



Rf.ª: CP/17/006

BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “AGENDA PARA LA POBLACIÓN 2030”, DE LA CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, RELACIONES INSTITUCIONALES Y ACCIÓN EXTERIOR

1. Presentación y datos de interés

El reto demográfico se ha convertido en esta legislatura en un objetivo prioritario de la agenda política y social de la Comunidad Autónoma de La Rioja. Existe un consenso básico entre los agentes políticos y sociales sobre la necesidad de intervenir en los indicadores demográficos y migratorios para reconducir la evolución de la población y sobre la necesidad de impulsar nuevas políticas públicas dirigidas a colectivos clave como las familias, los jóvenes, la emigración y la inmigración.

El reto demográfico conduce también a una reflexión profunda sobre la actividad económica, social y medioambiental del entorno rural y las zonas de montaña y obliga a incorporar la perspectiva territorial en la acción del gobierno autonómico y los entes locales.

El Gobierno de La Rioja se encuentra inmerso en la redacción de un instrumento de planificación estratégica que responda a un conjunto de objetivos intermedios y al objetivo general: favorecer un desarrollo sostenible de la población en la comunidad autónoma.

En el mes de septiembre, el presidente de la Comunidad Autónoma de La Rioja presentó públicamente el Diagnóstico de la Población, un documento de análisis sobre el estado de la situación demográfica de La Rioja, de acuerdo a un conjunto de variables y segmentos de la población riojana.

Desde entonces y hasta la fecha, la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior viene convocando a los principales actores de la Comunidad Autónoma de La Rioja para abrir un proceso de reflexión y de participación que permita obtener medidas y actividades concretas para incorporar a los objetivos de la Agenda para la Población 2030.

Con este mismo sentido, este órgano de la Administración autonómica ha considerado oportuno establecer un conjunto de actividades de comunicación externa con las que obtener un retorno de participación por parte del sector privado, de colectivos y asociaciones; y de los ciudadanos que, a título individual, quieran elevar sus propuestas para su estudio y su incorporación en el documento.

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	
00848-2017/00100	Otros	Publicidad institucional	2017/0463667	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Director de Gabinete		Mario Martínez Fernández / Visto Bueno.	03/11/2017 16:55:06	
2 Consejera		Begoña Martínez Arregui	07/11/2017 12:32:27	
3 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: GMJWXHWA3DVN2AN Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion			07/11/2017 12:32:30	



Uno de los instrumentos de comunicación externa es la publicidad institucional. Con este fin, se establece el siguiente brief de comunicación.

2. Enfoque de comunicación

El reto demográfico y su instrumento de planificación estratégica, la Agenda para la Población 2030, se presentan como un reto de comunidad, que se conjuga como un **reto colectivo y común** de la sociedad riojana, bajo el **liderazgo compartido y el impulso** de la principal Administración pública: el Gobierno de La Rioja. Se trata, por lo tanto, de **un reto y de un instrumento de suma**, abierto a las aportaciones de todas las instituciones, entidades, empresas y ciudadanos que quieran contribuir en este objetivo regional.

La Agenda para la Población 2030 es la respuesta consensuada para hacer frente a un reto que condiciona el futuro de la Comunidad Autónoma de La Rioja. A través de ella, se pretende promover el **crecimiento sostenible de nuestra región**, contando para ello con los principales segmentos de la población y con la perspectiva de la territorialidad. Hablamos pues de un instrumento que pretende **hacer crecer La Rioja con todos**.

La Agenda para la Población incorpora también un conjunto de principios y valores:

- La **sensibilidad social basada en la centralidad de las personas**. La Agenda para la Población se concibe como una agenda para las personas, puesto que son estas las que determinan la evolución migratoria de la comunidad.
- La **atención a la diversidad** mediante políticas inclusivas.
- El **esfuerzo transformador** caracterizado por un espíritu innovador.
- La **creación de valor público** para satisfacer las necesidades ciudadanas.
- Un proceso de construcción y diseño basado en la **participación ciudadana**.
- **Pensamiento corporativo** promovido por **entornos colaborativos**.
- La **eficacia y la agilidad** en la prestación de servicios.
- La gestión responsable y la **rendición de cuentas**.
- Una **comunicación responsable** fundamentada en **una información veraz**.

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	
00848-2017/00100	Otros	Publicidad institucional	2017/0463667	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete	Mario Martínez Fernández / Visto Bueno.		03/11/2017 16:55:06	
2 Consejera	Begoña Martínez Arregui		07/11/2017 12:32:27	
3 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: GMJWXHWA3DVN2AN Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion			07/11/2017 12:32:30	



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:

- Mejorar el grado de notoriedad ciudadana de la Agenda para la Población 2030.
- Difundir el diagnóstico del estado demográfico de la Comunidad Autónoma de La Rioja.
- Promover las aportaciones de la sociedad civil organizada, del sector privado y de los ciudadanos en la Agenda para la Población 2030.

3.1. Criterios de conversión

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

- N.º de consultas y descargas en la web específica que recoge la información del diagnóstico demográfico de la Comunidad Autónoma de La Rioja.
- N.º de aportaciones registradas en los espacios de participación de la web.

4. Públicos objetivos

Se establece el **siguiente público objetivo** para la campaña de comunicación:

a) Público primario

Entendemos como público primario de la campaña de publicidad institucional a la sociedad riojana en edad laboral, comprendida entre los 18 y los 65 años de edad.

b) Públicos secundarios

El tejido económico de la comunidad autónoma, conformado por empresas, especialmente pymes y autónomos con domicilio fiscal en La Rioja.

Colectivos y grupos de interés para los objetivos específicos señalados en la Agenda para la Población 2030.

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	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2017/00100	Otros	Publicidad institucional	2017/0463667	
1 Director de Gabinete	Mario Martínez Fernández / Visto Bueno.		03/11/2017 16:55:06	
2 Consejera	Begoña Martínez Arregui		07/11/2017 12:32:27	
3 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: GMJWXHWA3DVN2AN Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion			07/11/2017 12:32:30	



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

5.1. Emisor de la campaña

Al tratarse de un reto de la comunidad autónoma, la campaña de publicidad se circunscribe al tipo de campañas institucionales, por lo que el emisor de la campaña será la **Comunidad Autónoma de La Rioja**.

5.2. Lenguaje

Las características del tono informativo definen el uso de verbos de acción en la publicidad institucional de la Comunidad Autónoma 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 y de la participación colectiva en este reto.

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.

5.3. Programa gráfico a aplicar en la campaña de publicidad

La Agenda para la Población 2030 constituye un reto de la comunidad autónoma, por lo que las acciones de comunicación externa deberán tener como marca la territorial de La Rioja. Esto es, la marca Comunidad de La Rioja.

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	
00848-2017/00100	Otros	Publicidad institucional	2017/0463667	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Director de Gabinete		Mario Martínez Fernández / Visto Bueno.	03/11/2017 16:55:06	
2 Consejera		Begoña Martínez Arregui	07/11/2017 12:32:27	
3 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: GMJWXHWA3DVN2AN Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion			07/11/2017 12:32:30	



Descarga la marca

Accede a las descargas de la marca Comunidad Autónoma de La Rioja

www.larioja.org/comunidad/es/identidad-grafica

Cuando el emisor es la Comunidad Autónoma de La Rioja, y no el Gobierno de La Rioja, no existe obligación de aplicar ninguno de los tres programas gráficos. Sin embargo, la Agenda para la Población 2030 ya ha definido un estilo y una personalidad gráfica, que se pretende seguir desarrollando.

6. Táctica publicitaria

La Agenda para la Población 2030 incluye un conjunto de objetivos estratégicos para articular líneas de actuación y medidas concretas que permitan su cumplimiento. El objetivo de la campaña de publicidad institucional es abrir un proceso participativo para que el mapa de públicos definido pueda remitir propuestas y sugerencias a cada uno de estos objetivos.

La amplitud y la diversidad de los objetivos estratégicos conducen a una táctica publicitaria segmentada, en la que se pueda impactar por interés y afinidad a cada uno de los grupos primarios y secundarios.

La siguiente tabla presenta un cruce entre los objetivos, los grupos objetivos y los sectores publicitarios definidos.

Objetivo estratégico	Colectivos / Grupos	Sector publicitario	Sector publicitario
Apoyo a las familias y la natalidad	Mujeres	Medios convencionales	Prensa escrita
	Asociaciones de mujeres		Radio
	Infancia	Medios no convencionales	Medios digitales de carácter temático
	Colectivos de infancia y adolescencia	Acciones digitales	Mailing
	Familias numerosas		Publicaciones orgánicas en redes sociales
	Colectivos de familia		

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00100	Otros	Publicidad institucional	2017/0463667
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Director de Gabinete	Mario Martínez Fernández / Visto Bueno.	03/11/2017 16:55:06
2	Consejera	Begoña Martínez Arregui	07/11/2017 12:32:27
3	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: GMJWXHWA3DVN2AN Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion		07/11/2017 12:32:30



Emancipación juvenil	Asociaciones juveniles Jóvenes	Acciones digitales	Medios digitales Redes sociales
Interculturalidad	Inmigrantes Asociaciones de inmigrantes	Medios no convencionales	Mailing
Retorno voluntario	Jóvenes Asociaciones juveniles Comunidad riojana en el exterior	Acciones digitales	Redes sociales
		Medios convencionales	Medios digitales
		Medios no convencionales	Mailing
Desarrollo y despoblamiento territorial	Administraciones locales Asociaciones y entidades locales Organizaciones económicas Sector privado	Medios convencionales	Prensa escrita local y comarcal Radio generalista local y comarcal Publicidad exterior
		Medios no convencionales	Mailing
Envejecimiento activo	Mayores Asociaciones de mayores	Medios convencionales	Prensa escrita regional
		Medios no convencionales	Mailing

6.1. Duración de la campaña publicitaria

La duración de la campaña contempla 7 días: desde el 8 al 14 de noviembre.

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	
00848-2017/00100	Otros	Publicidad institucional	2017/0463667	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1 Director de Gabinete		Mario Martínez Fernández / Visto Bueno.	03/11/2017 16:55:06	
2 Consejera		Begoña Martínez Arregui	07/11/2017 12:32:27	
3 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: GMJWXHWA3DVN2AN Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion			07/11/2017 12:32:30	



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	Chimenea	5	100x327 mm	8, 9, 10, 13 y 14 de noviembre
Diario La Rioja	9.007 ejemplares	45.035 ejemplares	Chimenea festivo	1	100x327 mm	11 y 12 de noviembre
Noticias de La Rioja	5.218 ejemplares	26.090 ejemplares	Chimenea	5	320x101 mm	8, 9, 10, 11 y 14 de noviembre
Gente	15.733 ejemplares	15.733 ejemplares	Página completa	1	250x318 mm	10 de noviembre

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	105	Cuña 20"	Del 8 al 14 de noviembre
Cadena Cope	21.000 oyentes	147.000 oyentes	Cuña publicitaria	49	Cuña 20"	Del 8 al 14 de noviembre
Onda Cero	17.000 oyentes	119.000 oyentes	Cuña publicitaria	105	Cuña 20"	Del 8 al 14 de noviembre

Radios locales y comarcales auditadas						
Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Radio Arnedo	6.000 oyentes	42.000 oyentes	Cuña publicitaria	105	Cuña 20"	Del 8 al 14 de noviembre

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00100	Otros	Publicidad institucional	2017/0463667
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Director de Gabinete	Mario Martínez Fernández / Visto Bueno.	03/11/2017 16:55:06
2	Consejera	Begoña Martínez Arregui	07/11/2017 12:32:27
3	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: GMJWXHWA3DVN2AN Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion		07/11/2017 12:32:30



Medios digitales						
Soporte	U.U. diarios	U.U. acumulados	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Larioja.com	61.200 U.U.	428.400 U.U.	Cintillo superior	7	660x60 px	Del 8 al 14 de noviembre
Rioja2.com	7.795 U.U.	54.565 U.U.	Cintillo superior	7	1140x68 px	Del 8 al 14 de noviembre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner Tempranillo	7	600x150 px	Del 8 al 14 de noviembre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner principal	7	970x90 px 728x90 px 300x90 px	Del 8 al 14 de noviembre

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 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.

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	
00848-2017/00100	Otros	Publicidad institucional	2017/0463667	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Director de Gabinete	Mario Martínez Fernández / Visto Bueno.	03/11/2017 16:55:06	
2	Consejera	Begoña Martínez Arregui	07/11/2017 12:32:27	
3	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: GMJWXHWA3DVN2AN Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion		07/11/2017 12:32:30	



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, sonoros, textuales y audiovisuales** que compondrán la campaña de publicidad institucional “Agenda para la población”, de la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

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 (50x70 cm) con la idea central de la campaña.

b) **Creatividad segmentada** y adaptada para cada uno de los ejes previstos en la táctica publicitaria, alineadas a cada mapa de públicos definidos.

c) **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.

- Redacción de cuña publicitaria para los medios radiofónicos de corte generalista.
- Diseño gráfico de creatividades para prensa escrita auditada.
- Diseño gráfico de creatividades para medios digitales.

d) Otros materiales gráficos:

- Plantilla de carta personalizada para cada grupo o asociación incluida en el plan de medios.
- Diseño y maquetación de piezas gráficas animadas para acompañar las publicaciones orgánicas previstas en las redes sociales del Gobierno: Facebook (1200x628px) y Twitter (1200x481px).
- 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. (1200x628px) [Ver un ejemplo de artículo similar.](#)

e) Otros materiales audiovisuales:

- Guionización, producción, edición y postproducción de un audiovisual para explicar el reto demográfico y los principales objetivos que promueve la Agenda para la

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 9 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00100	Otros	Publicidad institucional	2017/0463667
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Director de Gabinete	Mario Martínez Fernández / Visto Bueno.	03/11/2017 16:55:06
2	Consejera	Begoña Martínez Arregui	07/11/2017 12:32:27
3	SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: GMJWXHWA3DVN2AN Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion		07/11/2017 12:32:30



Población. El vídeo tendrá un tono persuasivo y promoverá la participación de entidades y ciudadanos en el reto demográfico.

- Videos explicativos, en formato breve y dinámico, de cada uno de los 6 objetivos. Se incorporarán infografías animadas para representar los principales datos del diagnóstico. Estos vídeos deberán tener también versiones adaptadas para las redes sociales de Youtube, Facebook y Twitter.

7.4. Oferta económica

El importe máximo de la propuesta económica no deberá superar los **5.000 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**.

7.5. 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.

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	
00848-2017/00100	Otros	Publicidad institucional	2017/0463667	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete	Mario Martínez Fernández / Visto Bueno.		03/11/2017 16:55:06	
2 Consejera	Begoña Martínez Arregui		07/11/2017 12:32:27	
3 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: GMJWXHWA3DVN2AN			Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion 07/11/2017 12:32:30	



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.

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. 11 / 11
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00100	Otros	Publicidad institucional	2017/0463667	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Director de Gabinete	Mario Martínez Fernández / Visto Bueno.		03/11/2017 16:55:06	
2 Consejera	Begoña Martínez Arregui		07/11/2017 12:32:27	
3 SELLADO ELECTRÓNICAMENTE por Gobierno de La Rioja con CSV: GMJWXHWA3DVN2AN Dirección de verificación: http://www.larioja.org/verificacion			07/11/2017 12:32:30	