



Rf.º: CP/17/035

## **BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “FERIA DE FORMACIÓN PROFESIONAL”, DE LA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN Y EMPLEO.**

### **1. Introducción**

La reducción de la tasa de abandono escolar temprano es uno de los objetivos prioritarios del Gobierno de La Rioja. En el año 2011 la tasa de abandono en La Rioja era del 30,6 % y en el primer trimestre de 2017, la tasa se ha situado en el mínimo histórico del 15,7% lo que supone una reducción interanual de 5,6 puntos porcentuales, ya que entre enero y marzo del 2016 era del 21,2%. No obstante, desde la Consejería de Educación, Empleo y formación, la reducción de esta tasa de abandono sigue siendo uno de los objetivos de su área programática.

Uno de los ejes más efectivos para este descenso ha sido la decidida apuesta del Gobierno de La Rioja por la Formación Profesional. Con el fin de seguir potenciando el sello de calidad de nuestra FP, en el año 2017 se va a desarrollar una Feria de Formación Profesional los días 10 y 11 de mayo en Riojaforum donde se mostrará el trabajo desarrollado por los alumnos riojanos en las aulas en esta materia.

El objetivo de la Feria de Formación Profesional es tratar de entrar en contacto con el público primario de esta actividad; acercar de primera mano la oferta formativa y las posibilidades para el empleo que ofrece este campo de aprendizaje. En este caso, los protagonistas de esta acción dinamizadora de la Formación Profesional son los propios jóvenes, que a través de exhibiciones, talleres y demostraciones, harán llegar la aplicación práctica y el reflejo de la formación que han elegido.

### **2. Enfoque de comunicación**

Las enseñanzas de Formación Profesional tienen un largo recorrido en nuestra comunidad, pero la oferta formativa que se desarrolla en las aulas en la actualidad ha cambiado sustancialmente, por lo que se hace necesario mostrar a la sociedad riojana en su conjunto, y en especial a los posibles alumnos que buscan una formación de excelencia, la innovación y la alta calidad de los grados de Formación Profesional que se ofertan en los centros educativos riojanos.

El Gobierno de La Rioja, a través de la Consejería de Educación, Formación y Empleo y con la colaboración de las entidades implicadas en la formación, quiere dar a conocer a la sociedad riojana el estado actual de la Formación Profesional desde el conjunto de acciones formativas que capacitan para el desempeño cualificado de las diversas profesiones, el acceso al empleo y la participación activa en la vida social, cultural y económica.

Con este fin, durante los días 10 y 11 de mayo tendrá lugar en RIOJAFORUM la Feria de Formación Profesional. Con esta muestra se busca, por un lado, ser reflejo de la formación que se transmite en los centros educativos, mostrando una importante representación de las familias profesionales implantadas en La Rioja; por otro, fortalecer las conexiones necesarias entre todos los agentes que intervienen en la Formación Profesional.

Esta feria quiere ser global, integradora, personalizada y formativa, además de buscar la interacción con los visitantes. Los stands y la zona de exhibiciones serán escenario de diferentes demostraciones donde las personas que se acerquen podrán participar de la innovación en nuestras familias profesionales e informarse de los programas y actividades que las distintas instituciones llevan a cabo.



En paralelo a estas demostraciones se llevarán a cabo una serie de talleres con la participación de empresas representativas de los principales sectores económicos de nuestra región para analizar las necesidades formativas del futuro en estos sectores. A través de los talleres de FP en el mundo se dará a conocer cómo está organizada la FP en otros países de referencia, y las posibilidades de movilidad existentes en la actualidad.

Además, para los demandantes de empleo, la Feria desarrollará talleres especializados que abordarán desde la preparación de una entrevista de trabajo hasta el aprovechamiento de las redes sociales y portales de empleo, todo ello para acelerar la inserción laboral.

La entrada a la Feria de Formación Profesional es libre y el horario de visita será ambos días de 9 a 14 h y de 16:30 a 19 horas.

Además, en paralelo a la Feria de Formación Profesional se desarrollará, el día 11 de mayo, la segunda edición de las "Jornadas de La Educación que queremos para La Rioja", que en esta ocasión versará sobre "La Formación Profesional en La Rioja. La jornada será inaugurada por el deportista paralímpico y presidente de la Asociación De los Pies a la Cabeza, Javier Hernández, con la conferencia titulada "Motivación, aprendizaje y rendimiento académico. Despertar vocaciones".

Otras temáticas que se desarrollarán durante estas "II Jornadas de la Educación que queremos para La Rioja" abordarán por ejemplo cómo aprender a emprender desde la FP o la presentación de los proyectos de Formación Profesional Dual en España, éste último tema, a cargo de la directora general de FP del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Rosalía Serrano.

### **3. Objetivos de comunicación**

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

- Difundir la oferta formativa de calidad de la Formación Profesional en La Rioja.
- Poner en valor las fortalezas y las oportunidades de nuestra FP.
- Aumentar el número de riojanos que optan por la FP para continuar sus estudios.

Adicionalmente, se establecen un **objetivo más concreto de comunicación:**

- Difundir la Feria de FP como un punto de encuentro entre los destinatarios de Formación Profesional y los centros educativos que lo imparten.



#### **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. 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. Dentro del público secundario de estas jornadas, definiremos en segundo lugar al personal docente de la Comunidad Autónoma y nos centraremos en los **profesores de Educación Secundaria, Bachillerato y Formación Profesional** que pueden asistir tanto a la Feria de Formación profesional, como a las Jornadas de Educación.

#### **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 estilo y tono en la actividad publicitaria del Gobierno de La Rioja.

Aunque, con norma general, rigen los principios del tono informativo, se prevé la excepcionalidad de este tono y el uso del tono persuasivo cuando las campañas pretenden estimular la concienciación y la participación de la ciudadanía en asuntos de interés, como por ejemplo, sucede en el objeto de la campaña publicitaria.

##### **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 Feria 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”, que se ha definido en esta Feria de Formación Profesional como el título de esta acción dinamizadora que tendrá lugar el 10 y 11 de mayo en Riojaforum.

## **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.

## **6. Táctica publicitaria**

### **6.1. Presentación**

Visto el público objetivo y los diferentes objetivos a conseguir, 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 de Formación Profesional.

El eje central de la campaña pilotará sobre esta web que contendrá entre sus argumentos, un apartado específico para hablar sobre la Feria de Formación como acción dinamizadora y punto de encuentro donde se van a presentar los grados de Formación Profesional y la oferta de todas las familias profesionales que se imparten en nuestra comunidad.

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

La publicidad pretende conseguir en última instancia, el mayor número de asistentes a esta Feria de Formación Profesional. Por ello, se establece como **criterio de conversión**, en términos publicitarios, **el número de visitantes a la Feria de Formación Profesional** que se celebrará en Riojaforum los días 10 y 11 de mayo.

### **6.2. Duración de la campaña**

La campaña se desarrollará desde **el lunes 8 de mayo hasta el domingo 14 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.

#### Radios temáticas auditadas

Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Europa FM	25.000 oyentes	175.000 oyentes	Cuñía publicitaria	49	Cuñía 20"	Del 8 al 14 de mayo
Cadena 100	17.000 oyentes	119.000 oyentes	Cuñía publicitaria	49	Cuñía 20"	Del 8 al 14 de mayo
Mega Star	11.000 oyentes	77.000 oyentes	Cuñía publicitaria	49	Cuñía 20"	Del 8 al 14 de mayo
Rock FM	11.000 oyentes	77.000 oyentes	Cuñía publicitaria	49	Cuñía 20"	Del 8 al 14 de mayo
40 principales	6.000 oyentes	42.000 oyentes	Cuñía publicitaria	49	Cuñía 20"	Del 8 al 14 de mayo
Kiss FM	6.000 oyentes	42.000 oyentes	Cuñía publicitaria	49	Cuñía 20"	Del 8 al 14 de mayo
Melodía FM	5.000 oyentes	35.000 oyentes	Cuñía publicitaria	49	Cuñía 20"	Del 8 al 14 de mayo
Radio Marca	3.000 oyentes	21.000 oyentes	Cuñía publicitaria	49	Cuñía 20"	Del 8 al 14 de mayo

#### Diarios regionales y locales digitales

Soporte	U.U. diarios	U.U. acumulados	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Larioja.com	61.200 U.U.	428.400 U.U.	Megabanner	7	980x90 px	Del 8 al 14 de mayo
Rioja2.com	7.795 U.U.	54.565 U.U.	Cintillo superior	7	1140x68 px	Del 8 al 14 de mayo
Noticiasdelarioja.com	723 U.U.	5.061 U.U.	Banner superior	7	848x100 px	Del 8 al 14 de mayo

#### Radios generalistas

Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Cadena Ser	50.000 oyentes	350.000 oyentes	Cuñía publicitaria	21	Cuñía 20"	Del 8 al 14 de mayo
Cadena Cope	21.000 oyentes	147.000 oyentes	Cuñía publicitaria	21	Cuñía 20"	Del 8 al 14 de mayo
Onda Cero	17.000 oyentes	119.000 oyentes	Cuñía publicitaria	21	Cuñía 20"	Del 8 al 14 de mayo

www.larioja.org



**Gobierno  
de La Rioja**

**Presidencia,  
Relaciones Institucionales  
y Acción Exterior**

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.