



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 EmprandeRioja, 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
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
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 congregarse 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 reinserirse 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			Pág. 3 / 7
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
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 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 24 16 II Feria de Empleo”, de la Consejería de Educación y Empleo.

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**.

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

4.5. Presentación de propuestas

Las propuestas creativas deberán ser remitidas al correo electrónico 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.**

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

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 en cuantas acciones desee, sin límite de tiempo.

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			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				