



Rf.ª: CP/17/032

BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “OFERTA FORMATIVA EOI”, DE LA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN Y EMPLEO

1. Introducción

El aprendizaje de otras lenguas es una herramienta fundamental en la sociedad del siglo XXI. En un entorno cada vez más globalizado y con una movilidad más frecuente tanto en el ámbito laboral como personal, resulta evidente el interés que despierta en la sociedad riojana el estudio de otras lenguas.

La Rioja cuenta con tres Escuelas Oficiales de Idiomas ubicadas en Calahorra, Logroño y Haro en donde se ofertan gran variedad de idiomas y niveles.

2. Enfoque de comunicación

Las enseñanzas de idiomas se llevan desarrollando desde hace mucho tiempo en nuestra comunidad pero la oferta formativa que se desarrolla en las Escuelas Oficiales ha avanzado mucho por lo que se hace necesario informar a la sociedad riojana en su conjunto y en especial a los posibles alumnos que buscan aprender otro idioma, sobre la oferta existente en las Escuelas Oficiales.

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 las Escuelas Oficiales de Idiomas de La Rioja.
- Poner en valor el aumento de nivel formativo que se ofrece en las Escuelas de Idiomas de La Rioja.
- Aumentar el número de riojanos que optan aprender otro idioma en nuestra comunidad.

Objetivos concretos de comunicación:

- Difundir el plazo extraordinario de matriculación de las Escuelas Oficiales de Idiomas de La Rioja.

4. Públicos objetivos de la campaña

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

a) Público primario:

El público al que se dirige esta campaña está formado por estudiantes y adultos que se interesan por ampliar su conocimiento de idiomas. En líneas generales, **el público objetivo son personas** entre 16 y 45 años. Si

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 4
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00059	Otros	Publicidad institucional	2017/0374160		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Jefe de Gabinete					
2 Director de Gabinete					
3 Consejera					
4					



atendemos a los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja, este grupo de población está formado en nuestra comunidad por **119.382 personas**.

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.

Según se especifica en la ficha básica de campaña incluida en el Plan de Publicidad Institucional, la tipología de campaña es Empleo y Formación. Por ello se deberá utilizar para la composición de mensajes el programa publicitario general del Programa de Identidad para la Publicidad Institucional.

5.1. Emisor de la campaña

Entendemos que la difusión de la política de la oferta formativa de las Escuelas Oficiales de Idiomas de La Rioja, se encuentra dentro del ejercicio administrativo y político del Gobierno de La Rioja y por ello, éste debe ser el emisor de las actividades publicitarias.

5.2. Lenguaje

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 conjugarse 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.

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.

Así mismo, 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.

6. Táctica publicitaria

6.1 Presentación

Nos dirigimos a un público objetivo formado por personas desde los 16 hasta los 45 años. Por ello, se cree conveniente elegir medios como la prensa escrita regional y la radio para llegar a impactar con nuestros mensajes.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 4
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00059	Otros	Publicidad institucional	2017/0374160	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Jefe de Gabinete				
2 Director de Gabinete				
3 Consejera				
4				



Estableceremos un **criterio de conversión**:

Objetivo de la publicidad	Criterio de conversión
Difundir el plazo extraordinario de matriculación	Nº peticiones recibidas en las EOIs de La Rioja en la semana de la campaña

6.2. Duración de la campaña

La campaña se extenderá durante del 22 al 29 de septiembre.

6.3. Planes de medios

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

Prensa escrita regional auditada						
Soporte	Tirada diaria	Tirada acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Diario La Rioja	9.007 ejemplares	45.035 ejemplares	Faldón grande	5	256x96 mm	22, 23, 26, 28 y 29 de septiembre
Noticias de La Rioja	5.218 ejemplares	26.090 ejemplares	Faldón grande	5	255x87 mm	22, 23, 24, 26 y 28 de septiembre
Gente	15.733 ejemplares	15.733 ejemplares	Faldón grande	1	94x250 mm	22 de septiembre

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	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de septiembre
Cadena Cope	21.000 oyentes	147.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de septiembre
Onda Cero	17.000 oyentes	119.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de septiembre

Radios locales y comarcales auditadas						
Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Radio Arnedo	6.000 oyentes	42.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de septiembre
Radio Haro	4.000 oyentes	28.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de septiembre

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 3 / 4
Expediente	Tipo	Procedimiento			Nº Documento
00848-2017/00059	Otros	Publicidad institucional			2017/0374160
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora	
1	Jefe de Gabinete				
2	Director de Gabinete				
3	Consejera				
4					



Onda Cero Calahorra	3.000 oyentes	21.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de septiembre
---------------------	---------------	----------------	-------------------	----	----------	----------------------------

Radios regionales auditadas de corte temático

Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Europa FM	25.000 oyentes	350.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de septiembre
Cadena 100	17.000 oyentes	238.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de septiembre
Cadena Dial	16.000 oyentes	224.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de septiembre
Mega Star	11.000 oyentes	154.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de septiembre
Rock FM	11.000 oyentes	154.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de septiembre
40 principales	6.000 oyentes	84.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de septiembre
Kiss FM	6.000 oyentes	84.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de septiembre
Melodía FM	5.000 oyentes	70.000 oyentes	Cuña	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de septiembre
Canal Ebro	4.000 oyentes	56.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de septiembre
Radio Marca	3.000 oyentes	42.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 23 al 29 de septiembre

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 4 / 4
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00059	Otros	Publicidad institucional	2017/0374160		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Jefe de Gabinete					
2 Director de Gabinete					
3 Consejera					
4					