



## INFORME DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL «CP 26 20 FERIA DE FORMACIÓN PROFESIONAL 2026» 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 26 20 Feria de Formación Profesional 2026», 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 del Gobierno de La Rioja organizará los días 25 y 26 de marzo, en el Palacio de Congresos y Auditorio de La Rioja (Riojaforum), una nueva edición de la Feria de Formación Profesional. El objetivo de este evento es dar a conocer la oferta formativa de Formación Profesional existente en la Comunidad Autónoma de La Rioja al alumnado riojano, especialmente a estudiantes de 4.º de Educación Secundaria Obligatoria y 2.º de Bachillerato.

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
00848-2026/000005	Informe	Publicidad institucional	2026/0101214
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

La Formación Profesional en La Rioja ha experimentado un crecimiento en los últimos años, tanto en número de titulaciones ofertadas como en matriculaciones. Este incremento responde, entre otras cuestiones, a la alta empleabilidad de los estudios de FP, empleabilidad que está ligada a los estudios cursados, que tienen un marcado carácter práctico e integrado con el tejido empresarial.

Además, la FP es una vía formativa orientada a la inserción laboral y al desarrollo de perfiles profesionales ajustados a la demanda existente en el entorno productivo riojano, manteniendo una estrecha relación con las empresas y con el ámbito del emprendimiento. No obstante, resulta necesario continuar impulsando acciones de información y orientación que permitan mejorar el conocimiento de las distintas opciones de Formación Profesional, especialmente, entre el alumnado que cursa Bachillerato y valora el acceso a ciclos formativos de Grado Superior.

Los principios que rigen la organización de esta Feria son los siguientes:

- Garantía a todas las personas, en condiciones de igualdad, de una formación profesional de calidad en diferentes modalidades y una cualificación y recualificación permanentes con arreglo a itinerarios diversificados, satisfaciendo sus necesidades formativas a medida que se producen y atendiendo a sus circunstancias personales, sociales y laborales.
- Satisfacción de las necesidades formativas de trabajadores de alto valor para el sistema productivo y el empleo, el fortalecimiento económico del país y su tejido productivo y el posicionamiento de las empresas en el mercado.
- Eliminación de los estereotipos profesionales del pasado y sesgos de género en las opciones formativas profesionales.
- Orientación profesional como elemento de acompañamiento para incentivar la identificación y adecuación a las oportunidades formativas en los itinerarios formativos y profesionales.
- Actualización permanente y adaptación ágil a los cambios y necesidades emergentes en el mercado laboral.
- Fomento de la innovación y el emprendimiento como ejes de la formación profesional.
- La Formación Profesional como opción para vincular talento joven en empresas riojanas.

### 3.2. Enfoque de comunicación

El enfoque de comunicación será **principalmente informativo**. Deberá proporcionarse información clara, accesible y ordenada sobre la celebración de la Feria de Formación Profesional, sus características principales y el público destinatario. La comunicación se dirigirá tanto al alumnado como a sus familias, especificando que la Feria está orientada al alumnado en horario de mañana y que, en horario de tarde, el acceso estará abierto al público en general.

Asimismo, el enfoque **deberá contribuir a proyectar una imagen actualizada de la FP** como una vía formativa que proporciona especialización, sobre todo, los ciclos formativos de Grado Superior y los Cursos de Especialización; que es eminentemente práctica, conectada con el entorno productivo, y con una elevada inserción laboral.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 2 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2026/000005	Informe	Publicidad institucional	2026/0101214
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

### 3.3. Objetivos de comunicación

Los objetivos prioritarios de esta campaña son:

- Difundir la **celebración de la Feria de Formación Profesional**: fechas, horario y ubicación.
- Reforzar el **reconocimiento de la Formación Profesional**:
  - Como una opción formativa con alta inserción laboral y adecuada a las necesidades del mercado de trabajo del entorno.
  - Contribuir a la mejora de la percepción social de la Formación Profesional, sensibilizando sobre la **ruptura de estereotipos de los estudios de FP sobre otras opciones educativas**, poniendo en valor su papel en el desarrollo económico y productivo de la región.
  - **Incrementar el nivel de conocimiento sobre la oferta educativa de Formación Profesional** en la Comunidad Autónoma de La Rioja, facilitando el acceso a información ampliada a través de recursos digitales, como un código QR enlazado a la web específica de FP.

### 3.4. Públicos objetivos

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

- Público objetivo primario:

El público objetivo primario es el **alumnado de los centros educativos de La Rioja** cuyo rango de edad está abierto a la Formación Profesional, principalmente, entre 15 y 19 años. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 17.796 personas, de los cuales 8.628 son mujeres y 9.168 son hombres (Datos del Instituto de Estadística de La Rioja en 2024).

El público objetivo primario asistirá a la feria en horario de mañana para visitar los stands de las distintas familias profesionales.

- Públicos objetivos secundarios:

Como público objetivo secundario, la campaña se dirige a la sociedad riojana en general y, especialmente, a familias y empresas.

La feria estará abierta para el público en general en horario de tarde para visitar la exposición y conocer de primera mano la oferta formativa de FP en La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 3 / 8
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2026/000005	Informe	Publicidad institucional	2026/0101214
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

### 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 o landing** específica de campaña durante el período que dure la actividad de la campaña.

### 3.6. 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.

### 3.7. Emisor de la campaña

Esta campaña, de empleo y formación, se enmarca en el Plan de Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja para el año 2026 y su órgano emisor es la Consejería de Educación y Empleo.

### 3.8. Lenguaje

El lenguaje empleado será sencillo, claro y directo, dirigido al alumnado y a las familias, que son los principales destinatarios.

## 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRONICAMENTE			Pág. 4 / 8
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2026/000005	Informe	Publicidad institucional	2026/0101214
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2			

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 26 20 Feria de Formación Profesional 2026”, 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 slogan 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 y de la Formación Profesional 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 22 adaptaciones**) y sus dimensiones una vez que esté definido el plan de medios.

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
00848-2026/000005	Informe	Publicidad institucional	2026/0101214
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

- 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 de FP del Gobierno de La Rioja.

#### 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 **6.000,00 € (IVA incluido)**.

#### 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 miércoles, 18 de febrero.**

#### 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.**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 6 / 8
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2026/000005	Informe	Publicidad institucional	2026/0101214
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2			

- ✓ 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 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.

**Las artes finales deberán facilitarse antes de las 14:00 horas del miércoles, 11 de marzo.**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 7 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2026/000005	Informe	Publicidad institucional	2026/0101214
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. 8 / 8
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2026/000005	Informe	Publicidad institucional	2026/0101214	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2				