

INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 16 SALUD MENTAL» 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 16 Salud Mental**”, 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 **bienestar emocional** es una parte fundamental de la salud y la calidad de vida de las personas. Cuidarlo no solo mejora la forma en que pensamos, sentimos o nos relacionamos, sino que también influye directamente en nuestra salud física, en nuestra productividad y en nuestra forma de afrontar los retos del día a día.

Sin embargo, la **salud emocional** sigue siendo, en muchas ocasiones, un ámbito poco visibilizado o relegado frente a otras dimensiones del bienestar. En un contexto social cada vez más exigente, con ritmos acelerados, sobrecarga

| 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 | |
| 00848-2025/000098 | Informe | Publicidad institucional | 2025/0793774 | |
| Cargo | | Firmante / Observaciones | Fecha/Hora | |
| 1 | Directora de Publicidad Institucional | | | |
| 2 | | | | |
| | | | | |

mental o dificultades para conciliar la vida personal y laboral, se hace necesario promover activamente una cultura del **autocuidado emocional**.

El autocuidado emocional implica prestar atención a nuestras emociones, identificar nuestras necesidades, establecer **límites saludables** y priorizar aquellas actividades que nos ayudan a mantener el **equilibrio interior**. Tal como propone el **Decálogo de Bienestar Emocional** elaborado por la Universidad de La Rioja en colaboración con el Gobierno de La Rioja, esto incluye: **conocerse, regular las emociones, quererse y cuidarse, buscar actividades gratificantes, conectarse con los demás, pedir ayuda cuando se necesita, vivir con sentido, afrontar los retos de forma activa, buscar equilibrio en todas las áreas de la vida y protegerse emocionalmente del entorno cuando sea necesario**. Estos **gestos cotidianos** contribuyen de forma significativa a mejorar nuestro bienestar emocional.

Con esta perspectiva, el Gobierno de La Rioja, a través de la Consejería de Salud y Políticas Sociales, impulsa esta campaña en el marco de su **Estrategia de Salud Mental**, que apuesta por un **enfoque integral y preventivo**.

Una de las líneas prioritarias de dicha estrategia es la **promoción del bienestar emocional**, entendida como una herramienta clave para fomentar el **autocuidado**, prevenir el **malestar psicológico** y mejorar la **salud global** de la ciudadanía.

En este marco, la campaña centra sus esfuerzos en reforzar esa línea estratégica, acercando a la población **pautas sencillas** para el cuidado emocional cotidiano y visibilizando los **recursos públicos** de acompañamiento disponibles, como el programa **Saludablemente+**, que ofrece **apoyo psicológico gratuito y cercano** desde los **centros de salud de Atención Primaria**, mediante sesiones grupales para personas con malestar emocional leve o moderado.

El mensaje central es claro: **cuidar tu salud emocional también es cuidarte a ti mismo**.

La campaña se desarrollará **previsiblemente en torno al 10 de octubre**, fecha en la que se conmemora el **Día Mundial de la Salud Mental**, lo que refuerza su vocación de sensibilización colectiva y su alineación con los objetivos de la **Estrategia de Salud Mental del Gobierno de La Rioja**. Más allá de una efeméride, este contexto sirve de impulso para visibilizar el bienestar emocional como parte esencial de la salud y animar a la ciudadanía a **cuidarse desde lo cotidiano**.

3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación de esta campaña son:

- **Sensibilizar** a la población riojana sobre la importancia de cuidar la **salud emocional** como parte esencial del bienestar general, **normalizando el diálogo sobre las emociones** y el **autocuidado psicológico**.

| 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 | |
| 00848-2025/000098 | Informe | Publicidad institucional | 2025/0793774 | |
| Cargo | | Firmante / Observaciones | Fecha/hora | |
| 1 | Directora de Publicidad Institucional | | | |
| 2 | | | | |
| | | | | |

- Fomentar la adopción de **hábitos sencillos de autocuidado** que contribuyan al bienestar emocional en el día a día: cuidarse, buscar actividades gratificantes, conectarse con los demás, pedir ayuda cuando se necesita, afrontar los retos de forma activa...
- Dar a conocer los **recursos públicos** de acompañamiento emocional impulsados por el Gobierno de La Rioja, mostrando su **cercanía, accesibilidad y utilidad real**.

3.3. Enfoque de comunicación

El enfoque de la campaña será **informativo y sensibilizador**. Se trata de ofrecer **información clara** sobre los **recursos públicos** disponibles, al tiempo que se sensibiliza a la población sobre la importancia de la **salud mental** como parte esencial del **bienestar general**.

La campaña debe transmitir un mensaje **positivo y accesible**, que **refuerzen** la idea de que la **salud mental forma parte natural de la salud**. La comunicación debe contribuir a **normalizar hablar de la salud mental**, visibilizando que **todas las personas pueden necesitar apoyo emocional en algún momento de su vida**.

Los servicios públicos deben presentarse como recursos **cercanos, accesibles y útiles**, orientados a acompañar a la ciudadanía en el cuidado de su **bienestar emocional**.

3.4. Públicos objetivos

Se establece el siguiente público objetivo para la presente campaña de publicidad:

- 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 328.313 personas*, de las que 166.360 son mujeres y 161.953 son hombres.

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

3.5. 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 del Gobierno de La Rioja 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. 3 / 8 |
|------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|---|------------|
| Expediente | Tipo | Procedimiento | Nº Documento | |
| 00848-2025/000098 | Informe | Publicidad institucional | 2025/0793774 | |
| Cargo | | Firmante / Observaciones | Fecha/hora | |
| 1 | Directora de Publicidad Institucional | | | |
| 2 | | | | |
| | | | | |

3.6. Tono y estilo de comunicación

El **tono** debe ser **humano, cercano y empático**. Se dará prioridad a una comunicación que transmita **confianza y acompañamiento**, animando a aceptar el cuidado de la salud mental como parte del bienestar integral.

El **estilo visual** debe ser **limpio, cálido y accesible**, evitando imágenes o elementos que refuerzen estigmas o prejuicios. Los mensajes y elementos gráficos deben generar una sensación de **cercanía y apoyo**.

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.

3.7. Lenguaje

El **lenguaje** utilizado en la campaña será **claro, directo, inclusivo y accesible** para toda la población. Los mensajes deben apoyarse en recursos visuales que refuerzen la claridad y la empatía del discurso.

3.8. Emisor de la campaña

Esta campaña, de tipo 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 | |
| 00848-2025/000098 | Informe | Publicidad Institucional | 2025/0793774 | |
| Cargo | | Firmante / Observaciones | Fecha/Hora | |
| 1 | Directora de Publicidad Institucional | | | |
| 2 | | | | |
| | | | | |

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 “CP 25 16 Salud Mental”, 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:

- **Imagen 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 **Redes Sociales (motions graphics, mp4) (en torno a 3 adaptaciones)**. Las piezas para Redes Sociales **irán locutadas**, adaptando los mensajes de texto en audios para facilitar su acceso a las personas con discapacidad visual.
- Diseño de **una landing page en html** para la campaña o, en su defecto, adaptación de la campaña a la web del 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 | |
| 00848-2025/000098 | Informe | Publicidad institucional | 2025/0793774 | |
| Cargo | | Firmante / Observaciones | Fecha/hora | |
| 1 | Directora de Publicidad Institucional | | | |
| 2 | | | | |
| | | | | |

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)**.

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, 19 de septiembre.**

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.**

| 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 | |
| 00848-2025/000098 | Informe | Publicidad institucional | 2025/0793774 | |
| Cargo | | Firmante / Observaciones | Fecha/hora | |
| 1 | Directora de Publicidad Institucional | | | |
| 2 | | | | |
| | | | | |

- ✓ 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.

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.

Los artes finales deberán facilitarse antes de las 10:00 horas del jueves, 2 de octubre.

5. Contacto técnico

La empresa puede dirigirse a la Oficina del Presidente para consultar sus dudas, trasladar sus sugerencias y solicitar el material creativo.

| 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 | |
| 00848-2025/000098 | Informe | Publicidad institucional | 2025/0793774 | |
| Cargo | | Firmante / Observaciones | Fecha/hora | |
| 1 | Directora de Publicidad Institucional | | | |
| 2 | | | | |
| | | | | |

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 | |
| 00848-2025/000098 | Informe | Publicidad institucional | 2025/0793774 | |
| Cargo | | Firmante / Observaciones | Fecha/hora | |
| 1 | Directora de Publicidad Institucional | | | |
| 2 | | | | |
| | | | | |