



INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 14 CAMPAÑA VACUNACIÓN GRIPE/COVID. 2025-2026» 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 14 Campaña vacunación gripe/COVID. 2025-2026», 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

La campaña de vacunación 2025-2026 del Gobierno de La Rioja, impulsada por la Consejería de Salud y Políticas Sociales, tiene como objetivo proteger la salud de la población frente a enfermedades respiratorias de alta incidencia estacional, como la gripe, el virus respiratorio sincitial (VRS), así como otros virus respiratorios con potencial de impacto. Esta acción cobra especial relevancia durante los meses de otoño e invierno, cuando la circulación de estos virus se intensifica y puede generar un impacto significativo tanto en la salud de las personas como en la capacidad asistencial del sistema sanitario.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 1 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000088	Informe	Publicidad institucional	2025/0730424
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			

La **vacunación frente a la gripe** se consolida como una medida eficaz para **prevenir la propagación del virus y reducir complicaciones** en personas con **factores de riesgo**. En los últimos años, esta campaña se ha complementado con **otras inmunizaciones respiratorias estacionales**, reforzando la estrategia conjunta de protección frente a virus prevalentes. Además, desde 2023, se ha incorporado la **inmunización frente al VRS dirigida a bebés riojanos**, para prevenir **infecciones graves** en este grupo especialmente vulnerable.

Novedades Campaña vacunación 2025-2026:

Esta campaña de vacunación 2025-2026 tiene dos novedades principales:

- **Ampliación de la protección frente a la gripe en los centros educativos:** La vacunación frente a la gripe se extenderá a todos los niños desde los 6 meses hasta los 11 años (incluidos). Esta medida tiene como objetivo fundamental reducir la incidencia de la gripe en la población infantil y prevenir posibles complicaciones graves que puedan requerir hospitalización. La vacunación en estas edades se llevará a cabo en los centros escolares de La Rioja desde 1º de Educación Infantil hasta 6º de Educación Primaria.
- **Incorporación de la inmunización frente al virus respiratorio sincitial en residencias de mayores de La Rioja:** la segunda novedad es la vacunación, por primera vez, frente al virus respiratorio sincital (VRS) en los adultos que residen en centros sociosanitarios para mayores.

Estas nuevas acciones refuerzan el enfoque preventivo de la Consejería de Salud y Políticas Sociales del Gobierno de La Rioja, cuyo propósito es proteger de manera continua a los distintos grupos poblacionales frente a enfermedades prevenibles y, ante todo, a los más vulnerables, como son los menores, mayores y enfermos crónicos.

Con esta iniciativa, el Gobierno de La Rioja refuerza su compromiso con la **salud pública**, fomentando una actitud **preventiva y corresponsable**. **La vacunación es una herramienta segura, eficaz y esencial para reducir la carga de enfermedad en la comunidad.**

3.2. Objetivos de comunicación

El principal objetivo de comunicación de esta campaña es **incrementar la participación voluntaria** en la campaña de vacunación, especialmente entre los **colectivos de riesgo**, para mejorar las **tasas de cobertura vacunal**. Para ello:

- **Se informará sobre la campaña de vacunación 2025-2026** frente a enfermedades respiratorias estacionales a la ciudadanía riojana **y sus novedades**.
- Se sensibilizará sobre la **importancia y beneficios de la vacunación** como herramienta eficaz para la **prevención individual y colectiva**.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 2 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000088	Informe	Publicidad institucional	2025/0730424
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			

Información sobre la campaña de vacunación 2025-2026

Vacunación frente a la gripe:

Los grupos de riesgo de vacunación frente a la **gripe** son:

1. Personas de **60 o más** años de edad.
2. Personas institucionalizadas.
3. Población infantil entre 6 meses y 11 años de edad
4. Personas con patologías crónicas o inmunodeprimidos.
5. Embarazadas.
6. Personal de centros y establecimientos sanitarios y sociosanitarios públicos y privados.
7. Personas que trabajan en servicios públicos esenciales.
8. Personas que proporcionen cuidados domiciliarios y convivientes con pacientes de riesgo.
9. Personas con exposición laboral directa a animales o a sus secreciones en granjas o explotaciones avícolas, porcinas o de visones o a fauna silvestre (aves, jabalíes o mustélidos).

La vacunación frente a la gripe en niños en edad escolar (desde 3 años hasta 11 años), se realizará en el ámbito escolar y con vacuna intranasal (sin pinchazo), con el objetivo de aumentar las coberturas mejorando la accesibilidad a las vacunas. **(NOVEDAD)**.

Vacunación frente al COVID:

En la campaña 2025-2026, los grupos de riesgo de vacunación frente a **COVID** son:

1. Personas de **70 o más** años de edad.
2. Personas con especial vulnerabilidad: inmunosupresión.
3. Personas internas en centros de discapacidad, residencias de mayores y residentes en instituciones cerradas.
4. Embarazadas.

(En esta ocasión, se van a establecer recomendaciones de vacunación por separado para ambas vacunas. En aquellos grupos en los que estén indicadas ambas vacunas, se administrarán a la vez).

Inmunización frente al Virus Respiratorio Sincitial:

1. En adultos, se indica para las personas que viven en residencias de personas mayores. (NOVEDAD)
2. En niños, está indicado para menores de 6 meses. Nacidos desde el día 1 de abril de 2025 hasta el día 30 de marzo de 2026. Similar a las dos temporadas anteriores.

El objetivo es que toda la población diana en el del virus VRS se vacune.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2025/000088	Informe	Publicidad institucional		2025/0730424
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

3.3. Enfoque de comunicación

El enfoque de comunicación se centra en **la sensibilización y concienciación de la importancia de las vacunas para prevenir enfermedades**, especialmente, patologías graves. Se busca mantener el compromiso de la población diana con la vacunación frente a la gripe, COVID, y frente al virus respiratorio sincital (VRS).

Por todo ello, es prioritario que el mensaje de la campaña sea en **tono positivo, poniendo en valor** que las **vacunas salvan vidas y nos permiten disfrutar con normalidad de nuestra forma de vida**.

Se proponen **dos creatividades diferentes** (con una coherencia gráfica): una en la que se informe con carácter general de la campaña de vacunación 25-26 a toda la sociedad en general y otra, dirigida a la población infantil y de primaria, y a sus familias, sobre la vacunación escolar frente a la gripe (este año por primera vez la vacuna de la gripe se amplía hasta los 11 años incluidos y se llevará a cabo en el ámbito escolar).

3.4. Públicos objetivos

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

Público objetivo primario

- **Personas vulnerables por edad o condiciones de salud:** personas **mayores** y personas con **patologías crónicas o factores de riesgo**, por su mayor probabilidad de desarrollar **complicaciones** ante infecciones respiratorias.
- **Ámbito familiar e infancia:** **padres, madres y cuidadores de los menores pequeños de entre 6 meses y 11 años**, a los que se amplía la vacunación frente a la gripe:
 - **Niños de 6 meses a 2 años.** Se vacunan acudiendo al centro de salud.
 - **Niños de 3 a 11 años de edad.** Se vacunan en el centro escolar.
- **Adultos que residen en centros sociosanitarios para mayores**, a los que se recomienda la vacunación frente al VRS. También se recomienda la vacuna frente a gripe y frente a COVID.
- **Profesionales del ámbito sanitario y sociosanitario:** tanto por su **mayor exposición** a los virus como por su papel activo en la **prevención** y el **cuidado de personas vulnerables**.

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 327.889 personas*, de las que 166.070 son mujeres y 161.819 son hombres.

*Datos de la Encuesta Continua de Población a 1 de abril de 2025.

3.5. Tono y estilo de comunicación

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 4 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000088	Informe	Publicidad institucional	2025/0730424
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

El tono será **cercano y empático**, que refuerce la confianza en la campaña.

Se utilizará un estilo **claro, motivador y accesible**, evitando tecnicismos que puedan dificultar la comprensión, especialmente para **padres, madres y cuidadores**.

La comunicación combinará un discurso **positivo** con una **llamada a la acción**, de forma **responsable**, resaltando la **seguridad y eficacia de las vacunas** y el impacto colectivo de proteger a los más vulnerables.

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

Se empleará un lenguaje **sencillo, directo y claro**, dirigido a un público amplio que incluye a **personas vulnerables, familiares y profesionales sanitarios**. Se emplearán **frases cortas y mensajes concretos**, para facilitar la comprensión y animar a actuar. El lenguaje será **inclusivo y motivador**.

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. 5 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000088	Informe	Publicidad institucional	2025/0730424
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			

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 14 Campaña vacunación gripe/COVID. 2025-2026”, 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			Pág. 6 / 9
en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000088	Informe	Publicidad institucional	2025/0730424
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

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 y maquetación de un tríptico informativo sobre la vacunación en el ámbito escolar frente a la gripe.
- 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 **6.000,00 € (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 lunes, 1 de septiembre.**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 7 / 9
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000088	Informe	Publicidad institucional	2025/0730424
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

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.**

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

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 8 / 9
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000088	Informe	Publicidad institucional	2025/0730424
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

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 lunes, 15 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. 9 / 9
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000088	Informe	Publicidad institucional	2025/0730424
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			