



Rf.º: CP/18/025

BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “PROCESOS DE MATRÍCULA EN DIFERENTES NIVELES EDUCATIVOS”, DE LA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN Y EMPLEO

1. Presentación

El acceso a la Educación es un derecho fundamental que permite adquirir conocimientos con el objetivo de desarrollar una vida social plena. De esta manera, la cantidad y calidad de los planes de estudios de la región se erige como una cuestión capital para los intereses de los niños y niñas de la región, puesto que la elección de las enseñanzas determinará su presente y futuro.

El objetivo de la Consejería de Educación, Formación y Empleo es la mejora constante del sistema educativo con el objetivo de ofrecer la mejor educación posible a nuestros ciudadanos. Una educación que tiene como fin el pleno desarrollo personal, emocional, social, competencial, creativo y emprendedor del alumnado riojano, con el fin de garantizar, de este modo, su éxito escolar y personal.

En este curso, y con el objetivo puesto en mejorar los planes de estudio, la Consejería de Educación, Formación y Empleo está trabajando en la Guía de la Oferta Educativa 2018/19, con el fin de que el alumnado y sus familias dispongan de toda la información necesaria para poder elegir libremente su escolarización, aportando datos relativos a los estudios ofertados en los diferentes centros educativos riojanos.

En este sentido, el 2 de abril de 2018 se abre el plazo de admisión de alumnos en 2º Ciclo de Educación Infantil, Primaria, Secundaria Obligatoria y Bachillerato.

Para solicitar plaza en un centro docente se requiere la presentación de la solicitud de admisión formalizada por el padre, madre o tutor del alumno, si es menor de edad, en la que se indica el centro solicitado en primer lugar y también podrán hacerse constar otros centros alternativos, por orden de preferencia.

2. Enfoque de comunicación

A través de esta campaña publicitaria se trata de difundir varios plazos de matrícula del sistema educativo riojano con el objetivo de conseguir impactar en las familias de nuestra comunidad autónoma, así como en los propios destinatarios de estos niveles de enseñanza, en el caso de los estudiantes de ciclos de educación media o superior (ESO y Bachillerato).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 1 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000107	Otros	Publicidad institucional	2018/0188000
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



La campaña debe trasladar, de una forma clara y precisa, esta información de servicio público a la sociedad riojana y destacará el plazo de presentación de solicitudes de matrícula de Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, cuyo plazo abarca del 2 al 30 de abril de 2018; así como los plazos de matrícula, que se conforman de la siguiente manera:

- Del 2 al 30 de abril: Primer ciclo de Educación Infantil.
- Del 25 al 29 de junio: Segundo ciclo de Educación Infantil y Educación Primaria.
- Del 1 al 15 de julio: Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato.

3. Objetivos de comunicación

La campaña de comunicación para este año sitúa **los siguientes objetivos generales de comunicación**, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Difundir los procesos de solicitud y matrícula en diferentes niveles educativos.
- Informar a las familias riojanas de los calendarios de matriculación para los niveles educativos obligatorios y/o no universitarios.

3.1. Criterios de conversión

Para evaluar convenientemente el grado de cumplimiento de los objetivos de comunicación que pretende la campaña de publicidad se establecen los siguientes indicadores de impacto:

- N.º de alumnos matriculados en los diferentes niveles educativos con respecto al curso 2017/18.
- N.º de visitas a la web www.larioja.org/escolarizacion durante el período que dure la campaña.

4. Públicos objetivos

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

- **Público primario: Familias riojanas.** Teniendo en cuenta que, según los últimos datos del Instituto de Estadística de La Rioja, la edad media de maternidad en la Comunidad Autónoma de La Rioja está en 32 años, seleccionaremos nuestro público objetivo como aquel grupo formado por mujeres y hombres desde los 32 años hasta los 65 años. Según

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000107	Otros	Publicidad institucional	2018/0188000	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por 156.100 personas.

- **Público secundario: Estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato.** Definiremos este grupo de edad como aquel formado por los niños y niñas riojanas desde los 12 a los 18 años. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, 20.698 riojanos se encuentran en este rango de edad.

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, aprobada por el Consejo de Gobierno, en sesión de 27 de febrero, estableció un conjunto de normas orientadas a la **homogeneidad de tono y estilo** en la actividad publicitaria del Gobierno de La Rioja.

Consulta las normas de tono y estilo

En el siguiente enlace puedes consultar qué normas y pautas tenemos para construir el tono y estilo

www.larioja.org/identidadpublicitaria/general

5.1. Emisor de la campaña

Esta campaña se encuentra dentro del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja y, por ello, éste será el emisor.

5.2. Lenguaje

Esta campaña publicitaria pretende dar a conocer los plazos de solicitud y matrícula de los diferentes estudios ofertados en la Comunidad Autónoma de La Rioja. Por este motivo, se debe utilizar un tono informativo en la construcción de los mensajes publicitarios, que se dirigirá al ciudadano y respetará las prohibiciones establecidas para el autobombo y el ensalzamiento de logros institucionales.

Las características del tono informativo definen el uso de verbos de acción en la publicidad institucional del Gobierno de La Rioja. Cuando sea necesaria su conjugación los verbos deberán plantearse en el presente de indicativo para transmitir una imagen de realidad: las consecuencias de la acción política suceden en este momento. Se evitarán los tiempos compuestos y el uso de subjuntivo y gerundio.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000107	Otros	Publicidad institucional	2018/0188000	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



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. Deben servir para explicar los hechos y no para expresar una valoración.

5.3. Programa gráfico a aplicar en la campaña de publicidad

En este caso la tipología de campaña, según se especifica en la ficha básica de campaña del Plan de Publicidad Institucional, es **corporativa**. Por ello, se deberá utilizar para la composición de mensajes el **programa publicitario general** del Programa de Identidad para la Publicidad Institucional.

Descargas útiles

Puedes consultar las normas gráficas y descargar las plantillas del programa en esta web:

www.larioja.org/programageneral

6. Táctica publicitaria

A través de esta campaña publicitaria se pretende dar a conocer los plazos de solicitud y matrícula de los diferentes estudios ofertados en La Rioja.

Dado que nos centramos en un público de edad media y joven, pero con diferentes horquillas de edad (desde los 16 hasta los 45 años, aproximadamente), se cree conveniente hacer especial énfasis en medios digitales y radios de formato musical, pero sin dejar de lado a medios tradicionales como la prensa escrita regional y local para aspirar a la máxima eficacia de la campaña entre nuestro *target*.

6.1. Duración de la campaña publicitaria

La duración de la campaña contempla **15 días** que se dividirán en dos fases:

- **Del 23 al 29 de abril** (para reforzar la apertura de la fase de solicitud de matrícula).
- **Del 18 al 25 de junio** (para anunciar la apertura de la fase de matriculación).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000107	Otros	Publicidad institucional	2018/0188000	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



6.2. Plan de medios

Se establece el siguiente plan de medios para el desarrollo de la táctica publicitaria:

Prensa escrita auditada						
Soporte	Difusión por ejemplar	Difusión acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Diario La Rioja	9.007 ejemplares	45.035 ejemplares	Faldón pequeño	9	256x63 mm	23, 24,25, 26 y 27 de abril Del 19 al 22 de junio; 25 de junio
Noticias de La Rioja	5.218 ejemplares	26.090 ejemplares	Faldón grande	9	260x61 mm	23, 24,25, 26 y 27 de abril Del 19 al 22 de junio; 25 de junio
Gente	15.733 ejemplares	15.733 ejemplares	Media página	1	250x158 mm	19 de junio

Radios regionales auditadas de corte generalista						
Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Cadena SER	50.000 oyentes	350.000 oyentes	Cuña publicitaria	91	Cuña 20"	Del 23 al 29 de abril (x45) Del 18 al 25 de abril (x46)
Cadena Cope	21.000 oyentes	147.000 oyentes	Cuña publicitaria	91	Cuña 20"	Del 23 al 29 de abril (x45) Del 18 al 25 de abril (x46)
Onda Cero	17.000 oyentes	119.000 oyentes	Cuña publicitaria	91	Cuña 20"	Del 23 al 29 de abril (x45) Del 18 al 25 de abril (x46)

Radios locales y comarcales auditadas						
Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Radio Arnedo	6.000 oyentes	42.000 oyentes	Cuña publicitaria	91	Cuña 20"	Del 23 al 29 de abril (x45) Del 18 al 25 de abril (x46)

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000107	Otros	Publicidad institucional	2018/0188000
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



Radios locales y comarcales auditadas						
Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Radio Haro	4.000 oyentes	28.000 oyentes	Cuña publicitaria	77	Cuña 20"	Del 23 al 29 de abril (x45) Del 18 al 25 de abril (x39)
Onda Cero Calahorra	3.000 oyentes	21.000 oyentes	Cuña publicitaria	91	Cuña 20"	Del 23 al 29 de abril (x45) Del 18 al 25 de abril (x46)

Radios regionales auditadas de corte temático						
Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Melodía FM	5.000 oyentes	70.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 18 al 25 de junio (x49)
Los 40 Principales	6.000 oyentes	42.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 18 al 25 de junio (x49)
Cadena 100	17.000 oyentes	119.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 18 al 25 de junio (x49)

Medios digitales regionales						
Soporte	U.U. diarios	U.U. acumulados	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Larioja.com	61.200 U.U.	428.400 U.U.	Megabanner	13	980x90 px 320x100 px	Del 23 al 27 de abril (x5) Del 18 al 25 de junio (X8)
Noticiasdelarioja.com	723 U.U.	5.061 U.U.	Megabanner	13	1305x130 px	Del 23 al 27 de abril (x5) Del 18 al 25 de junio (X8)
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner principal	13	970x90 px 728x90 px 300x90 px	Del 23 al 27 de abril (x5) Del 18 al 25 de junio (X8)
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Tempranillo	9	600x150 px	Del 23 al 26 de abril (x4) Del 18 al 21 de junio (x4) 25 de junio (x1)
Rioja2.com	7.795 U.U.	54.564 U.U.	Cintillo superior	13	1140x68 px 300x100 px	Del 23 al 27 de abril (x5) Del 18 al 25 de junio (X8)
El Balcón de Mateo	1.071 U.U.	7.795 U.U.	Leaderboard	6	728x90 px	Del 18 al 20 de abril (x3) Del 20 al 21 de junio (x3)

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000107	Otros	Publicidad institucional	2018/0188000
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



Publicidad exterior				
Soporte	Ubicación	Q	Medidas	Inserciones
Mupis	Logroño	15	120x175 cm	Del 24 de abril al 8 de mayo

La planificación y contratación de este plan de medios 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 publicidad institucional.

7. Creatividad publicitaria

7.1. 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.

7.2. Objeto del contrato de creación publicitaria

El objeto de contrato previsto es la **conceptualización y el desarrollo de la creatividad publicitaria y el diseño de los diferentes elementos gráficos y audiovisuales** que compondrán la campaña de publicidad institucional "Procesos de matrícula en diferentes niveles educativos" de la Consejería de Educación, Formación y Empleo.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 7 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2018/000107	Otros	Publicidad institucional	2018/0188000		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



7.3. Oferta técnica

Las propuestas deberán contemplar la siguiente **oferta técnica**:

- a) **Creatividad central.** Se requiere el diseño y la creatividad de un cartel (40x60 cm) con la idea central de la campaña en sus dos vertientes (apertura plazo de solicitud y plazo de matriculación).

Deberá acogerse al manual de identidad de la Comunidad Autónoma de La Rioja e incorporar los siguientes elementos:

- Imagotipo del Gobierno de La Rioja con el *claim* de apoyo “Una educación de vanguardia”.
- Enlace a la página web www.larioja.org/escolariacion
- Aunque las propuestas podrán ser presentadas con fotografías de banco de imágenes, para las creatividades finales tendrá que realizarse una sesión fotográfica en la que se cuente con modelos de diferente género y edad, así como diferentes ubicaciones (si fuese necesario dados los objetivos o el planteamiento gráfico de la campaña).

b) **Materiales para los soportes previstos en el plan de medios (ver 6.2.)** La Consejería de Presidencia requiere también de adaptaciones de la creatividad central de la campaña publicitaria, de acuerdo al plan de medios previsto para la campaña publicitaria.

- Diseño y maquetación de dos tipos de creatividades para prensa escrita (apertura plazo de solicitud y plazo de matriculación).
- Diseño y maquetación de dos tipos de banners animados para medios digitales (apertura plazo de solicitud y plazo de matriculación).
- Redacción, locución y producción de dos cuñas radiofónicas (apertura plazo de solicitud y plazo de matriculación).
- Diseño, maquetación y producción de un cartel para mupi (apertura plazo de solicitud).

d) **Otros materiales gráficos:**

- Diseño y maquetación de banner para la cabecera de la web www.larioja.org y recursos gráficos para la web (964x107 px). Consultar especificaciones de diseño en publicidad@larioja.org.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 8 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000107	Otros	Publicidad institucional	2018/0188000	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



- Diseño y maquetación de piezas gráficas para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno: Facebook (1200x628 px) y Twitter (1200x481 px).
- Recursos gráficos y fotográficos de los diferentes elementos producidos por la empresa, para acompañar un artículo de “caso de éxito” en la web de publicidad institucional. (1200x628 px) [Ver un ejemplo de artículo similar.](#)

7.4. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **5.000€ (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 presentarse de acuerdo a los siguientes criterios:

- La oferta económica deberá desglosar los importes unitarios de cada uno de los elementos descritos en la oferta técnica.
- Los costes indirectos para la producción –como, por ejemplo, contratación de reportajes fotográficos o de compra de derechos de imágenes de bibliotecas y librerías...–, así como las mejoras que se propongan deberán valorarse y cuantificarse **dentro de la oferta económica.**
- Quedarán excluidas aquellas propuestas económicas que se presenten de otra forma.

7.5. Presentación de propuestas creativas

Las propuestas técnicas y económicas deberán ser remitidas al correo electrónico publicidad@larioja.org **antes de las 9:00 horas del 16 de abril**

No se admitirán las propuestas que se presenten **únicamente de forma presencial** en las dependencias de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior. Aquellos interesados en entregar los materiales de forma impresa, deberán también remitirlos de forma electrónica al correo previamente citado.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 9 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2018/000107	Otros	Publicidad institucional	2018/0188000
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete			
2 Consejera			
3			



7.6. Valoración de las propuestas creativas

Se valorarán los siguientes criterios para la elección de la propuesta ganadora:

- a) **Propuestas económicas**, hasta 3,5 puntos sobre 10 puntos totales. Se aplicará la siguiente fórmula para la valoración:

$$\frac{PBrief/POV^1}{PBrief^2/POEb^3} \times n.º \text{ de puntos}$$

- b) **Propuestas técnicas**, hasta 5 puntos sobre 10 puntos totales, con arreglo a los siguientes criterios de valoración:

Baremo	Puntos
La propuesta responde a los objetivos previstos en el brief de comunicación	0,5
La propuesta considera los públicos objetivos previstos en el brief de comunicación	0,5
La propuesta es coherente con el tono y el estilo de la comunicación definido en el brief de comunicación	1
La propuesta incluye los elementos de identidad institucional y corporativa solicitados en el brief	0,5
El copy creativo de la propuesta es original –no existe un precedente a nivel nacional en campañas similares-, innovador –promueve la animación y la interacción con el usuario, superando la información; tiene un carácter transmedia o va más allá de los indicadores tradicionales de conversión, como la visita a página web- y detallado.	1
La propuesta presentada presenta un diseño gráfico, en el que se introducen códigos, conceptos y técnicas coherentes a los objetivos, la idea general y al copy creativo.	1
La idea general de la propuesta presenta continuidad y coherencia en todos los elementos, aplicaciones, soportes y contenidos que acompañan la propuesta.	0,5

¹ Propuesta económica a valorar. Se incluyen las mejoras y los costes indirectos de producción.

² Importe máximo fijado en el artículo 7.4.

³ Propuesta económica más baja de entre las propuestas recibidas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 10 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
00848-2018/000107	Otros	Publicidad institucional	2018/0188000		
1 Director de Gabinete					
2 Consejera					
3					



- c) **Criterios de Responsabilidad Social Corporativa**, hasta 0,75 puntos, con arreglo a los siguientes criterios:

Criterios RSC	Puntos
La empresa acredita personal con capacidades diferentes en su plantilla	0,25
La empresa acredita imprimir con certificados de responsabilidad medioambiental	0,125
La propuesta promueve un enfoque de igualdad en la sociedad riojana	0,25
La propuesta incluye criterios de accesibilidad en los elementos de campaña propuestos	0,125

- d) **Mejoras al presente brief de comunicación**, hasta 0,75 puntos, con arreglo a los siguientes criterios:

Criterios sobre las mejoras	Puntos
Contenidos audiovisuales e interactivos	0,25
Mejoras en la táctica publicitaria	0,25
Mejoras en herramientas y contenidos de la campaña	0,25

- e) Quedarán **excluidas** aquellas propuestas que no **desglosen los importes de cada uno de los servicios** solicitados en la oferta técnica; así como aquellas propuestas que **no respeten las normas gráficas recogidas en el programa de identidad corporativa para la publicidad institucional**.
- f) El grupo de valoración de propuestas se reserva el derecho a anular el **proceso de selección** si ninguna de las propuestas recibidas tuviera calidad técnica y comunicativa mínima y suficiente.

7.7. Grupo de valoración de propuestas

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

- La dirección del gabinete de la Consejería de Presidencia.
- El responsable de publicidad del Gobierno de La Rioja.
- El responsable de imagen, diseño y contenidos 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. 11 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2018/000107	Otros	Publicidad institucional	2018/0188000	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				



- d) Una persona seleccionada por la Consejería de Educación, Formación y Empleo.
- e) Un representante de una agencia de Comunicación, de Acrear, que no concurra en el proceso creativo.
- f) Un funcionario de la Administración Pública adscrito al centro gestor promotor de la iniciativa publicitaria.

7.8. Contenido de las propuestas

El contenido mínimo a presentar por las agencias contendrá los siguientes elementos:

- **Copy creativo** de la propuesta y lema de la campaña publicitaria (tanto para las piezas que hagan referencia al plazo de solicitudes como al de matriculación).
- **Creatividad principal:** formato vertical (tanto para las piezas que hagan referencia al plazo de solicitudes como al de matriculación).
- **Texto para cuña radiofónica** (tanto para las piezas que hagan referencia al plazo de solicitudes como al de matriculación).
- **Propuesta económica.**

7.9. Cesión de materiales

Al desarrollar y entregar el servicio de creatividad y diseño solicitado, la empresa seleccionada da consentimiento a la siguiente solicitud:

- a) **Entrega y cesión de materiales técnicos.** Los materiales se entregarán debidamente adaptados para cada uno de los soportes y formatos solicitados. También se entregarán el material gráfico en formato PDF y en archivos compatibles con programas de diseño, como Adobe In Design o Adobe Illustrator; así como el fotográfico empleado para la campaña.

8. Contacto técnico

La empresa puede dirigirse a la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior para consultar sus dudas y trasladar sus sugerencias.

Persona de contacto

Alejandro Toraño Collera, responsable de Publicidad Institucional

Teléfono de contacto

941 294 064

Email de contacto

publicidad@larioja.org

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 12 / 12
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2018/000107	Otros	Publicidad institucional	2018/0188000	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete				
2 Consejera				
3				