



Rf.ª: CP/17/036

**BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “OFERTA FORMATIVA DE FORMACIÓN PROFESIONAL”, DE LA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN Y EMPLEO.**
**1. Introducción**

La Formación Profesional, en el sistema educativo, tiene por finalidad preparar al alumnado para la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que pueden producirse a lo largo de su vida, contribuir a su desarrollo personal y permitir su progresión en el sistema educativo y en el sistema de formación profesional para el empleo, así como el aprendizaje a lo largo de la vida.

El pasado año, se firmó el Plan de Formación Profesional de La Rioja (2016-2019) en el que se formaliza la voluntad del Gobierno y de los agentes económicos y sociales más representativos de impulsar la formación profesional y fortalecer la competencia profesional de las personas como base de la competitividad y la empleabilidad.

Con el fin de seguir potenciando el sello de calidad de nuestra FP, en el año 2017 queremos hacer llegar la oferta de FP en nuestra comunidad al mayor número de personas para que conozcan y decidan continuar su formación en dicha enseñanza.

Durante este curso escolar 2016/2017 se está impulsando la Formación Profesional en todas sus modalidades, incluyendo como novedad un curso de formación específico para poder acceder desde la Formación Profesional Básica, a ciclos formativos de grado medio de FP en el IES Cosme García.

En el resto de modalidades, se mantienen los ciclos de FP dual y FP dual bilingüe (9 en total) y se han incorporado nuevos ciclos y promociones. (Grado Superior de Automoción en el CPC Sagrado Corazón de Logroño; Grado Superior Mecatrónica Industrial; Grado Medio de Soldadura y Calderería; Grado Medio Instalaciones frigoríficas y de climatización en el IES Inventor Cosme García) y FP a distancia (CFGM atención a personas en situación de dependencia en el IES Batalla de Clavijo). Se amplía la FP ordinaria con el CFGS Desarrollo de Aplicaciones Web (IES Comercio-vespertino) y nuevos grupos en el CFGM Cuidados auxiliares de enfermería del IES Duques de Nájera de Logroño e IES Valle del Cidacos de Calahorra.

Seguirán las prácticas en Europa para alumnos de FP dentro del programa Erasmus+ (66 participantes en 2015/16,) promoviendo la movilidad de los estudiantes y mejorando sus habilidades y aptitudes, incluido el bilingüismo.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00021	Otros	Publicidad institucional	2017/0191563	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Jefe de Gabinete				
2 Consejera				
3				



## 2. Enfoque de comunicación

### 2.1 ¿Por qué estudiar FP?

La FP ha dejado de ser una salida residual para formar parte de una de las alternativas más importantes a tener en cuenta. En nuestra comunidad en los últimos cinco años, el número de alumnado que deciden hacer un ciclo de FP ha pasado de 4.200 a 6.200 (47% de incremento). En La Rioja se han desarrollado experiencias educativas que están funcionando en nuestro entorno económico y social.

Sobran razones para cursar hoy día un ciclo de formación profesional:

- **Amplia oferta formativa.** Existen 26 familias profesionales de las cuales en La Rioja tenemos implantadas 20 familias profesionales con 68 ciclos formativos. Hay titulaciones para cualquier área profesional e interés personal: [www.todofp.es](http://www.todofp.es)
- **Plazo de las titulaciones.** La duración de todas las titulaciones, incluidas las prácticas profesionales, no supera los dos años, permitiendo acceder a un primer empleo o reciclarse profesionalmente a través de unos estudios reglados en un plazo corto de tiempo.
- **Centros educativos de calidad.** Se puede encontrar una amplia oferta de centros públicos o concertados con años de experiencia en Formación Profesional.
- **Diversidad.** Existen varias modalidades para cursar estudios de formación profesional: presencial, dual, a distancia o e-learning. La formación presencial también se puede realizar en turno de mañana, de tarde o de noche; nos permite así compatibilizar estos estudios con otras actividades o responsabilidades profesionales o familiares.
- **Estudios motivadores y de aplicación real.** Talleres, trabajo por proyectos o el uso de aplicaciones informáticas son una constante en cada ciclo formativo. Se combina, además, la formación en las aulas con formación en centros de trabajo (FCT). Existe siempre una aplicación práctica de los módulos en un entorno real. Cabe destacar la modalidad Dual donde una parte importante de la formación se realiza en la propia empresa.
- **Capacitación profesional y empleabilidad.** Los estudios de FP, capacitan para trabajar en un área profesional determinada. Con un título de Técnico o Técnico Superior, se obtiene una formación suficiente y completa para desempeñar una profesión. La inserción laboral de los titulados en FP ha aumentado en muchos sectores. Un 21,5% de la oferta de trabajo en nuestro país va dirigida expresamente a candidatos con formación profesional.

Además es una vía para seguir formándose. Con un título de FP de grado medio se puede continuar la formación cursando un ciclo de grado superior. De la misma forma un grado superior permite el acceso diferenciado a un grado universitario.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 2 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00021	Otros	Publicidad institucional	2017/0191563		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Jefe de Gabinete					
2 Consejera					
3					



## 2.2 Tipos de Formación Profesional

### a) Información general y niveles:

Los títulos de formación profesional se agrupan en 26 familias profesionales, y en su diseño han participado los agentes sociales respondiendo a las necesidades y a las cualificaciones profesionales que el mercado de trabajo y el sistema productivo actual demanda. Los títulos de formación profesional están referidos, con carácter general al Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

La formación profesional comprende los ciclos formativos de Formación Profesional Básica, de Grado Medio y de Grado Superior, con una organización modular, de duración variable, que integra los contenidos teórico-prácticos adecuados a los diversos campos profesionales.

Con carácter general los ciclos formativos tienen una carga horaria de 2.000 horas, que se desarrollan a lo largo de dos cursos académicos. Existen algunos ciclos formativos LOGSE que tienen una duración menor de 1.400 horas.

Todos los ciclos formativos incluyen el módulo de Formación en Centros de Trabajo (FCT) cuyo objetivo es completar la adquisición en competencias profesionales, que se realiza al final del segundo curso.

Los ciclos formativos de grado superior incorporan un módulo profesional de Proyecto cuyo objeto es la integración de los diversos resultados de aprendizaje y contenidos del currículo del ciclo formativo, que se realiza al final del segundo curso y se evalúa una vez cursado el módulo profesional de Formación en centros de trabajo.

### b) Formación Profesional Básica:

Una vez superados los estudios, se obtiene el título Profesional Básico que tiene validez en todo el territorio nacional y que permite el acceso a los ciclos formativos de grado medio. El título Profesional Básico tendrá los mismos efectos laborales que el título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria para el acceso a empleos públicos y privados.

Hasta la entrada en vigor de la normativa resultante del Pacto de Estado social y político por la educación, los alumnos que obtengan un título de Formación Profesional Básica podrán obtener el título de Educación Secundaria Obligatoria, siempre que, en la evaluación final del ciclo formativo, el equipo docente considere que han alcanzado los objetivos de la Educación Secundaria Obligatoria y adquirido las competencias correspondientes.

### c) Formación Profesional de Grado Medio:

La superación de un ciclo formativo de Grado Medio proporciona el título de Técnico en la correspondiente profesión, lo que permite:

- Acceder al mundo laboral.
- Continuar su formación cursando:
  - Bachillerato.
  - Ciclos formativos de Grado Superior (procedimiento de admisión)

### d) Formación Profesional de Grado Superior:

La superación de un ciclo formativo de Grado Superior proporciona el título de Técnico Superior en la correspondiente profesión, lo que permite:

- Acceder al mundo laboral.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 3 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00021	Otros	Publicidad institucional	2017/0191563		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Jefe de Gabinete					
2 Consejera					
3					



### 2.3 Modalidades

Existen varias modalidades para cursar estudios de formación profesional: presencial, dual, a distancia o e-learning. La formación presencial también se puede realizar en turno de mañana, de tarde o de noche.

#### a) Formación Profesional a Distancia o e-learning:

Las enseñanzas de Formación Profesional a distancia permiten combinar el estudio y la formación con la actividad laboral u otras responsabilidades, así como con aquellas situaciones personales que dificulten el estudio y la formación en el régimen de enseñanza presencial.

Estas enseñanzas se realizan a través de una plataforma virtual y cuentan con una atención tutorial de manera individual y colectiva. Las tutorías colectivas son las acciones tutoriales necesarias para la consecución de los objetivos que precisen desarrollar procesos de enseñanza-aprendizaje para los que es aconsejable o necesaria la intervención directa y presencial del profesor. La asistencia del alumno a las tutorías colectivas podrá tener carácter voluntario u obligatorio para el alumnado, según lo determine el centro. La estructura modular de los ciclos formativos de Formación Profesional permite, en esta modalidad, que cada alumno decida qué módulos quiere cursar en función de sus necesidades personales y su disponibilidad.

Los módulos profesionales de Formación en centros de trabajo y de Proyecto deberán cursarse una vez alcanzada la evaluación positiva en todos los módulos profesionales. El módulo profesional de Formación en centros de trabajo tiene carácter presencial.

#### b) Formación Profesional Dual:

La Formación Profesional Dual es una formación profesional que se realiza entre el centro educativo y la empresa como resultado de la coparticipación entre ambos, a través de los convenios de colaboración que los centros educativos establecen con empresas del sector correspondiente.

En el Primer curso se diferencian dos periodos:

- Primer periodo, se realiza la formación en el centro educativo.
- Segundo periodo, el alumno que supere la evaluación previa a la incorporación a la empresa, continúa las enseñanzas alternando la formación en el centro educativo con la formación en el centro de trabajo. Excepcionalmente, se podrá establecer un tercer periodo que se realizará en el centro educativo (junio).

En el segundo curso se intensifica el número de horas de formación en la empresa.

En la Formación Profesional Dual de Grado Superior, el módulo profesional de Proyecto se desarrollará en el tercer trimestre del año académico en que se realice el segundo curso del ciclo formativo.

#### c) La Formación Profesional Bilingüe

Tanto la formación profesional ordinaria como la Dual, cuando se imparte en modalidad Bilingüe, incorpora la lengua inglesa de forma integrada en, al menos, dos módulos profesionales de entre los que componen la totalidad del ciclo formativo, tanto en el primer como en el segundo curso.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00021	Otros	Publicidad institucional	2017/0191563	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Jefe de Gabinete				
2 Consejera				
3				



### 3. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación institucional para 2017 sitúa **los siguientes objetivos generales de comunicación:**

- **Corporativo:** Mejorar la imagen de la Formación Profesional entre los públicos objetivos de la campaña publicitaria y fomentar el reconocimiento de los riojanos a la FP como una educación de calidad y con garantías para el empleo.
- **Servicio público:** difundir la oferta formativa de la Formación Profesional en La Rioja.

### 4. Públicos objetivos de la campaña

Se establecen los **siguientes públicos objetivos** para la campaña de comunicación institucional:

**a) Público primario:**

Entendemos como público primario los **jóvenes riojanos de entre 16 y 23 años**. Según los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja, este grupo de población está formado por **22.762 jóvenes**.

**b) Públicos secundarios:**

1. Dentro del público secundario de la campaña, tendremos en cuenta, en primer lugar, a los **jóvenes de entre 24 y 35 años**, que después de acabar una titulación universitaria, eligen la formación profesional para seguir formándose de cara a facilitar su incorporación al mercado laboral. Según los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja, este grupo de población está formado por **43.964 personas**.

Un grupo en el que tienen especial incidencia los mayores de 28 años. En el curso 2016-2017, un total de 5509 personas formalizaron la matrícula en Formación Profesional, sumando los Títulos de Grado Medio y Grado Superior, y de ellos 1211 tienen más de 28 años, lo que representa un 22% del total. En concreto tiene especial incidencia la tasa de estudiantes mayores de 28 años en los Títulos de Grado Superior que alcanzan el 37,9% con 846 alumnos.

2. En segundo lugar, identificamos también como público secundario a los **padres y madres del público** identificado como **primario** y que intervienen en elección formativa de sus hijos; **riojanos de entre 45 y 65 años**. Según los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja, **91.378 riojanos** forman parte de este grupo de población.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00848-2017/00021	Otros	Publicidad institucional		2017/0191563
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Jefe de Gabinete				
2 Consejera				
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. Según la Ficha Básica de Campaña, esta campaña de Formación Profesional está incluida dentro de la tipología de campaña en el área de Empleo y Formación.

El propósito final de las actividades publicitarias es difundir y publicitar la oferta formativa de la Formación Profesional con el objetivo de animar y atraer al mayor número de personas a estos cursos académicos. El objetivo es llegar a los jóvenes y por ello, se busca un tono directo y emocional para la campaña que genere empatía con los jóvenes.

Según la tipología de campaña, debemos optar por un tono informativo pero cercano que invite a optar por la oferta de la Formación Profesional. El tono informativo de la publicidad institucional debe ofrecer un mensaje publicitario claro y conciso y responder a todas las dudas que suscite el primer impacto en el destinatario.

### 5.1. Emisor de la campaña

De acuerdo al programa de identidad publicitaria del Gobierno de La Rioja, el emisor de la campaña es el Gobierno de La Rioja, ya que la oferta formativa de Formación Profesional se articula desde la dirección general de Educación, dependiente de la Administración General de La Rioja. Por ello, es la marca gráfica del Gobierno la que deberá firmar la táctica publicitaria de esta campaña.

Sin embargo, y visto que el público objetivo primario de la campaña está dentro de la población joven de La Rioja, se propone que la marca del Gobierno de La Rioja se acompañe de la marca del Instituto Riojano de la Juventud.

La dirección general del Instituto Riojano de la Juventud se presenta como un departamento horizontal que coordina la acción política del Gobierno de La Rioja bajo la perspectiva de la edad. Por ello, todas las acciones comunicativas dirigidas a la población joven de La Rioja deben tener a esta institución como marca secundaria de la campaña, conviviendo siempre con la marca principal del Gobierno de La Rioja.

### 5.2. Lema principal de la campaña

Así mismo deberá tenerse en cuenta el *claim* de campaña “Prepárate para el empleo” como lema principal de esta campaña publicitaria.

### 5.3. Lenguaje

El lenguaje es una de las herramientas para alcanzar el tono y el estilo de campaña que se necesita para esta actividad publicitaria.

Según se especifica en el Plan de Identidad Publicitaria, los verbos deberán conjugarse en el presente de indicativo para transmitir una imagen de realidad. Se evitarán los tiempos compuestos y el uso de subjuntivo y de gerundios. La conjugación de los verbos se hará mediante la primera persona del plural, reforzando así el valor del trabajo en equipo dentro de la Administración regional. Por otro lado, se recomienda acotar el uso de adjetivos y adverbios y emplearlos cuando tengan sentido.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00021	Otros	Publicidad institucional	2017/0191563	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Jefe de Gabinete				
2 Consejera				
3				



## 6. Táctica publicitaria

### 6.1. Presentación

Visto el público objetivo de la campaña publicitaria, los diferentes objetivos –de carácter corporativo y de servicio público- y la densidad informativa de la campaña –se trata de presentar todas las familias y grados de FP previstos en la oferta-, el Gobierno de La Rioja está trabajando en el desarrollo de una web para ofrecer una información más accesible, más interactiva y más útil para los destinatarios de la información.

Esta web contendrá los argumentos principales por los que estudiar FP, la presentación y contenidos de los grados de FP y el conjunto de acciones de dinamización que se prevén organizar desde la consejería de Educación, como una Feria de FP, unas jornadas de Formación Profesional, entre otros.

Esta web permitirá también ofrecer una información segmentada a los ciudadanos, de acuerdo a diferentes criterios, ya que se incorporan las redes sociales como un canal principal de la táctica publicitaria.

La publicidad pretende conseguir, en última instancia, el mayor número de alumnos matriculados en la Oferta de FP prevista para este año. Se establece como **criterio de conversión**, en términos publicitarios, el mayor número de visitas al portal web previsto. Este portal web contendrá analíticas propias que nos permitirán descender para conocer el interés, expresado a través de visitas y del flujo de navegación, de cada una de las informaciones recogidas en las páginas internas del sitio web.

Aún pendiente de confirmar, la URL propuesta para albergar este sitio es: <http://fp.larioja.org>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00021	Otros	Publicidad institucional	2017/0191563	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Jefe de Gabinete				
2 Consejera				
3				



### 6.2. Duración de la campaña publicitaria

La campaña se desarrollará durante 15 días, desde el martes 16 de mayo hasta el martes 30 de mayo

### 6.3. Plan de medios de la campaña publicitaria

De acuerdo a los públicos objetivos de la campaña publicitaria, se establece el siguiente plan de medios para la táctica publicitaria.

<b>Público objetivo primario</b>				
<b>Jóvenes riojanos de entre 16 y 23 años</b>				
Soporte	Medio	Formato publicitario		Tamaño
Redes sociales	Facebook	Pieza gráfica		1200x628 px
Redes sociales	Twitter	Pieza gráfica		1200x484 px
Redes sociales	Instagram	Pieza gráfica		1080x1080 px
Publicidad exterior	Rotulaciones Abad	Rotulación metropolitano		273x83 cm 418x83cm
Publicidad exterior	Buzón Rioja	Carteles		29,7x42 cm
Publicidad exterior	Repro Centro Digital	2 Totem de 4 caras cara uno		150x400 cm
Soporte	Medio	Audiencia/Difusión	Formato publicitario	Tamaño
Radio temática	Mega Star	11.000 oyentes	150 cuñas radio	Cuña 20"
Radio temática	Europa FM	25.000 oyentes	150 cuñas radio	Cuña 20"
Radio temática	40 principales	6.000 oyentes	150 cuñas radio	Cuña 20"
<b>Públicos objetivos secundarios</b>				
<b>Jóvenes de entre 24 y 30 años</b>				
Soporte	Medio	Audiencia/Difusión	Formato publicitario	Tamaño
Radio temática	Mega Star	11.000 oyentes	150 cuñas radio	Cuña 20"
Radio temática	Europa FM	25.000 oyentes	150 cuñas radio	Cuña 20"
Radio temática	40 principales	6.000 oyentes	150 cuñas radio	Cuña 20"
Medios digitales	Larioja.com	61.200 usuarios	Sección de contenidos	
Medios digitales	Nuevecuatrouno.com	2.222 usuarios	Sección de contenidos	
<b>Padres y madres del público primario (riojanos de entre 45 y 65 años)</b>				
Soporte	Medio	Audiencia/Difusión	Formato publicitario	Tamaño
Medios digitales	El Balcón de Mateo	1.071 usuarios	15 Leaderboard	728x90 px
Prensa escrita	Diario La Rioja	9.007 ejemplares	12 Rompe páginas pequeño	152x195mm
Prensa escrita	Gente	16.593 ejemplares	2 Medias páginas	250x158 mm
Medios digitales	Larioja.com	61.200 usuarios	Sección de contenidos	
Medios digitales	Nuevecuatrouno.com	2.222 usuarios	Sección de contenidos	

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00021	Otros	Publicidad institucional	2017/0191563
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Jefe de Gabinete			
2 Consejera			
3			





La planificación y contratación del plan de medios de esta campaña corresponderá a la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior, con cargo a la partida presupuestaria 1410.1812.226.11. Este órgano de la Administración, de acuerdo a su decreto de estructura, es el encargado de la política de comunicación e informativa del Gobierno de La Rioja, en donde se inserta la política pública de publicidad institucional.

## 7. Creatividad publicitaria

El Gobierno de La Rioja contará con el sector creativo riojano para la construcción de la creatividad publicitaria; para ello, remitirá este *brief* a la Asociación de Agencias de Comunicación, A Crear.

Todas las agencias y profesionales de la comunicación interesados en participar en el proceso de creatividad de esta campaña, podrán presentar sus propuestas económicas y técnicas a través de los correos electrónicos [gabinete.presidencia@larioja.org](mailto:gabinete.presidencia@larioja.org) e [imagencorporativa@larioja.org](mailto:imagencorporativa@larioja.org) antes de las 14.00 horas, del 10 de mayo de 2017.

La empresa adjudicataria se compromete a entregar diseños y artes finales para la ejecución de la campaña el día 15 de mayo a las 10:00 horas.

### 7.1. Oferta técnica

Se solicita la participación de las agencias y profesionales de la comunicación para el diseño creativo de la campaña publicitaria de la Oferta Formativa de Formación Profesional. Para ello, se solicitan los siguientes servicios:

Creatividad	Diseño de la creatividad y el enfoque de comunicación de la campaña, de acuerdo a las recomendaciones recogidas en el Brief de comunicación. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mensaje principal de la campaña.</li> <li>• Mensajes (o argumentos-fuerza) para los públicos objetivos definidos.</li> <li>• Propuesta de táctica publicitaria en redes sociales.</li> <li>• Mejoras que pudieran enriquecer la orientación del presente brief.</li> </ul>
	Diseño y producción de los materiales para el desarrollo de la táctica publicitaria: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño gráfico de piezas gráficas animadas y estáticas para redes sociales.</li> <li>• Locución de cuñas publicitarias.</li> <li>• Diseño de piezas gráficas para la prensa escrita.</li> <li>• Diseño de banners para los medios digitales.</li> <li>• Diseño de materiales para la publicidad exterior.</li> <li>• Diseño de banner para la web de larioja.org</li> </ul>
	Asistencia gráfica para la web de la campaña publicitaria: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de piezas gráficas y otros elementos gráficos para personalizar la web, de acuerdo a la creatividad propuesta en la campaña publicitaria.</li> <li>• Web corporativa</li> </ul>
Redes sociales	Contratación de publicidad en redes sociales e internet, de acuerdo a las pautas que se establezcan desde la Unidad de Imagen Institucional.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 9 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00021	Otros	Publicidad institucional	2017/0191563		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Jefe de Gabinete					
2 Consejera					
3					



## 7.2. Propuestas creativas

Las propuestas creativas remitidas por los participantes deberán contener, al menos, los siguientes elementos:

- “Prepárate para el empleo” como lema principal de la campaña publicitaria.
- Mensaje principal de la campaña y mensajes adaptados a cada público objetivo definido.
- Creatividad central de la campaña publicitaria.
- Mejoras que se estimen convenientes para mejorar la eficacia de la campaña publicitaria.

## 7.3. Grupo de valoración de creatividad publicitaria

Para la valoración y selección de las propuestas remitidas, se constituye un grupo de valoración formado por las siguientes personas:

- a) La dirección del gabinete de la Consejería de Presidencia.
- b) La dirección del gabinete de la Consejería responsable de la campaña.
- c) El responsable de publicidad del Gobierno de La Rioja.
- d) El responsable de imagen, diseño y contenidos del Gobierno de La Rioja.
- e) Un representante de una agencia de Comunicación, inscrita en A Crear, que no concurra en el proceso creativo.
- f) Un funcionario de la Administración Pública adscrito al centro gestor promotor de la iniciativa publicitaria.

## 7.4. Criterios objetivos de valoración

Se valorarán los siguientes criterios:

- Creatividad, enfoque de campaña y construcción gráfica: hasta el 40%.
- Oferta económica: hasta el 50%.
- Mejoras a la oferta, nuevos elementos y otras sugerencias: 10%.

**Observación:** No serán admitidas las propuestas que no cumplan con la normativa gráfica recogida en el programa de identidad publicitaria del Gobierno de La Rioja.

## 7.5. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **10.500 euros (IVA Incluido)**, con cargo a la partida presupuestaria 1410.1812.227.13 de la consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior. La oferta económica deberá desglosar los importes unitarios de cada uno de los elementos descritos en la oferta técnica.

## 7.5. Entrega de materiales

La empresa seleccionada en el proceso deberá entregar los materiales en formato PDF, debidamente adaptados y compuestos para su impresión o publicación; y también en formato de Adobe Illustrator, Indesign u otros que se empleen para el diseño de los materiales.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 10 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00021	Otros	Publicidad institucional	2017/0191563		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Jefe de Gabinete					
2 Consejera					
3					



## 8. Contacto técnico

Las empresas pueden dirigirse a la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior para consultar sus dudas y trasladar sus sugerencias.

**Teléfono de contacto:**

941 294 066

**Email de contacto:**

[gabinete.presidencia@larioja.org](mailto:gabinete.presidencia@larioja.org)

[imagencorporativa@larioja.org](mailto:imagencorporativa@larioja.org)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 11 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00021	Otros	Publicidad institucional	2017/0191563	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Jefe de Gabinete				
2 Consejera				
3				