondidas, las que estudiaron en silencio, las que pelearon por desarrollar su talento aunque **nunca tuvieron reconocimiento**, las que animaron a sus hijas y formaron a sus hijos en la corresponsabilidad y la responsabilidad equitativa en la realización de las tareas del hogar y en el desarrollo de una sociedad rica en matices, ideas, talento con justicia e igualdad.

También se quiere impulsar su empoderamiento personal, social y colectivo animando a nuestras mujeres mayores a seguir participando en todas las esferas de la vida, fomentando su capacidad de trabajo, su conocimiento y experiencia como herramientas indispensables en el desarrollo y mejora de cualquier sociedad.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional	2025/0109940
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

### 3.4. Públicos objetivos

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

- Público objetivo primario:  
Riojanas y riojanos en edad activa, de 16 o más años, para concienciarles de que el bienestar del que gozan se ha logrado en gran parte gracias a las mujeres mayores que nos han precedido (sus madres, abuelas, tías, etc.) y que los derechos y oportunidades que disfrutan son producto de un trabajo conjunto en el que su implicación cotidiana desde el ámbito doméstico hasta el público ha sido fundamental en metas como la igualdad, el derecho a la educación, la participación en el desarrollo económico, en la sostenibilidad, en la profesionalidad, en la participación política, etc.
- Públicos objetivos secundarios:  
Como público objetivo secundario, la campaña se dirige al resto de la ciudadanía de la comunidad autónoma.

### 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.

Los mensajes serán **claros, cortos, concisos, atractivos**. Se trata de **captar el interés del público objetivo de la campaña y transmitir a las mujeres más jóvenes y a la sociedad en general los objetivos de campaña**.

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, directo y accesible, dirigido al público objetivo. Se utilizará un lenguaje inclusivo no sexista.

### 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 la landing de la campaña** durante el período que dure la actividad de la campaña.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 4 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional	2025/0109940
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			

### 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

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 07 Día Internacional de la mujer”, 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 y del Pacto de Estado contra la Violencia de Género.**

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
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional	2025/0109940
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			

- 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 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

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 5.500,00 € (IVA incluido).**

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
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional		2025/0109940
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

#### 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, 17 de febrero.**

#### 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.**
- ✓ 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.**

Importe de la menor propuesta económica sin IVA.

Puntuación = 10 x -----

Importe de la propuesta económica que se valora sin IVA.

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	
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional	2025/0109940	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

#### 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.

**Las artes finales deberán facilitarse antes de las 14:00 horas del jueves, 27 de febrero.**

#### 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. 8 / 8
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000009	Informe	Publicidad institucional	2025/0109940
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			