

INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 12 ACOGIMIENTO FAMILIAR» 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 12 Acogimiento familiar**», 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

La presente campaña trata de sensibilizar sobre la importancia de fomentar el **acogimiento familiar**, una alternativa fundamental para los menores que, por diversas circunstancias, no pueden vivir con sus familias. Es una forma de darles **estabilidad emocional, cariño y un entorno afectivo** durante un tiempo determinado.

En La Rioja, hay menores que necesitan un hogar temporal donde **sentirse seguros, queridos y acompañados**. A veces, basta con un fin de semana o con unas vacaciones de verano para que sus vidas cambien para siempre.

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	
00848-2025/000049	Informe	Publicidad institucional	2025/0408766	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela		06/05/2025 14:30:48	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: 7X3SSDLEYTXFLFB	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	06/05/2025 14:30:54	

Existen diferentes modalidades de acogimiento que se adaptan a las distintas realidades familiares y a la disponibilidad de las personas interesadas. En concreto, esta campaña se centraría en los acogimientos de urgencia y en los de fines de semana y períodos vacacionales:

Acogimiento de fines de semana y períodos vacacionales

Es una modalidad de acogimiento **temporal y flexible**, dirigida especialmente a personas con disponibilidad limitada. Permite que los menores pasen **fines de semana, puentes o períodos vacacionales** con una familia en un entorno afectivo y estable.

Este tipo de acogimiento también sirve como apoyo o descanso para familias acogedoras permanentes y es **fundamental para ofrecer a los menores nuevas experiencias de convivencia positiva** y vínculos afectivos estables. También es clave para que puedan pasar períodos fuera del entorno institucional.

Acogimiento de urgencia

Esta modalidad de acogimiento es de carácter temporal y se aplica principalmente a menores de seis años que por diferentes circunstancias no pueden vivir con sus familias biológicas, y sobre las que hay que intervenir de forma inmediata para evitar su institucionalización temprana. El objetivo es que mientras se valora la situación del niño/a, éste/a pueda vivir en un ambiente familiar de forma provisional.

Esta campaña se dirige a todas aquellas familias, **independientemente de su modelo familiar**, dispuestas a ofrecer un ambiente seguro y afectivo a un menor que desean seguir aportando a la sociedad de forma significativa. El acogimiento familiar les ofrece una oportunidad única de hacerlo: con **ilusión, motivación y vínculo social**.

Porque **los beneficios del acogimiento son mutuos**:

- Para los menores, es una oportunidad de recibir atención personalizada, calidez y acompañamiento.
- Para las familias de acogida, es una fuente de compañía y enriquecimiento personal.

Además, el **Gobierno de La Rioja** pone a disposición de las familias acogedoras una **red de apoyo** con recursos, formación, asesoramiento y acompañamiento continuo, para garantizar el bienestar de los menores y el buen desarrollo de cada acogimiento.

3.2. Objetivos de comunicación

Los objetivos de comunicación de esta campaña son:

1. **Incrementar el número de personas aptas para formalizar un acogimiento familiar**, con disponibilidad para la incorporación inmediata del menor, evitando así la institucionalización prolongada de menores y garantizando su derecho a crecer en el seno de una familia.

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	
00848-2025/000049	Informe	Publicidad institucional	2025/0408766	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela		06/05/2025 14:30:48	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV:	7X3SSDLEYTXFLFB	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion
				06/05/2025 14:30:54

2. Dar a conocer de forma clara y accesible las diferentes modalidades de acogimiento existentes, especialmente, el de **urgencia** y el **acogimiento de fines de semana y periodos vacacionales**, como opciones flexibles y adaptables a distintas disponibilidades.

3.3. Enfoque de comunicación

La presente campaña de publicidad institucional tiene un enfoque sensibilizador que busca **generar conciencia y empatía** hacia la realidad de los menores que, por diversas circunstancias, no pueden convivir con sus familias de origen.

Para ello se busca **movilizar emocionalmente a la población**, sensibilizar a personas y familias que puedan ser **potenciales acogedores en las modalidades objeto de la campaña (urgencia, y de fines de semana y periodos vacacionales)**, con especial atención a aquellas personas con **disponibilidad afectiva, disponibilidad de tiempo y estabilidad emocional**, independientemente de su edad, mostrándoles que pueden desempeñar un papel fundamental en la vida de estos menores a través del acogimiento familiar. En este sentido, cabe destacar que personas que pueden tener disponibilidad, ilusión y capacidad son aquellas que han finalizado o están próximas a finalizar su etapa laboral.

Se busca además **divulgar de manera comprensible y atractiva las modalidades de acogimiento familiar disponibles**, haciendo **hincapié en los siguientes tipos de acogimiento**:

- **Acogimiento para fines de semana y periodos vacacionales**, que ofrece a los menores la oportunidad de integrarse temporalmente en un entorno familiar durante periodos escolares no lectivos (verano, Navidad, Semana Santa), proporcionándoles afecto, estabilidad y ocio en familia.
- **Acogimiento de urgencia** una medida de carácter temporal que se aplica principalmente a menores de seis años que por diferentes circunstancias no pueden vivir con sus familias biológicas, y sobre las que hay que intervenir de forma inmediata para evitar su institucionalización temprana. El objetivo es que mientras se valora la situación del niño/a, éste/a pueda vivir en un ambiente familiar de forma provisional.

La comunicación se desarrollará con un enfoque positivo, apelando a los **valores de solidaridad, experiencia compartida, generosidad intergeneracional y derecho a la infancia**.

3.4. Públicos objetivos

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

Público objetivo primario:

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	
00848-2025/000049	Informe	Publicidad institucional	2025/0408766	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela	06/05/2025 14:30:48	
2	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: 7X3SSDLEYTXFLFB	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	06/05/2025 14:30:54

- **Familias en general**, con independencia de su estructura o modelo familiar, que **cuenten con plena disponibilidad para incorporar de forma inmediata al menor acogido/a**, especialmente aquellas dispuestas a ofrecer un entorno estable y afectivo, ya sea de forma temporal o prolongada.

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 327.115 personas*, de las que 165.737 son mujeres y 161.378 son hombres.

*Datos provisionales de la Encuesta Continua de Población a 1 de enero de 2025.

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 familiar del objetivo.

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.

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	
00848-2025/000049	Informe	Publicidad institucional	2025/0408766	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela		06/05/2025 14:30:48	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: 7X3SSDLEYTXFLFB	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	06/05/2025 14:30:54	

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 25 12 Acogimiento familiar”, 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.

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	
00848-2025/000049	Informe	Publicidad institucional	2025/0408766	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela	06/05/2025 14:30:48	
2	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: 7X3SSDLEYTXFLFB	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	06/05/2025 14:30:54

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

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 **antes de las 10.00 horas del viernes, 16 de mayo.**

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	
00848-2025/000049	Informe	Publicidad institucional	2025/0408766	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela		06/05/2025 14:30:48	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV:	7X3SSDLEYTXFLFB	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion

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.

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 deseé, 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.

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	
00848-2025/000049	Informe	Publicidad institucional	2025/0408766	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela		06/05/2025 14:30:48	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: 7X3SSDLEYTXFLFB	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	06/05/2025 14:30:54	

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 10.00 horas del miércoles, 28 de mayo.

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. 8 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000049	Informe	Publicidad institucional	2025/0408766	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela		06/05/2025 14:30:48	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV:	7X3SSDLEYTXFLFB	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion