



Rf.ª: CP/17/044

BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “TRANSPORTE PÚBLICO DE VIAJEROS EN LA RIOJA”, DE LA CONSEJERÍA DE FOMENTO Y POLÍTICA TERRITORIAL
1. Introducción

El Gobierno de La Rioja tiene previsto difundir en 2017 una campaña de comunicación con el objetivo de fomentar el uso del transporte público de viajeros. En concreto, esta acción pretende incrementar la notoriedad y contribuir a aumentar el número de viajeros del sistema de transporte público de la Comunidad Autónoma, que consta de las líneas de autobús del Interurbano, Metropolitano y Líneas Rurales. Asimismo, se pretende sensibilizar a la sociedad acerca de los beneficios que aporta el transporte público en términos de comodidad, rapidez, seguridad y sostenibilidad para desplazarse a cualquier municipio del territorio.

2. Enfoque de comunicación

Esta campaña de comunicación debe trasladar de una forma clara y precisa las ventajas que puede obtener cualquier riojano que utilice para sus desplazamientos las líneas de autobuses del Gobierno de La Rioja.

- **Transporte Interurbano:** consta de 14 líneas que comunica más de 150 municipios de La Rioja. Sus recorridos parten de Logroño o facilitan la comunicación con las cabeceras de comarca, donde se concentran la mayoría de los servicios públicos (educación, sanidad, servicios sociales...).
 - Logroño- Laguna de Cameros.
 - Logroño-Robres del Castillo.
 - Logroño-La Villa de Ocón.
 - Nájera-Haro.
 - San Millán de Yécora-Haro.
 - Logroño-Rincón de Soto.
 - Logroño-Estollo.
 - Logroño-Nájera.
 - Logroño-Canales de la Sierra.
 - Haro-Belorado.
 - Cornago-Alfaro.
 - Logroño-Miranda de Ebro.
 - Aguilar del Río Alhama-Arnedo.
 - Logroño-Montenegro de Cameros.

- **Transporte Metropolitano:** consta de seis líneas que comunican de manera directa los municipios del entorno metropolitano con Logroño, con paradas en El Arco, Beneficiencia, Banco España, Universidad y Hospital San Pedro, y facilitan el acceso a la capital por motivos laborales, acudir al médico... Las rutas de las seis líneas son las siguientes:

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	
00848-2017/00064	Otros	Publicidad institucional	2017/0399050	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete de la Consejería				
2 Director de Gabinete				
3 Consejera				
4				



- Cenicero-Fuenmayor-Navarrete-Logroño.
 - Entrena-Navarrete-Logroño.
 - Nalda-Albelda de Iregua-Alberite-Villamediana-Logroño.
 - Clavijo-La Unión-Alberite.
 - Islallana-Nalda-Albelda-Alberite
 - Ribafrecha-Alberite-Logroño
 - Murillo de Río Leza-Villamediana-Logroño.
 - Arrúbal-Agoncillo-Logroño.
- **Líneas Rurales:** cinco líneas regulares que conectan más de 50 pequeños municipios con sus cabeceras de comarca. En la actualidad, está a punto de licitarse un nuevo contrato de Líneas Rurales, con el que se pretende incrementar el número de municipios y los días de la semana de este servicio con el fin de que puedan facilitar la comunicación a todos los pequeños pueblos de La Rioja y durante todos los días del año. Se trata, en muchas ocasiones, del único medio de transporte disponible para las personas mayores que residen en estas localidades. Las rutas que recorren estos autobuses son:
 - Zona de Haro: Ezcaray-Ojacastro-Santurde-Santo Domingo-Hervías-Bañares-San Torcuato-Cidamón-Casas Blancas (Cidamón)-Zarratón-Rodezno-Ollauri-Haro-Villalba de Rioja-Cellorigo-Galbárruli-Castilseco (Galbárruli)-Baños de Rioja.
 - Zona de Santo Domingo de la Calzada: Quintanar de Rioja (Villarta-Quintana)-Villarta Quintana-Grañón-Morales (Corporales)-Corporales-Sto Domingo de la Calzada-Manzanares de Rioja-Gallinero de Rioja (Manzanares)-Santurdejo-Santurde-Pazuengos-Cirueña-Ciriñuela (Cirueña)
 - Zona de Nájera: Cordovín-Alesanco-Azofra-Nájera-Bezares-Arenzana de Arriba-Arenzana de Abajo-Camprovín-Villaverde de Rioja-Ledesma de la Cogolla-Pedroso-Brieva de Cameros.
 - Zona de Arnedo: Bergasillas Somera (Bergasillas Bajera)-Bergasillas Bajera-Bergasa-Arnedo-Villarroya-Muro de Aguas.
 - Zona de Cameros: Hornillos de Cameros-Ajamil de Cameros-Rabanera-Gallinero de Cameros-Pinillos-Almarza de Cameros-Muro en Cameros-Logroño.

3. Objetivos de comunicación

La campaña cuenta con **los siguientes objetivos generales de comunicación:**

- Fomentar el uso del transporte público de La Rioja.
- Sensibilizar a la sociedad sobre los beneficios del transporte público para desplazarse de forma cómoda, rápida, segura y sostenible, al tiempo que se contribuye a la protección y cuidado del medio ambiente y evitar la siniestralidad vial. Las tres redes de transporte público garantizan el acceso a todos los municipios de La Rioja. El transporte público atiende las necesidades de los riojanos que precisan desplazarse a Logroño o a las cabeceras de comarca por motivos laborales, para acudir al médico o al instituto o por otros motivos de ocio y tiempo libre.

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		
00848-2017/00064	Otros	Publicidad institucional	2017/0399050		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Director de Gabinete de la Consejería				
2	Director de Gabinete				
3	Consejera				
4					



Adicionalmente, se establecen dos **objetivos más concretos de comunicación**:

- Aumentar la notoriedad de las tres modalidades de transporte público del Gobierno de La Rioja (Metropolitano, Interurbano y Líneas Rurales).
- Contribuir al incremento del número de viajeros.

4. Públicos objetivos de la campaña

El **público objetivo** al que se dirige esta campaña de comunicación es el conjunto de la **sociedad riojana**, puesto que este medio de transporte público es utilizado por todo tipo de viajeros (familias, trabajadores, estudiantes, mayores de 65 años...) En este caso, delimitaremos este grupo de población como aquel formado por los riojanos **desde los 16 hasta los 75 años**. Según los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja, esta campaña se dirige a un total de 235.271 riojanos.

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 corporativa. 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 transporte público de viajeros en 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 en convivencia con la marca Transportes de La Rioja.

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.

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	
00848-2017/00064	Otros	Publicidad institucional	2017/0399050	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Director de Gabinete de la Consejería			
2	Director de Gabinete			
3	Consejera			
4				



6. Táctica publicitaria

6.1 Presentación

Con esta actividad publicitaria nos dirigimos, como posibles usuarios de la red de transportes de La Rioja, a toda la sociedad riojana. Un público amplio para el que se cree conveniente elegir medios como la prensa escrita regional y local, radio, medios digitales, televisión y publicidad exterior, para llegar a impactar con nuestros mensajes.

Concretamente en los medios de prensa escrita, creemos necesario utilizar la segmentación territorial como estrategia comunicativa. De esta manera personalizaremos las creatividades de cada soporte teniendo en cuenta la localización del medio de comunicación y relacionándolo con la red de transporte, (metropolitano, interurbano o líneas rurales), más habitual, cercana y reconocible para los ciudadanos en el área de influencia del medio.

Un objetivo que contará con un **criterio de conversión**:

Objetivo de la publicidad	Criterio de conversión
Fomentar el uso del transporte público de viajeros en La Rioja	Nº de visitas a la web www.larioja.org/transportes en los días de campaña
	Número de usuarios de transporte público y datos históricos

6.2. Duración de la campaña

La campaña se extenderá del 3 de septiembre al 31 de octubre.

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	36.028 ejemplares	Faldón grande	5	256x96 mm	Del 17 al 21 de octubre
Noticias de La Rioja	5.218 ejemplares	26.090 ejemplares	Faldón grande	5	255x87 mm	Del 17 al 21 de octubre
Gente	15.733 ejemplares	15.733 ejemplares	Faldón grande	1	250x94 mm	20 de octubre

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		
00848-2017/00064	Otros	Publicidad institucional	2017/0399050		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Director de Gabinete de la Consejería				
2	Director de Gabinete				
3	Consejera				
4					


Prensa escrita regional auditada

Soporte	Tirada diaria	Tirada acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
La Voz del Najerilla	16.000 ejemplares	16.000 ejemplares	Página completa	1	256x384 mm	26 de octubre
Escaparate Calahorra	10.000 ejemplares	10.000 ejemplares	Página completa	1	170x240 mm	27 de octubre
ARN	6.000 ejemplares	6.000 ejemplares	Página completa	1	184x264 mm	28 de octubre
La Noticia	5.000 ejemplares	5.000 ejemplares	Página completa	1	155x220 mm	31 de octubre
La Brújula	3.000 ejemplares	3.000 ejemplares	Página completa	1	155x235 mm	29 de octubre
El Regadío	800 ejemplares	800 ejemplares	Página completa	1	210x297 mm	3 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 16 al 22 de octubre
Cadena Cope	21.000 oyentes	147.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 16 al 22 de octubre
Onda Cero	17.000 oyentes	119.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 16 al 22 de octubre

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 16 al 22 de octubre
Radio Haro	4.000 oyentes	28.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 16 al 22 de octubre
Onda Cero Calahorra	3.000 oyentes	21.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 16 al 22 de octubre

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00064	Otros	Publicidad institucional	2017/0399050
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Gabinete de la Consejería			
2 Director de Gabinete			
3 Consejera			
4			


Diarios regionales y locales digitales

Soporte	U.U. diarios	U.U. acumulados	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Larioja.com	61.200 U.	428.400 U.U.	Megabanner	7	980x90 px 320x50 px	Del 16 al 22 de octubre
Rioja2.com	7.795 U.U.	54.565 U.U.	Cintillo superior	7	1140x68 px	Del 16 al 22 de octubre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner principal	7	970x90 px 728x90 px 300x90 px	Del 16 al 22 de octubre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Tempranillo	7	600x150 px	Del 16 al 22 de octubre
Noticiasdelarioja.com	723 U.U.	5.061 U.U.	Megabanner	7	1305x130 px	Del 16 al 22 de octubre
Haro Digital	646 U.U.	4.522 U.U.	Banner de cabecera	7	1068x200 px 600x250 px	Del 16 al 22 de octubre
Noticiasdearred.es	532 U.U.	3.724 U.U.	Banner de cabecera	7	728x90px	Del 16 al 22 de octubre

Televisión

Soporte	U.U.	Formato	Medidas	Inserciones
Televisión	Sintonía TV	30 spot tv	Spot 20"	Del 23 al 29 de octubre

Publicidad exterior

Soporte	Soporte	Descripción	Q	Medidas	Inserciones
Publicidad exterior	Rotulación metropolitano	Laterales metropolitano	2	273x83/418x83cm	Del 16 al 31 de octubre

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.

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00064	Otros	Publicidad institucional	2017/0399050
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Director de Gabinete de la Consejería		
2	Director de Gabinete		
3	Consejera		
4			



7. Creatividad publicitaria

El Gobierno de La Rioja solicita la participación del sector creativo de la Comunidad Autónoma para la configuración de la creatividad publicitaria de la campaña “Transporte público de viajeros en La Rioja”.

7.1. Oferta técnica

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

a) **Creatividad central.** Se requiere el diseño y la creatividad de un cartel (50x70 cm) como parte de la campaña.

Este cartel deberá incorporar los siguientes elementos:

- La página web www.larioja.org/transportes
- Imagotipo del Gobierno de La Rioja
- Imagotipo de Transportes de la Rioja

b) **Materiales para los soportes previstos en el plan de medios.** 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 creatividad para medios de prensa escrita regional. (adaptadas a cada área de influencia)
- Diseño y maquetación de creatividad para medios de prensa escrita local. (adaptadas a cada área de influencia)
- Redacción y locución de cuña publicitaria para los medios radiofónicos de corte generalista.
- Redacción y locución de cuña publicitaria para los medios radiofónicos de carácter local.
- Diseño y maquetación de banners animados para los diarios digitales.
- Diseño y realización de spot audiovisual, para televisión de carácter local.
- Diseño y maquetación de creatividad para rotulación de metropolitanos

c) **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)
- Diseño y maquetación de piezas gráficas animadas 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.](#)

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		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
00848-2017/00064	Otros	Publicidad institucional	2017/0399050		
1	Director de Gabinete de la Consejería				
2	Director de Gabinete				
3	Consejera				
4					



7.2. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **8.000 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 presentarse de acuerdo a los siguientes criterios. Quedarán excluidas aquellas propuestas económicas que se presenten de otra forma.
- 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**.

7.3. Presentación de propuestas creativas

Las propuestas técnicas y económicas deberán ser remitidas al correo electrónico publicidad@larioja.org **antes del viernes 6 de octubre a las 9 horas**.

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.

- a) **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.
 - **Creatividad principal:** formato vertical y horizontal.
 - **Propuesta económica**, con arreglo a la siguiente observación:
 - La oferta económica se presentará de forma desglosada para cada uno de los servicios solicitados en la oferta técnica.
 - Las propuestas de mejora, que en su caso se propongan, deberán valorarse dentro de la propuesta económica

7.4. Valoración de las propuestas creativas

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 8 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00064	Otros	Publicidad institucional	2017/0399050		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Director de Gabinete de la Consejería				
2	Director de Gabinete				
3	Consejera				
4					



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

$$\frac{P_{\text{Brief/POE}}^1}{P_{\text{Brief/POEb}}^2} \times n.^\circ \text{ de puntos}$$

- 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 – <i>no existe un precedente a nivel nacional en campañas similares</i> -, innovador – <i>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</i> - 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

- c) **Criterios de Responsabilidad Social Corporativa**, hasta 0,75 puntos.

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

¹ Propuesta económica a valorar.

² Propuesta económica más baja, de entre las recibidas.



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.

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 de identidad institucional definidas en el tono y estilo de comunicación de la campaña.

7.5. 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.
- Una persona seleccionada por la Consejería de Fomento y Política Territorial
- El responsable de publicidad del Gobierno de La Rioja.
- El responsable de imagen, diseño y contenidos del Gobierno de La Rioja.
- Un representante de una agencia de Comunicación, de Acrear, que no concorra en el proceso creativo.
- Un funcionario de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

7.6. La propuesta seleccionada

La empresa seleccionada para el desarrollo de la campaña de publicidad institucional deberá tener en cuenta el siguiente aspecto:

- Entrega de materiales.** Los materiales se entregarán debidamente adaptados para cada uno de los soportes y formatos solicitados. También se entregarán los materiales en formato PDF y en archivos compatibles con programas de diseño, como Adobe In Design o Adobe Illustrator. **Deberán facilitarse antes del 13 de octubre.**

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		
00848-2017/00064	Otros	Publicidad institucional	2017/0399050		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Director de Gabinete de la Consejería				
2	Director de Gabinete				
3	Consejera				
4					



7.7. 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:

941 291 266

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. 11 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00064	Otros	Publicidad institucional	2017/0399050	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1	Director de Gabinete de la Consejería			
2	Director de Gabinete			
3	Consejera			
4				