

# 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:

- 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 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				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 ELECTRÓNICO	por Gobierno de La Rioja con CSV: 1ZMLFPSVG3TFN5G	Dirección de verificación: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>		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 **campaña 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 ELECTRÓNICO	por Gobierno de La Rioja con CSV: 1ZMLFPSVG3TFN5G	Dirección de verificación: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>	23/06/2025 09:27:28

- Respaldar 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 ELECTRÓNICO	por Gobierno de La Rioja con CSV:	1ZMLFPSVG3TFN5G	Dirección de verificación: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>	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 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.

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	
00848-2025/000065	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 ELECTRÓNICO	por Gobierno de La Rioja con CSV: 1ZMLFPSVG3TFN5G	Dirección de verificación: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>	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 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

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: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>	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](mailto: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			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	
00848-2025/000065	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: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>	23/06/2025 09:27:28

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.

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			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	
00848-2025/000065	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 ELECTRÓNICOAMENTE	por Gobierno de La Rioja con CSV: 1ZMLFPSVG3TFN5G	Dirección de verificación: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>	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: <a href="https://www.larioja.org/verificacion">https://www.larioja.org/verificacion</a>