



## **INFORME PROPUESTA PARA LA CONTRATACIÓN DE LA CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 25 20 CAMPAÑA PARA EL FOMENTO DE LA MATRICULACIÓN DE LA FP» DE LA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y EMPLEO.**

El presente informe se emite en cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 28 y 118.2 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014; en adelante, LCSP.

Asimismo, a efectos del art. 80 de la Orden APH/2/2019, de 4 de febrero, de la Consejería de Administración Pública y Hacienda, por la que se regulan los extremos a comprobar en la fiscalización e intervención previa de requisitos básicos, sirva el presente informe para justificar que con este contrato no se está alterando el objeto del contrato para evitar la aplicación de las reglas generales de contratación, de acuerdo a lo establecido en el apartado segundo del citado artículo 118 de la LCSP.

### **1. NECESIDADES A SATISFACER Y OBJETO DEL CONTRATO.**

El informe emitido por la Oficina del Presidente de 23 de abril de 2025 considera la necesidad de tramitar el contrato menor de creación de la campaña de publicidad institucional “CP 25 20 Campaña para el fomento de la matriculación de la FP”, de la Consejería de Educación y Empleo. Dicha campaña se encuentra incluida en el Plan de Publicidad Institucional 2025 aprobado mediante Acuerdo de Consejo de Gobierno de fecha 8 de enero de 2025.

#### **1.1 Objetivo de la campaña de publicidad.**

Los estudios de Formación Profesional ofrecen a la sociedad una elección de futuro en la que el alumnado se prepara para dar respuesta a los retos laborales de La Rioja. Nuestra oferta educativa se consolida como una opción completa, atractiva, accesible y de alta calidad que cubre las necesidades actuales de nuestro entorno productivo y social.

El principal problema al que se enfrentan hoy en día nuestras empresas es la dificultad para contratar los empleados que necesitan, especialmente, titulados intermedios de FP (técnicos y técnicos superiores). Esta necesidad hace que la FP sea la enseñanza que consigue, con ciclos formativos de menor duración, mayores niveles de empleabilidad.

Otro aspecto fundamental es que los estudiantes de FP cuando acaban sus estudios encuentran trabajo generalmente en nuestra comunidad o en localidades cercanas a sus lugares de origen.

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
00848-2025/000045	Informe	Publicidad institucional	2025/0436039
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Consejero		
2			

En La Rioja, la oferta educativa incluye 23 familias profesionales con un total de 93 ciclos formativos que se imparten en centros sostenidos con fondos públicos. Su desglose es el siguiente: 18 de Grado Básico, 31 de Grado Medio, 44 de Grado Superior y 7 Cursos de Especialización.

Para el curso 2025/2026 las fechas del proceso de preinscripción que se estiman abarcan del 26 de mayo al 6 de junio. Posteriormente se habilitará un periodo para que el alumnado que no haya finalizado los estudios que otorgan el acceso, confirmen la finalización de los estudios y la nota de los mismos.

## 1.2 Objetivos de comunicación

Los objetivos principales de comunicación de esta campaña son:

- Presentar los estudios de FP como una opción formativa muy práctica, moderna, de calidad, impartida por profesionales cualificados y en formación permanente, que permite muchos itinerarios formativos diferentes,
- Estimular y motivar al alumnado en la elección de una formación activa, moderna, transformadora que le facultará para adaptarse a las modificaciones en el ámbito laboral que se puedan producir a lo largo de la vida.
- Presentar la FP como una educación muy demandada por las empresas, que les proporciona respuesta las empresas de nuestra comunidad y genera arraigo social.

## 1.3 Públicos Objetivos

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

- El público objetivo primario es el alumnado riojano de 4º de la ESO y Bachillerato, así como sus familias y estudiantes que actualmente ya están estudiando FP. También, aquellas personas que quieren complementar y profundizar en las competencias porque ya disponen de un título de FP.
- El público objetivo secundario es 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 327.115 personas\*, de las que 165.737 son mujeres y 161.378 son hombres.

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

## 1.4 Enfoque de comunicación.

El enfoque de comunicación que se considera más adecuado es de sensibilización y motivacional sobre las oportunidades que ofrece la Formación Profesional para la juventud. Se utilizará para ello un tono cercano y empático, con un lenguaje directo, que se identifique con el público joven. Es importante que el mensaje sea positivo, claro y directo.

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
00848-2025/000045	Informe	Publicidad institucional	2025/0436039
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero			
2			

Se necesita crear mensajes para que el alumnado potencial se sienta atendido personalmente.

Se propone la utilización de elementos visuales e iconos dirigidos, que simplifiquen la información y que sea comprensible de un vistazo. Asimismo, se utilizarán colores atractivos y juveniles que transmitan frescura y optimismo.

#### 1.5 Marco Normativo.

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.

#### 1.6 Objeto del contrato.

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 20 Campaña para el fomento de la matriculación de la FP”, de la Consejería de Educación y Empleo.

Dicho contrato comporta los siguientes servicios y actividades profesionales:

- 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000045	Informe	Publicidad institucional	2025/0436039
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero			
2			

### 1.6.1 Necesidades creativas y Propuesta:

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 creativities 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.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 4 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000045	Informe	Publicidad institucional	2025/0436039
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero			
2			

- 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.

### 1.7 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.

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.

## 2. COMPETENCIA

De conformidad con lo regulado en el Decreto 51/2023, de 22 de mayo, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno y sus funciones en desarrollo de la Ley 3/2003, de 3 de marzo, de Organización del Sector Público de la Comunidad Autónoma de La Rioja, la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno es el órgano de la Administración de la Comunidad Autónoma de La Rioja, al que corresponden, entre otras, las

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 5 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000045	Informe	Publicidad institucional	2025/0436039
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero			
2			

competencias en ejecución administrativa de la política informativa, de comunicación y publicidad institucional, identidad e imagen institucional y corporativa en base a las directrices y en coordinación con los órganos de apoyo del Presidente y gestión administrativa en asistencia al Presidente y sus órganos de apoyo. Esta competencia no está delegada conforme a la Resolución 239/2023, de 28 de julio, de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno, de delegación de competencias en los órganos de la Consejería y asignación de funciones a las unidades.

### 3. TRAMITACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA OFERTA ADJUDICADA

Dada la necesidad anterior, cuya propuesta económica, de conformidad con el informe de la Oficina del Presidente, de fecha 23 de abril de 2025, no deberá superar los 5.500,00 € (IVA incluido), cuantía inferior al umbral marcado por el art. 118.1 de la LCSP regulador del expediente de contratación en contrato menor, se inicia la oportuna tramitación del expediente de contratación del servicio de creación de la campaña de publicidad “CP 25 20 Campaña para el fomento de la matriculación de la FP”, de la Consejería de Educación y Empleo.

Así, al objeto de seleccionar la propuesta más adecuada conforme a los criterios de valoración establecidos por la Dirección de Publicidad Institucional de la Oficina del Presidente, se solicitan propuestas a las empresas de diseño de La Rioja incluidas en la base de datos disponible en la Dirección de Publicidad Institucional conformada por unas 90 empresas.

Transcurrido el plazo de presentación de las mismas, de acuerdo al informe de valoración de propuestas creativas emitido por la Dirección de Publicidad de la Oficina del Presidente de fecha 13 de mayo de 2025, se reciben las siguientes propuestas:

- CHP Comunicación.
- Colibrí Comunicación.
- Hula Estudio.
- Javier Benayas.
- Los vecinos del quinto.
- Patricia Calvo.

Las valoraciones de dichas propuestas se realizarán teniendo en cuenta los criterios de adjudicación siguientes:

1. Grado en que la propuesta alcanza en mayor medida los objetivos previstos incluyendo los elementos de identidad institucional. **Hasta 30 puntos.**

Para la valoración de este criterio se ha atendido a los objetivos de comunicación detallados en el punto 3.2 del IPT y, respecto a los elementos de identidad institucional, a lo indicado en los puntos 3.6 y 4.3 del IPT.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 6 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000045	Informe	Publicidad institucional	2025/0436039
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero			
2			

2. Grado en que la propuesta se adapta en mayor medida al enfoque de comunicación, lenguaje propuesto y públicos objetivo. **Hasta 30 puntos.**

Para la valoración de este criterio se ha atendido a los aspectos del enfoque de comunicación detallados en el punto 3.3, a los aspectos del lenguaje indicados en el punto 3.7 y a los públicos objetivo incluidos en el 3.4 del IPT.

3. 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.**

Para la valoración de este criterio se ha atendido a la originalidad, la promoción de la animación y la interacción con el usuario.

4. Propuesta económica de menor valor. **Hasta 10 puntos.**

Para la valoración de este criterio, se ha utilizado la siguiente fórmula proporcional:

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

Una vez valoradas las propuestas presentadas, se obtienen las siguientes puntuaciones, indicadas en el informe de valoración:

		CHP	Colibrí	Hula	Javier Benayas	Los vecinos del quinto	Patricia Calvo
Objetivos	hasta 30 ptos	24	25	24	25	25	25
Propuesta creativa y slogan	hasta 30 ptos	22	23	22	22	26	24
Enfoque y lenguaje	hasta 30 ptos	23	23	23	23	26	24
Propuesta económica	hasta 10 ptos	9,71	9,62	9,75	9,84	9,52	10,00
Con IVA		5.348,20 €	5.396,60 €	5.324,00 €	5.275,60 €	5.451,05 €	5.190,90 €
<b>TOTAL PUNTOS</b>	<b>100</b>	<b>78,71</b>	<b>80,62</b>	<b>78,75</b>	<b>79,84</b>	<b>86,52</b>	<b>83,00</b>

#### 4. ADJUDICACIÓN

A la vista de dicho informe de valoración de fecha 30 de abril de 2025, se adjudica el contrato menor en favor de **LOS VECINOS DEL QUINTO - MARIAN DE PABLO OCHAGAVÍA (16576993L) con 86,52 puntos SOBRE 100**, por un importe sin IVA de 4.505,00 €; importe correspondiente al 21% de IVA es 946,05 €; **importe total IVA incluido: 5.451,05 €.**

En virtud de lo dispuesto en el artículo 8.e) del Decreto 9/2015 de 27 de marzo, procede la acumulación en un solo acto administrativo de las fases “A”, “D” y “O” de ejecución del presupuesto, por tratarse de un contrato menor.

#### 5. ABONO DE LA PRESTACIÓN

El pago de la prestación se efectuará en un único pago, una vez finalizado y entregado en plazo y de conformidad los trabajos correspondientes.

Sólo se abonará el importe correspondiente a aquellas prestaciones de las que se acredite su efectiva realización. Los abonos se llevarán a cabo previa presentación de la factura, por medios electrónicos, y de conformidad con lo establecido en el Decreto 27/2013, de 13 de septiembre, por el que se regula el Registro de facturas y el servicio de facturación electrónica del Gobierno de La Rioja, la cual debe estar conformada por el representante de la Administración, abonándose con cargo a la partida presupuestaria 12.12.1812.22733 del presupuesto de gasto para 2025.

El abono requerirá el informe previo de la Dirección de Publicidad Institucional sobre las prestaciones realizadas y el de conformidad de la Secretaría General Técnica de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno sobre el cumplimiento satisfactorio del servicio y con el abono de la factura correspondiente.

La empresa contratista presentará la factura de manera electrónica a través del Portal de facturación electrónica del Gobierno de La Rioja, indicando el Código de facturación electrónica 2, el Órgano Gestor: A17032516, la Unidad Tramitadora: A17014572 y la Oficina Contable: A17014594; si éstos fueran modificados, se dará cuenta de ello a la empresa con la suficiente antelación, pudiendo en cualquier caso los mismos ser consultados a través de la página web del Gobierno de La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 8 / 8
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2025/000045	Informe	Publicidad institucional	2025/0436039
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Consejero			
2			