



INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 15 CAMPAÑA PARA EVITAR CONDUCTAS ADICTIVAS DEL JUEGO PROBLEMÁTICO Y PATOLÓGICO» 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 15 Campaña para evitar conductas adictivas del juego problemático y patológico”, 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

El acceso a distintas formas de **juego**, tanto en formato **presencial** como **digital**, ha crecido de forma alarmante en los últimos años, especialmente entre la **población joven**. Este fenómeno incluye actividades como las **apuestas deportivas**, los **juegos de azar online**, los **sorteos**, las **loterías** o determinados **videojuegos con mecánicas de**

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	
00848-2025/000065	Informe	Publicidad institucional	2025/0564010	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	23/06/2025 09:27:26	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: 1ZMLFPSVG3TFN5G	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	
			23/06/2025 09:27:28	

recompensa, y se ha visto impulsado por el acceso inmediato a **plataformas digitales** y la normalización social del juego como forma de ocio.

Según datos del informe *Adicciones comportamentales y otros trastornos adictivos 2023* del **Plan Nacional sobre Drogas** (basado en la encuesta **ESTUDES 2023**), el **21,5 %** de los jóvenes entre 14 y 18 años ha jugado con **dinero** de forma presencial y/o en línea en el último año. De este porcentaje, el **17,7 %** lo ha hecho de forma **presencial** y el **10,7 %**, **en línea**. Además, aproximadamente el **4 %** presenta indicios de **juego problemático o patológico**, lo que confirma una tendencia preocupante.

Este contexto está generando problemas de **salud pública**, ya que el **juego problemático y patológico** afecta de forma directa a la **salud mental**, el **rendimiento académico**, la **economía personal** y la **vida social y familiar** de quienes lo padecen. Además, se ha detectado una **baja percepción del riesgo** en los jóvenes, lo que incrementa la **vulnerabilidad** ante estas conductas.

El **Gobierno de La Rioja**, a través de la acción coordinada entre las **Consejerías de Salud y Servicios Sociales** y de **Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía**, impulsa esta **campana institucional de sensibilización y prevención** para frenar el avance de las conductas **adictivas** relacionadas con el juego.

Esta campaña se enmarca en una **estrategia integral de prevención** que persigue fomentar **hábitos de ocio saludables**, reducir la incidencia del **juego patológico**, aumentar la **percepción del riesgo** y promover **entornos protectores**. Para ello, se emplearán **herramientas de comunicación institucional**, recursos **gráficos y audiovisuales**, y mensajes claros dirigidos a **jóvenes, familias, educadores y a la sociedad** en su conjunto.

3.2. Objetivos de comunicación

El principal objetivo de esta campaña es **prevenir el mal uso de los juegos y evitar conductas adictivas derivadas del juego problemático y patológico**, con especial atención a la **población joven**, cada vez más expuesta a estas dinámicas a través de **plataformas digitales y dispositivos móviles**.

De manera más específica, la campaña pretende:

- Sensibilizar sobre los **riesgos** reales asociados tanto al **juego con apuestas** y al **uso de dinero en juegos de azar o recompensa**, como a otras **modalidades de juego digital o interactivo** que pueden generar **conductas adictivas o problemáticas**, especialmente cuando su práctica carece de control, supervisión o percepción de riesgo.
- Promover **hábitos de ocio saludables** y alternativos al **juego problemático**, particularmente dirigidos a **adolescentes y jóvenes**.
- Ofrecer información clara y accesible sobre los **signos de alerta** relacionados con la **adicción al juego**, así como sobre los **recursos y servicios públicos** disponibles para su **prevención, detección precoz y tratamiento**.

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	
00848-2025/000065		Informe	Publicidad institucional			2025/0564010	
Cargo			Firmante / Observaciones			Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela			23/06/2025 09:27:26	
2	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV:	1ZMLFPSVG3TFN5G	Dirección de verificación:	https://www.larioja.org/verificacion	23/06/2025 09:27:28

- Respalda la labor institucional del **Gobierno de La Rioja** en su compromiso con la **salud pública**, la prevención de las **adicciones comportamentales** y la protección del **bienestar social de la juventud**.

3.3. Enfoque de comunicación

La campaña debe tener un enfoque **preventivo y sensibilizador**, que traslade de forma clara y cercana los **riesgos** asociados a las distintas formas de **juego** (**apuestas, juego con dinero, juegos online con mecanismos adictivos**), con un especial énfasis en el impacto que pueden tener en la **salud mental**, el **rendimiento escolar**, las **relaciones familiares** y la **situación económica** de las personas jóvenes.

Se recomienda una estética que conecte con los **códigos visuales del público joven**. También debe incluirse una **llamada a la acción** clara dirigida a **familias y agentes educativos**, para reforzar los mensajes de **prevención y detección temprana**.

3.4. Públicos objetivos

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

Público objetivo primario:

- **Población joven** de La Rioja, **familias**.

Público objetivo secundario:

- **La sociedad riojana en general**, formada por el conjunto de ciudadanas y ciudadanos 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 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.

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	
00848-2025/000065	Informe	Publicidad institucional	2025/0564010	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	23/06/2025 09:27:26	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: 1ZMLFPSVG3TFN5G	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	
			23/06/2025 09:27:28	

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 e inclusivo**, dirigido especialmente a los **jóvenes**, destinatarios principales de la campaña.

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

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>				Pág. 4 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000065	Informe	Publicidad institucional	2025/0564010	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	23/06/2025 09:27:26	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: 1ZMLFPSVG3TFN5G	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	
			23/06/2025 09:27:28	

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 15 Campaña para evitar conductas adictivas del juego problemático y patológico”, 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:
- Diseño y maquetación de creativities 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

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	
00848-2025/000065	Informe	Publicidad institucional	2025/0564010	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	23/06/2025 09:27:26	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: 1ZMLFPSVG3TFN5G	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	
			23/06/2025 09:27:28	

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 14.00 horas del lunes, 7 de julio.**

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.**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE				Pág. 6 / 8
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.				
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000065	Informe	Publicidad institucional	2025/0564010	
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional	Susana Conde Escorihuela			23/06/2025 09:27:26
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: 1ZMLFPSVG3TFN5G Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion			23/06/2025 09:27:28

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

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.

Las artes finales deberán facilitarse antes de las 14.00 horas del miércoles, 18 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:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>				Pág. 7 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2025/000065	Informe	Publicidad institucional	2025/0564010	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela	23/06/2025 09:27:26	
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: 1ZMLFPSVG3TFN5G	Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion	
			23/06/2025 09:27:28	

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	
00848-2025/000065		Informe	Publicidad institucional			2025/0564010	
Cargo		Firmante / Observaciones			Fecha/hora		
1 Directora de Publicidad Institucional		Susana Conde Escorihuela			23/06/2025 09:27:26		
2 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE		por Gobierno de La Rioja con CSV: 1ZMLFPSVG3TFN5G		Dirección de verificación: https://www.larioja.org/verificacion		23/06/2025 09:27:28	