

## INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 24 16 II FERIA DE EMPLEO» DE LA CONSEJERÍA DE LA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y EMPLEO

### 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 24 16 II Feria de Empleo”**, de la Consejería de Educación y Empleo.

### 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 Consejería de Educación y Empleo, a través de la Dirección General de Empleo, y junto con la colaboración de EmprendeRioja, organizan el 16 de octubre la segunda edición de la **‘Feria de Empleo y Emprendimiento’** con el objetivo de establecer un punto de encuentro entre las personas en búsqueda activa de empleo y las empresas para intercambiar experiencias y conocer las distintas opciones de empleabilidad, así como para poner en valor la figura del emprendedor.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000086	Informe	Publicidad institucional	2024/0789592	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

La feria se celebrará de 9.30 a 17:00 horas Palacio de Congresos RIOJAFORUM de Logroño y contará con una zona de expositores con las empresas más relevantes de nuestra comunidad autónoma, así como emprendedores del vivero y coworking. Además del espacio de los expositores, la Feria dispondrá de una zona de orientación laboral donde se podrá acceder a los servicios que prestan habitualmente las oficinas de empleo de La Rioja y un espacio para EmprendeRioja donde resolver todas las cuestiones relacionadas con el emprendimiento.

Asimismo, durante la jornada se realizarán diferentes ponencias y talleres relacionados con el empleo y el emprendimiento y también existirá un espacio reservado para realizar procesos de selección.

En esta ocasión se ha ampliado el espacio expositivo para dar cabida a unos 100 expositores distribuidos entre los dos vestíbulos de Riojaforum. Los asistentes se podrán inscribir a partir de Las inscripciones como asistentes a la feria sería a partir del 1 de octubre a través de un enlace web.

### 3.2. Objetivos de comunicación

Los principales objetivos de comunicación de esta campaña que difundirá la celebración de la segunda edición de la **Feria de Empleo y Emprendimiento** el próximo 16 de octubre son:

- Mostrar la oportunidad de **ver las ofertas laborales** que ofrecerán en la feria las principales empresas e instituciones de fuera y dentro de La Rioja.
- Mejorar la **empleabilidad de las personas desempleadas** y de aquellas que se encuentran en búsqueda activa de empleo a través de las distintas ponencias y talleres programados.
- **Favorecer el desarrollo de iniciativas emprendedoras** en La Rioja.

### 3.3. Enfoque de comunicación

El enfoque de comunicación que se considera más adecuado es el informativo cuándo y dónde se celebra esta Feria. **Se busca informar** tanto a las personas en búsqueda activa de empleo, a las empresas, a los emprendedores, como también a todas aquellas personas interesadas **sobre cuáles son las tendencias actuales del mercado laboral en La Rioja**.

También se quiere poner el foco en **el interés que supone congregar durante toda una jornada a empresarios, emprendedores, directivos y responsables de recursos humanos, con jóvenes recién graduados o estudiantes universitarios, profesionales de múltiples sectores en búsqueda de nuevas oportunidades**, para que todos ellos puedan **compartir experiencias** y puedan surgir **nuevas oportunidades laborales** y sinergias positivas en el mercado laboral.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000086	Informe	Publicidad institucional	2024/0789592	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

### 3.4. Públicos objetivos

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

El **público objetivo primario** son las personas en búsqueda activa de empleo y las empresas. En concreto. Los jóvenes **recién graduados y estudiantes universitarios** que buscan su primer empleo; **los jóvenes profesionales**, con 1-5 años de experiencia laboral que buscan avanzar en sus carreras; **profesionales con experiencia, que buscan nuevas oportunidades o un cambio de carrera; emprendedores; desempleados y mejora de empleo; estudiantes de Institutos Técnicos y Formación Profesional; personas que buscan reinsertarse en el mercado laboral y directivos de las empresas.**

Como **público objetivo secundario**, toda la **sociedad riojana en general**, formada por 324.319 personas, de las que 160.122 son hombres y 164.197 mujeres (datos provisionales a 1 de abril de 2024 de la Encuesta continua de población del Instituto de Estadística de La Rioja).

### 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 a las personas en búsqueda activa de empleo, emprendedores y las empresas, destinatarios de esta 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000086	Informe	Publicidad institucional	2024/0789592	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

### 3.8. Emisor de la campaña

Esta campaña se enmarca en el Plan de Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja para el año 2024 y su órgano emisor es la Consejería de Educación y Empleo.

## 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 24 16 II Feria de Empleo”, de la Consejería de Educación y Empleo.

### 4.3. Necesidades creativas

La empresa adjudicataria se encargará de:

- 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**.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000086	Informe	Publicidad institucional	2024/0789592	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

- 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 8 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) y Redes Sociales (motions graphics, mp4). Se especificarán las piezas necesarias (en torno a 18 adaptaciones) y sus dimensiones una vez que esté definido el plan de medios.
  - Diseño de una landing page en html para la campaña o, en su defecto, adaptación de la campaña a la web del COE (Centro de Orientación, Emprendimiento, Acompañamiento e Innovación para el Empleo).

#### 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 **5.000,00 € (IVA incluido)**.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2024/000086	Informe	Publicidad institucional	2024/0789592	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

#### 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 martes, 24 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.**
- ✓ La propuesta creativa y el slogan de campaña son originales -no existe un precedente a nivel nacional en campañas similares-, promueve la animación y la interacción con el usuario, superando la información y son detallados. **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**
- ✓ 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 en cuantas acciones deseé, sin límite de tiempo.

**Las artes finales deberán facilitarse antes de las 14:00 horas del martes, 1 de octubre.**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000086	Informe	Publicidad institucional	2024/0789592	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				

## 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. 7 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2024/000086	Informe	Publicidad institucional	2024/0789592	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1   Directora de Publicidad Institucional				
2				