



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

PLAN ANUAL DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

AÑO 2025

AYUNTAMIENTO DE LOGROÑO



Logroño



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025



Actualizar tabla...

PRESENTACIÓN.....	→	2
1.-INTRODUCCIÓN.....	→	3
2.-PLAN-PUBLICIDAD-INSTITUCIONAL.....	→	4
2.1.OBJETIVOS-GENERALES-Y-ESPECÍFICOS.....	→	5
2.1.1-Objetivos-generales.....	→	5
2.1.2-Objetivos-específicos.....	→	5
2.1.3-Normas-de-identidad-gráfica-corporativa.....	→	6
3.-LAS-CAMPAÑAS-DE-PUBLICIDAD-DE-2025.....	→	7-25
4.-PATROCINIOS-INSTITUCIONALES.....	→	26-29
5.-FINANCIACIÓN-DE-LA-PUBLICIDAD-INSTITUCIONAL.....	→	30-34

.....Salto de página.....



PRESENTACIÓN.

El Plan de Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Logroño es el segundo de los que se elabora en el vigente mandato, y es el marco en el que se encuadrará la actuación publicitaria de la Administración Local para el año 2025, tal y como señala la Ley 7/2017, de 22 de mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional, que representa el marco normativo en el que se desarrolla la política de comunicación y de publicidad del Ayuntamiento de Logroño, como municipio de más de 5.000 habitantes.

Este texto programático, en cuya redacción ha colaborado la D.G. de Alcaldía, pretende orientar la comunicación hacia el servicio público, la transparencia, la veracidad y la objetividad.

En el Plan se recogen los objetivos de la estrategia publicitaria del Ayuntamiento de Logroño para 2025. El principal, lógicamente, es dar visibilidad a las iniciativas y ejes estratégicos del Ayuntamiento de Logroño. Pero también, la necesidad de rentabilizar lo invertido de la mejor manera posible. Se trata de dar un paso más en la política de comunicación del Ayuntamiento de Logroño, contando con la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional como herramienta, mediante una acción de comunicación coordinada entre todas las unidades de esta Administración Local.

En definitiva, esta Ley configura un comportamiento corporativo a los entes públicos en sus procesos comunicativos, a través de un conjunto de principios, prohibiciones y obligaciones.

También genera nuevos derechos de ciudadanía: se puede solicitar el cese o la rectificación de las campañas publicitarias si estas incumplen el contenido de la Ley.

El Gabinete de Alcaldía tendrá la coordinación de las diferentes campañas publicitarias y patrocinios elaborados por la diferentes Unidades. El Plan se mantendrá vivo. De esa vida, de la escucha permanente a los profesionales de la comunicación y de la sociedad riojana, y de su evaluación, serán las mejoras que se puedan proponer para elaborar los planes futuros.

Gabinete de Alcaldía
Ayuntamiento de Logroño



1. INTRODUCCIÓN.

El derecho a la información representa una piedra angular del Estado democrático y su pleno desarrollo es garantía de las democracias más avanzadas. Su ejercicio favorece la promoción del resto de los derechos fundamentales. Una ciudadanía bien informada se presenta como una sociedad crítica y activa para desarrollar el resto de los derechos económicos, sociales, civiles y medioambientales.

El artículo séptimo del Estatuto de Autonomía de La Rioja reconoce a los ciudadanos de La Rioja la titularidad de los derechos y deberes fundamentales establecidos en la Constitución, correspondiendo a los poderes autonómicos *“promover las condiciones para que la libertad y la igualdad de los grupos en que se integran sean reales y efectivas, asíd como remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud, facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social”*. La agenda política de cualquier poder ejecutivo está compuesta por un conjunto de iniciativas que se ponen a disposición de la ciudadanía para que aquellas personas que encuentren dificultades y obstáculos puedan superarlos y así ayudar a lograr una integración plena en la vida en comunidad. Precisamente, es el conocimiento de estas iniciativas, de la toma de decisiones y del funcionamiento de la Administración lo que determina el necesario impulso del derecho a la información.

La Ley de Bases de Régimen Local 7/85, 2 de abril, establece en su artículo 2:

“1. Para la efectividad de la autonomía garantizada constitucionalmente a las entidades locales, la legislación del Estado y la de las Comunidades Autónomas, reguladora de los distintos sectores de acción pública, según la distribución constitucional de competencias, deberá asegurar a los Municipios, las Provincias y las Islas su derecho a intervenir en cuantos asuntos afecten directamente al círculo de sus intereses, atribuyéndoles las competencias que proceda en atención a las características de la actividad pública de que se trate y a la capacidad de gestión de la Entidad Local, de conformidad con los principios de descentralización, proximidad, eficacia y eficiencia, y con estricta sujeción a la normativa de estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera.

2. Las Leyes básicas del Estado previstas constitucionalmente deberán determinar las competencias que ellas mismas atribuyan o que, en todo caso, deban corresponder a los entes locales en las materias que regulen.”

En cualquier estrategia de comunicación institucional se formula el fortalecimiento y el desarrollo del derecho a la información como el gran objetivo a alcanzar, garantizando el acceso universal a la información de cualquier ciudadano, independientemente de sus circunstancias.

La política pública de comunicación lleva implícitos un conjunto de objetivos, líneas y acciones; y se emplean diferentes fórmulas comunicativas.

Con ellas se pretende llegar al ciudadano y conectar con sus necesidades y demandas. Entre estas fórmulas también se encuentra la publicidad institucional. La publicidad exige un mayor esfuerzo de transparencia, eficacia y eficiencia, y más profesionalidad, en la medida en que, a



través de ella, se establecen diferentes relaciones económicas con los intermediarios mediáticos, creativos y de las artes gráficas para emitir mensajes institucionales y llegar a los ciudadanos. A diferencia de otras expresiones comunicativas, el uso de los recursos económicos es más evidente en la publicidad. En este mandato, el Ayuntamiento de Logroño se basa en un modelo de publicidad institucional compuesto por tres dimensiones diferentes:

- La dimensión normativa, expresada a través de la Ley 7/2017, de 22 de mayo, de Comunicación y de Publicidad Institucional.
- La dimensión de planificación y organizativa, recogida a través del Plan anual de publicidad institucional.
- La dimensión operativa y en la rendición de cuentas y la evaluación de toda la actividad publicitaria del Ayuntamiento de Logroño.



2. EL INSTRUMENTO DE PLANIFICACIÓN DE LA PUBLICIDAD DEL AYUNTAMIENTO DE LOGROÑO.

El Plan anual de publicidad institucional, que tramitará el Gabinete de Alcaldía, a quien corresponden las competencias, recoge las campañas de publicidad y patrocinios institucionales que el Ayuntamiento de Logroño prevea realizar durante el año presupuestario. Este plan debe ser aprobado por la Junta de Gobierno Local del Ayuntamiento de Logroño, y remitido al Pleno para el conocimiento de los concejales que lo componen.

La Ley autonómica de Comunicación y Publicidad Institucional determina que las campañas publicitarias tendrán como objetivos los de informar, promover o difundir algunas de las siguientes cuestiones:

- Conocimiento de los valores y principios constitucionales y estatutarios.
- Derechos y obligaciones de los ciudadanos o grupos de ciudadanos.
- Disposiciones jurídicas, que, por su novedad o repercusión social, aconsejen medidas complementarias para su conocimiento general.
- Los programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social
- Los servicios que se presentan y las actividades que desarrollan las administraciones anunciantes, su funcionamiento, y las condiciones de acceso y uso.
- Los valores, las señas de identidad o cualidades del territorio o de la población de la administración anunciante.
- La adopción de medidas de orden o seguridad pública cuando afecten a una pluralidad de personas destinatarias. Así como las medidas que contribuyan a la prevención de riesgos y protección de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas y el patrimonio natural.
- El apoyo a sectores económicos, promover la comercialización de productos, atraer inversiones, así como el fomento del turismo.
- Difundir la cultura y el patrimonio histórico de la Ciudad de Logroño

Del mismo modo, la Ley regula que no se podrán promover o contratar campañas de publicidad institucional:

- Que tengan como finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados por el Ayuntamiento de Logroño, los organismos públicos y las fundaciones, consorcios y empresas públicas.
- Que manifiestamente menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder público en el ejercicio de sus competencias.
- Que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales y estatutarios.
- Que inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico.

El marco legislativo determina el contenido de este plan de publicidad, obligando a la



Administración local a recoger, de cada una de las campañas que prevé contratar en el año en curso, la siguiente información:

- El objetivo de cada campaña.
- El coste previsible.
- El periodo de ejecución.
- Los canales de comunicación que se prevea utilizar.
- Los públicos objetivos.
- Los organismos y entidades afectadas, en su caso.

Esta información está recogida en las Fichas Básicas de Campañas Publicitarias que se pueden consultar en este Plan.

La Ley 7/2017, de 22 de mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional atribuye un conjunto de objetivos generales para el plan de publicidad como principal instrumento de planificación de la actividad publicitaria del Ayuntamiento de Logroño. A estos objetivos generales, que se detallan a continuación, se suman otros de carácter específico determinados por el Gabinete de Alcaldía en el diseño del plan anual para 2025.

2.1. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS.

2.1.1. Objetivos generales del Plan como instrumento (determinados por la Ley)

- Recoger todas las campañas de publicidad institucional que se prevea desarrollar por el Ayuntamiento de Logroño, con indicaciones necesarias sobre el objeto de la campaña, el coste previsible, el plazo de ejecución, los canales de comunicación que se prevean utilizar, los públicos objetivos y los organismos y entidades emisoras.
- Incluir los fines u objetivos corporativos que, en su caso, deberán estar presentes en las diferentes campañas de publicidad.
- Establecer las pautas de identidad gráfica corporativa a las que deben sujetarse las campañas de publicidad institucional.

2.1.2. Objetivos específicos del plan de 2025

- Mejorar la planificación en la contratación publicitaria del Ayuntamiento de Logroño.
- La objetividad y veracidad en el contenido informativo.
- La orientación al servicio público, haciendo que prevalezca la utilidad pública.
- Mejorar la transparencia en los medios utilizados y en el contenido de la acción comunitaria, el estímulo de la participación y la búsqueda de la colaboración con los diferentes agentes implicados en la acción comunitaria.
- La claridad en el contenido informativo, así como en la existencia de elementos identificativos suficientemente claros para no inducir a confusión sobre su origen.
- La creatividad en el desarrollo de los proyectos publicitarios, y en especial su capacidad



para adaptar la acción comunitaria a los objetivos predeterminados.

- La efectividad y profesionalidad en la gestión de la comunicación, mediante la normalización de procedimientos de planificación y evaluación
- La pluralidad en los medios y soportes utilizados.
- El fomento del periodismo ético y el respeto de los códigos deontológicos de la profesión, en especial en lo referido a las garantías de la necesaria independencia u equidad en el desempeño de la actividad periodística.
- El respeto de los códigos deontológicos de los propios medios, en especial en lo relativo a la prohibición de anuncios de prostitución.
- La protección de la dignidad de las personas y los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente los recogidos en los artículos 18 y 20, apartado 4, de la Constitución Española.
- El impulso de las nuevas tecnologías de la comunicación, para que los contenidos de publicidad institucional puedan llegar a las personas de forma eficaz y accesible.
- La objetividad en el reparto del presupuesto publicitario entre los medios de comunicación, teniendo en cuenta las diferentes fuentes y estudios de audiencias disponibles (EGM, OJD, OJD Interactive, Comscore, etc).
- Optimizar la inversión publicitaria del Ayuntamiento de Logroño.
- Negociar la presencia publicitaria de las campañas del Ayuntamiento de Logroño con los soportes más utilizados en esas campañas para conseguir la máxima optimización de la inversión pública realizada.
- Equilibrar la inversión entre soportes.

2.1.3. Normas de identidad gráfica corporativa

El artículo 9.5 de la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional establece que: «... el plan incluirá [...] las pautas de identidad gráfica corporativa a las que deben sujetarse, y en todo caso la identificación de la campaña como institucional.» Para este fin, Junta de Gobierno Local aprobó, con fecha 23 de diciembre de 2020, el nuevo Logotipo gráfico de Publicidad Institucional del Ayuntamiento de Logroño, que se actualizó a lo largo del año 2021, recoge el conjunto de normas, instrucciones y criterios de identidad gráfica que regirán en la publicidad institucional del Ayuntamiento de Logroño y que deberán cumplirse cualquiera que sea el formato y/o el soporte empleado, siempre bajo la supervisión del Gabinete de Alcaldía, máximo responsable de velar por el cumplimiento de esos u otros criterios necesarios para las campañas.



3. LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD DE 2025.

El plan de publicidad para 2025 está compuesto por 18 campañas de publicidad.

La inversión de las campañas publicitarias del Ayuntamiento de Logroño, incluyendo creación y difusión de las mismas, asciende a 553.607,99 euros.

En la información económica de este plan, la estimación previa de la inversión publicitaria agrupa en una misma cifra económica la actividad completa correspondiente a una campaña de publicidad institucional:

Listado de campañas:

CODIGO	NOMBRE DE CAMPAÑA	UNIDAD	PPTO. ESTIMADO
CP/25/001	Sensibilización e información sobre recogida de residuos	Medio Ambiente	210.000 €
CP/25/002	Sensibilización e información sobre limpieza y residuos	Medio Ambiente	125.000 €
CP/25/003	Tenencia responsable de animales	Medio Ambiente	25.000 €
CP/25/004	Campaña de difusión sobre la cercanía de los Centros de Servicios Sociales	Servicios Sociales	20.000 €
CP/25/005	Implantación en rees	Servicios Sociales	5.000 €
CP/25/006	Campaña publicitaria sobre la sensibilización de las agresiones sexistas	Igualdad	6.000 €
CP/25/007	Escolarización escuelas infantiles	Educación	1.500 €
CP/25/008	Promoción de actividades artísticas de la unidad de Juventud y difusión de las jornadas técnicas	Juventud	5.000 €
CP/25/009	Difusión publicitaria en medios de comunicación programación teatral en 2025 en el Teatro Bretón	Teatro Bretón	40.000 €
CP/25/010	Campaña difusión ocio en el Balcón de Mateo	Comunicación a los ciudadanos	7.865 €
CP/25/011	Plan medios retransmisiones en televisión	Comunicación a los ciudadanos	30.000 €
CP/25/012	Campaña Publicitaria San Mateo 2025	Comunicación a los ciudadanos	25.000 €
CP/25/013	Campaña Publicitaria San Bernabé 2025	Comunicación a los ciudadanos	20.000 €
CP/25/014	Difusión Publicitaria en la Guía Go	Comunicación a los ciudadanos	5.929 €



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/015	Anuario 2024	Comunicación a los ciudadanos	1.815 €
CP/25/016	Logroño 2050	Comunicación a los ciudadanos	15.000 €
CP/25/017	Campaña de Buena Fuente	Comunicación a los ciudadanos	8.500 €
CP/25/018	Programa especial Virgen de la Esperanza	Comunicación a los ciudadanos	1.998,99 €
TOTAL			553.607,99 €



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

3.1.FICHAS DE PUBLICIDAD.

CP/25/001

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/25/001		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
SENSIBILIZACIÓN E INFORMACIÓN SOBRE RECOGIDA DE RESIDUOS ORGÁNICOS					
Órgano solicitante					
DG MEDIO AMBIENTE					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
Carga					
Correo-e		Ext.			
medioambiente@logrono.es					
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña		Descripción de la Campaña			
Institucional	<input type="checkbox"/>	Segunda fase (la primera se va a hacer en el el 3/4 trimestre del 24) para sensibilizar a la ciudadanía sobre la correcta segregación y gestión de residuos de materia orgánica. Está concedida una subvención del Gobierno de La Rioja			
Corporativa	<input type="checkbox"/>				
Servicio Público	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empleo y Formación	<input type="checkbox"/>				
Cultural	<input type="checkbox"/>				
Social	<input type="checkbox"/>				
Objetivos de la campaña					
Grupos objetivos de la campaña					
Ciudadanía en general					
Duración		Previsión de inicio			
Anual	<input type="checkbox"/>	Primer cuatrimestre		<input type="checkbox"/>	
Trimestral	<input type="checkbox"/>	Segundo cuatrimestre		<input type="checkbox"/>	
Determinada	<input type="checkbox"/>	Tercer cuatrimestre		<input checked="" type="checkbox"/>	
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria		<input checked="" type="checkbox"/>			
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio	<input checked="" type="checkbox"/>	Diarios digitales		<input checked="" type="checkbox"/>	
Prensa	<input type="checkbox"/>	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online		<input type="checkbox"/>	
Televisión	<input type="checkbox"/>	Redes sociales		<input checked="" type="checkbox"/>	
Publicidad exterior	<input checked="" type="checkbox"/>	Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)		<input type="checkbox"/>	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
210.000 €					



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/002

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/25/002		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
SENSIBILIZACIÓN E INFORMACIÓN SOBRE LIMPIEZA Y RESIDUOS					
Órgano solicitante					
DG MEDIO AMBIENTE					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
Carga					
Correo-e					
Ext.					
medioambiente@logrono.es					
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña		Descripción de la Campaña			
Institucional	<input type="checkbox"/>	Está previsto, en función de los presupuestos que se aprueben, la realización de diversas campañas -por temáticas- relacionadas con la limpieza y residuos: voluminosos, heces/orines de animales, etc.			
Corporativa	<input type="checkbox"/>				
Servicio Público	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empleo y Formación	<input type="checkbox"/>				
Cultural	<input type="checkbox"/>				
Social	<input type="checkbox"/>				
Objetivos de la campaña					
Grupos objetivos de la campaña					
Ciudadanía en general					
Duración		Previsión de inicio			
Anual	<input type="checkbox"/>	Primer cuatrimestre		<input type="checkbox"/>	
Trimestral	<input type="checkbox"/>	Segundo cuatrimestre		<input checked="" type="checkbox"/>	
Determinada	<input checked="" type="checkbox"/>	Tercer cuatrimestre		<input checked="" type="checkbox"/>	
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria		<input checked="" type="checkbox"/>			
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio	<input checked="" type="checkbox"/>	Diarios digitales		<input checked="" type="checkbox"/>	
Prensa	<input type="checkbox"/>	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online		<input type="checkbox"/>	
Televisión	<input type="checkbox"/>	Redes sociales		<input checked="" type="checkbox"/>	
Publicidad exterior	<input checked="" type="checkbox"/>	Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)		<input checked="" type="checkbox"/>	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
125.000,00 €					



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/003

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/25/003		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
TENENCIA RESPONSABLE DE ANIMALES					
Órgano solicitante					
DG MEDIO AMBIENTE					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
Carga					
		Correo-e		Ext.	
		medioambiente@logrono.es			
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña		Descripción de la Campaña			
Institucional		<input type="checkbox"/>			
Corporativa		<input type="checkbox"/>			
Servicio Público		<input checked="" type="checkbox"/>			
Empleo y Formación		<input type="checkbox"/>			
Cultural		<input type="checkbox"/>			
Social		<input type="checkbox"/>			
Objetivos de la campaña					
Grupos objetivos de la campaña					
Ciudadanía en general					
Duración		Previsión de inicio			
Anual		<input type="checkbox"/>		Primer cuatrimestre	
Trimestral		<input type="checkbox"/>		Segundo cuatrimestre	
Determinada		<input checked="" type="checkbox"/>		Tercer cuatrimestre	
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria		<input checked="" type="checkbox"/>			
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio		<input type="checkbox"/>		Diarios digitales	
Prensa		<input type="checkbox"/>		Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	
Televisión		<input type="checkbox"/>		Redes sociales	
Publicidad exterior		<input checked="" type="checkbox"/>		Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
25.000,00 €					



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/004

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/24/004		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
CAMPAÑA DE DIFUSIÓN SOBRE LA CERCANÍA DE LOS CENTROS DE SERVICIOS SOCIALES					
Órgano solicitante					
UNIDAD DESERVICIOS SOCIALES					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
Cristina Estenaga Glera					
Cargo		Correo-e		Ext.	
Jefa de la Unidad de SS		cestenaga@logrono.es		81164	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña		Descripción de la Campaña			
Institucional	<input checked="" type="checkbox"/>	Soporte de marketing y comunicación			
Corporativa	<input type="checkbox"/>				
Servicio Público	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empleo y Formación	<input type="checkbox"/>				
Cultural	<input type="checkbox"/>				
Social	<input type="checkbox"/>				
Objetivos de la campaña					
Que la ciudadanía general conozca cuál es su centro de servicios sociales y lo que podemos ofrecerle visibilizando la intervención que se realiza					
Grupos objetivos de la campaña					
Se estandarizará la celebración de los 30-35-40 aniversarios de los centros de servicios sociales. También incluirá la celebración de los Días Internacionales					
Duración		Previsión de inicio			
Anual	<input checked="" type="checkbox"/>	Primer cuatrimestre		<input type="checkbox"/>	
Trimestral	<input type="checkbox"/>	Segundo cuatrimestre		<input type="checkbox"/>	
Determinada	<input checked="" type="checkbox"/>	Tercer cuatrimestre		<input type="checkbox"/>	
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria		<input checked="" type="checkbox"/>			
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio	<input checked="" type="checkbox"/>	Diarios digitales		<input checked="" type="checkbox"/>	
Prensa	<input checked="" type="checkbox"/>	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online		<input checked="" type="checkbox"/>	
Televisión	<input checked="" type="checkbox"/>	Redes sociales		<input checked="" type="checkbox"/>	
Publicidad exterior	<input type="checkbox"/>	Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)		<input type="checkbox"/>	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
10.000,00 €					



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/005

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/24/005		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
IMPLANTACIÓN EN REDES					
Órgano solicitante					
SERVICIOS SOCIALES					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
Cristina Estenaga Glera					
Cargo		Correo-e		Ext.	
JEFA DE LA UNIDAD DE SS		cestenaga@logrono.es		81164	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña		Descripción de la Campaña			
Institucional		<input checked="" type="checkbox"/>		Gestión de redes sociales	
Corporativa		<input type="checkbox"/>			
Servicio Público		<input checked="" type="checkbox"/>			
Empleo y Formación		<input type="checkbox"/>			
Cultural		<input type="checkbox"/>			
Social		<input type="checkbox"/>			
Objetivos de la campaña					
Divulgar entre los distintos colectivos los programas y proyectos sociales a través de las redes sociales más cercanas al colectivo realizando el mantenimiento periódico que permita informar y sensibilizar ininterrumpidamente					
Grupos objetivos de la campaña					
Duración		Previsión de inicio			
Anual		<input checked="" type="checkbox"/>		Primer cuatrimestre	
Trimestral		<input type="checkbox"/>		Segundo cuatrimestre	
Determinada		<input checked="" type="checkbox"/>		Tercer cuatrimestre	
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria		<input checked="" type="checkbox"/>			
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio		<input type="checkbox"/>		Diarios digitales	
Prensa		<input type="checkbox"/>		Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	
Televisión		<input type="checkbox"/>		Redes sociales	
Publicidad exterior		<input type="checkbox"/>		Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
5.000,00 €					



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/006

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/24/006		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
CAMPAÑA PUBLICITARIA DE SENSIBILIZACIÓN CONTRA LAS AGRESIONES SEXISTAS					
Órgano solicitante					
IGUALDAD					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
JESÚS ESTEBAN LÓPEZ					
Cargo		Correo-e		Ext.	
D.G. FAMILIA, S.S. Y DISCAPACIDAD		jesteban@logrono.es		81124	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña		Descripción de la Campaña			
Institucional		<input checked="" type="checkbox"/>		ELABORACIÓN DE IMAGEN CONTRA LAS AGRESIONES SEXISTAS Y ELABORACIÓN DE CARTELES Y FOLLETOS EXPLICATIVOS ASÍ COMO DE DIVERSO MATERIAL PARA SU UTILIZACIÓN EN LOS PUNTOS VIOLETA	
Corporativa		<input type="checkbox"/>			
Servicio Público		<input type="checkbox"/>			
Empleo y Formación		<input type="checkbox"/>			
Cultural		<input type="checkbox"/>			
Social		<input checked="" type="checkbox"/>			
Objetivos de la campaña					
Concienciación y formación					
Grupos objetivos de la campaña					
Público en general con especial incidencia en los Jóvenes					
Duración		Previsión de inicio			
Anual		<input checked="" type="checkbox"/>		Primer cuatrimestre	
Trimestral		<input type="checkbox"/>		Segundo cuatrimestre	
Determinada		<input type="checkbox"/>		Tercer cuatrimestre	
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria		<input checked="" type="checkbox"/>			
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio		<input type="checkbox"/>		Diarios digitales	
Prensa		<input checked="" type="checkbox"/>		Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	
Televisión		<input type="checkbox"/>		Redes sociales	
Publicidad exterior		<input checked="" type="checkbox"/>		Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
6.000,00 €					



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/007

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/24/007		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
ESCOLARIZACIÓN ESCUELAS INFANTILES					
Órgano solicitante					
EDUCACIÓN					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
ELENA DEL CAMPO NOGUERADO					
Cargo		Correo-e		Ext.	
JEFE SECCIÓN EDUCACIÓN		edelcampon@logrono.es		81142	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña		Descripción de la Campaña			
Institucional	<input type="checkbox"/>				
Corporativa	<input type="checkbox"/>				
Servicio Público	<input checked="" type="checkbox"/>				
Empleo y Formación	<input type="checkbox"/>				
Cultural	<input type="checkbox"/>				
Social	<input type="checkbox"/>				
Objetivos de la campaña					
Dar a conocer las Escuelas Infantiles Municipales para poder cubrir el máximo número plazas					
Grupos objetivos de la campaña					
Menores de 0 a 3 años					
Duración		Previsión de inicio			
Anual	<input checked="" type="checkbox"/>	Primer cuatrimestre		<input checked="" type="checkbox"/>	
Trimestral	<input type="checkbox"/>	Segundo cuatrimestre		<input type="checkbox"/>	
Determinada	<input type="checkbox"/>	Tercer cuatrimestre		<input type="checkbox"/>	
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria		<input checked="" type="checkbox"/>			
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio	<input type="checkbox"/>	Diarios digitales		<input type="checkbox"/>	
Prensa	<input type="checkbox"/>	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online		<input type="checkbox"/>	
Televisión	<input type="checkbox"/>	Redes sociales		<input type="checkbox"/>	
Publicidad exterior	<input type="checkbox"/>	Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)		<input type="checkbox"/>	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
1.500,00 €					



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/008

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/24/008		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
PROMOCIÓN DE LAS ACTIVIDADES ARTÍSTICAS DE LA UNIDAD DE JUVENTUD Y DIFUSIÓN DE JORNADAS TÉCNICAS					
Órgano solicitante					
JUVENTUD					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
ALBERTO MARTÍNEZ RUBIO					
Cargo		Correo-e		Ext.	
JEFE DE LA UNIDAD DE INFANCIA Y JUVENTUD		amartinezr@logrono.es		81150	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña		Descripción de la Campaña			
Institucional	<input checked="" type="checkbox"/>	DIFUNDIR A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, CONTRATACIÓN EN REDES SOCIALES Y A TRAVÉS DE GUIAS IMPRESAS LAS ACTIVIDADES ARTÍSTICAS DE LA UNIDAD DE JUVENTUD: ARTEFACTO, DESENCHUFADOS, BARULLO FEST, NAVIDAD, CONCIERTOS PARRILLA Y JORNADAS DEL OBSERVATORIO DE LA JUVENTUD.			
Corporativa	<input checked="" type="checkbox"/>				
Servicio Público	<input type="checkbox"/>				
Empleo y Formación	<input type="checkbox"/>				
Cultural	<input checked="" type="checkbox"/>				
Social	<input type="checkbox"/>				
Objetivos de la campaña					
Dar a conocer los programas artísticos y musicales, fundamentalmente al público joven					
Grupos objetivos de la campaña					
Jóvenes					
Duración		Previsión de inicio			
Anual	<input type="checkbox"/>	Primer cuatrimestre		<input checked="" type="checkbox"/>	
Trimestral	<input type="checkbox"/>	Segundo cuatrimestre		<input type="checkbox"/>	
Determinada	<input checked="" type="checkbox"/>	Tercer cuatrimestre		<input type="checkbox"/>	
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria		<input checked="" type="checkbox"/>			
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio	<input type="checkbox"/>	Diarios digitales		<input checked="" type="checkbox"/>	
Prensa	<input checked="" type="checkbox"/>	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online		<input checked="" type="checkbox"/>	
Televisión	<input type="checkbox"/>	Redes sociales		<input checked="" type="checkbox"/>	
Publicidad exterior	<input checked="" type="checkbox"/>	Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)		<input checked="" type="checkbox"/>	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
5.000,00 €					



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/009

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/25/009		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
DIFUSIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS COMUNICACIÓN PROGRAMACIÓN TEATRAL 2025 EN EL TEATRO BRETÓN					
Órgano solicitante					
TEATRO BRETÓN					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
Iratxe Palacio García					
Cargo		Correo-e		Ext.	
Técnico de Admón. Especial		ipalacio@logrono.es		55221	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña		Descripción de la Campaña			
Institucional	<input type="checkbox"/>	Diseño e impresión de las revistas "EL BRETÓN" para el Primer semestre y Segundo semestre de 2025. Diseño e impresión de la revista del 46 Festival de Teatro de Logroño. Resto de soportes divulgativos (carteles, mupis, pantallas digitales, programas de mano, banners digitales) del Teatro Bretón.			
Corporativa	<input type="checkbox"/>				
Servicio Público	<input type="checkbox"/>				
Empleo y Formación	<input type="checkbox"/>				
Cultural	<input checked="" type="checkbox"/>				
Social	<input type="checkbox"/>				
Objetivos de la campaña					
Dar a conocer las actividades desarrolladas en el Teatro Bretón durante la temporada teatral 2025-2026.					
Grupos objetivos de la campaña					
Población en general. Población interesada en cultura y ocio.					
Duración		Previsión de inicio			
Anual	<input checked="" type="checkbox"/>	Primer cuatrimestre		<input checked="" type="checkbox"/>	
Trimestral	<input type="checkbox"/>	Segundo cuatrimestre		<input type="checkbox"/>	
Determinada	<input type="checkbox"/>	Tercer cuatrimestre		<input type="checkbox"/>	
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria		<input type="checkbox"/>			
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio	<input type="checkbox"/>	Diarios digitales		<input type="checkbox"/>	
Prensa	<input type="checkbox"/>	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online		<input type="checkbox"/>	
Televisión	<input type="checkbox"/>	Redes sociales		<input type="checkbox"/>	
Publicidad exterior	<input type="checkbox"/>	Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)		<input checked="" type="checkbox"/>	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
40.000,00 €					



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/010

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/25/010		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE OCIO EN EL BalcÓN DE MATEO					
Órgano solicitante					
GABINETE DE PRENSA					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
Santiago Ruiz Gómez					
Cargo		Correo-e		Ext.	
Jefe de Gabinete de Alcaldía		sruiz@logrono.es		41026	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña			Descripción de la Campaña		
Institucional <input type="checkbox"/>			Conseguir que nuestra información llegue, en concreto, a un target familiar		
Corporativa <input type="checkbox"/>					
Servicio Público <input type="checkbox"/>					
Empleo y Formación <input type="checkbox"/>					
Cultural <input checked="" type="checkbox"/>					
Social <input checked="" type="checkbox"/>					
Objetivos de la campaña					
<ul style="list-style-type: none"> - Que las actividades programadas por el Ayuntamiento lleguen a las familias logroñesas. - Que utilicen el tiempo de ocio de forma sana y responsable. - Fomentar la participación en actividades de ocio municipales. 					
Grupos objetivos de la campaña					
Familias y niños					
Duración			Previsión de inicio		
Anual <input checked="" type="checkbox"/>			Primer cuatrimestre		<input type="checkbox"/>
Trimestral <input type="checkbox"/>			Segundo cuatrimestre		<input type="checkbox"/>
Determinada <input type="checkbox"/>			Tercer cuatrimestre		<input type="checkbox"/>
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria			<input type="checkbox"/>		
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio <input type="checkbox"/>			Diarios digitales		<input checked="" type="checkbox"/>
Prensa <input type="checkbox"/>			Motores de búsqueda, blogs y publicidad online		<input type="checkbox"/>
Televisión <input type="checkbox"/>			Redes sociales		<input type="checkbox"/>
Publicidad exterior <input type="checkbox"/>			Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)		<input type="checkbox"/>
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
7.865,00 €					



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/011

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/25/011		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
PLAN MEDIOS RETRANSMISIONES ACTOS FESTIVOS					
Órgano solicitante					
GABINETE DE PRENSA					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
Santiago Ruiz Gómez					
Cargo		Correo-e		Ext.	
Jefe de Gabinete de Alcaldía		sruiz@logrono.es		41026	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña		Descripción de la Campaña			
Institucional		<input checked="" type="checkbox"/>		Retransmisión de la Llegada de los Reyes Magos, Cabalgata de Reyes, Carnaval, Programa especial Carnaval, Ofrenda Flores San Bernabé y Cohete San Mateo.	
Corporativa		<input checked="" type="checkbox"/>			
Servicio Público		<input type="checkbox"/>			
Empleo y Formación		<input type="checkbox"/>			
Cultural		<input type="checkbox"/>			
Social		<input type="checkbox"/>			
Objetivos de la campaña					
Retransmisión de eventos de especial relevancia para que pueden ser seguidos por los ciudadanos a través de la televisión					
Grupos objetivos de la campaña					
Todos los ciudadanos de Logroños					
Duración		Previsión de inicio			
Anual		<input type="checkbox"/>		Primer cuatrimestre	
Trimestral		<input type="checkbox"/>		Segundo cuatrimestre	
Determinada		<input checked="" type="checkbox"/>		Tercer cuatrimestre	
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria		<input type="checkbox"/>			
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio		<input type="checkbox"/>		Diarios digitales	
Prensa		<input type="checkbox"/>		Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	
Televisión		<input checked="" type="checkbox"/>		Redes sociales	
Publicidad exterior		<input type="checkbox"/>		Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
30.000,00 €					



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/012

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/24/012		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
CAMPAÑA PUBLICITARIA SAN MATEO 2025					
Órgano solicitante					
GABINETE DE PRENSA					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
Santiago Ruiz Gómez					
Cargo		Correo-e		Ext.	
Jefe de Gabinete de Alcaldía		sruiz@logrono.es		41026	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña			Descripción de la Campaña		
Institucional <input checked="" type="checkbox"/>			Campaña publicitaria de las fiestas de San Mateo 2024		
Corporativa <input checked="" type="checkbox"/>					
Servicio Público <input type="checkbox"/>					
Empleo y Formación <input type="checkbox"/>					
Cultural <input type="checkbox"/>					
Social <input type="checkbox"/>					
Objetivos de la campaña					
Dar a conocer las fiestas de San Mateo 2024					
Grupos objetivos de la campaña					
Todos los ciudadanos de Logroño y alrededores					
Duración			Previsión de inicio		
Anual <input type="checkbox"/>			Primer cuatrimestre		<input type="checkbox"/>
Trimestral <input type="checkbox"/>			Segundo cuatrimestre		<input type="checkbox"/>
Determinada <input checked="" type="checkbox"/>			Tercer cuatrimestre		<input checked="" type="checkbox"/>
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria			<input type="checkbox"/>		
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio <input checked="" type="checkbox"/>		Diarios digitales		<input checked="" type="checkbox"/>	
Prensa <input checked="" type="checkbox"/>		Motores de búsqueda, blogs y publicidad online		<input type="checkbox"/>	
Televisión <input type="checkbox"/>		Redes sociales		<input type="checkbox"/>	
Publicidad exterior <input type="checkbox"/>		Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)		<input type="checkbox"/>	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
25.000,00 €					



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/013

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/25/013		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
CAMPAÑA PUBLICITARIA SAN BERNABÉ 2025					
Órgano solicitante					
GABINETE DE PRENSA					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
Santiago Ruiz Gómez					
Cargo		Correo-e		Ext.	
Jefe de Gabinete de Alcaldía		sruiz@logrono.es		41026	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña		Descripción de la Campaña			
Institucional		<input checked="" type="checkbox"/>			
Corporativa		<input checked="" type="checkbox"/>			
Servicio Público		<input type="checkbox"/>			
Empleo y Formación		<input type="checkbox"/>			
Cultural		<input type="checkbox"/>			
Social		<input type="checkbox"/>			
Objetivos de la campaña					
Dar a conocer las fiestas de San Bernabé 2024					
Grupos objetivos de la campaña					
Todos los ciudadanos de Logroño y alrededores					
Duración		Previsión de inicio			
Anual		<input type="checkbox"/>		Primer cuatrimestre	
Trimestral		<input type="checkbox"/>		Segundo cuatrimestre	
Determinada		<input checked="" type="checkbox"/>		Tercer cuatrimestre	
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria		<input type="checkbox"/>			
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio		<input checked="" type="checkbox"/>		Diarios digitales	
Prensa		<input checked="" type="checkbox"/>		Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	
Televisión		<input type="checkbox"/>		Redes sociales	
Publicidad exterior		<input type="checkbox"/>		Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
20.000,00 €					



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/014

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/25/014		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
DIFUSION PUBLICITARIA EN LA GUIA GO					
Órgano solicitante					
GABINETE DE PRENSA					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
Santiago Ruiz Gómez					
Cargo		Correo-e		Ext.	
Jefe de Gabinete de Alcaldía		sruiz@logrono.es		41026	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña			Descripción de la Campaña		
Institucional <input checked="" type="checkbox"/>			Difusion publicitaria en la Guia Go durante el año 2024 5 portadas y 7 páginas.		
Corporativa <input checked="" type="checkbox"/>					
Servicio Público <input type="checkbox"/>					
Empleo y Formación <input type="checkbox"/>					
Cultural <input type="checkbox"/>					
Social <input type="checkbox"/>					
Objetivos de la campaña					
Difusión de publicidad municipal en la Guia Go en 2024					
Grupos objetivos de la campaña					
Todos los ciudadanos de Logroño y alrededores					
Duración			Previsión de inicio		
Anual <input type="checkbox"/>			Primer cuatrimestre <input type="checkbox"/>		
Trimestral <input type="checkbox"/>			Segundo cuatrimestre <input type="checkbox"/>		
Determinada <input checked="" type="checkbox"/>			Tercer cuatrimestre <input type="checkbox"/>		
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria <input type="checkbox"/>					
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio <input type="checkbox"/>			Diarios digitales <input type="checkbox"/>		
Prensa <input type="checkbox"/>			Motores de búsqueda, blogs y publicidad online <input type="checkbox"/>		
Televisión <input type="checkbox"/>			Redes sociales <input type="checkbox"/>		
Publicidad exterior <input type="checkbox"/>			Publicaciones (folletos, dípticos y otros...) <input checked="" type="checkbox"/>		
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
5.929,00					



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/015

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/25/015		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
ANUARIO 2024					
Órgano solicitante					
COMUNICACIÓN A LOS CIUDADANOS					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
Santiago Ruiz Gómez					
Cargo		Correo-e	Ext.	Funcional	Económico
		sruiz@logrono.es			
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña		Descripción de la Campaña			
Institucional	<input checked="" type="checkbox"/>	Repaso de los hitos más destacados de la ciudad de Logroño en el año 2024 desde el punto de vista del alcalde.			
Corporativa	<input type="checkbox"/>				
Servicio Público	<input type="checkbox"/>				
Empleo y Formación	<input type="checkbox"/>				
Cultural	<input type="checkbox"/>				
Social	<input type="checkbox"/>				
Objetivos de la campaña					
Grupos objetivos de la campaña					
Duración		Previsión de inicio			
Anual	<input type="checkbox"/>	Primer cuatrimestre		<input type="checkbox"/>	
Trimestral	<input type="checkbox"/>	Segundo cuatrimestre		<input type="checkbox"/>	
Determinada	<input type="checkbox"/>	Tercer cuatrimestre		<input checked="" type="checkbox"/>	
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria		<input type="checkbox"/>			
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio	<input type="checkbox"/>	Diarios digitales		<input type="checkbox"/>	
Prensa	<input type="checkbox"/>	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online		<input type="checkbox"/>	
Televisión	<input checked="" type="checkbox"/>	Redes sociales		<input type="checkbox"/>	
Publicidad exterior	<input type="checkbox"/>	Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)		<input type="checkbox"/>	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
1.815,00€					



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/016

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/25/016		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
LOGROÑO 2050					
Órgano solicitante					
COMUNICACIÓN A LOS CIUDADANOS					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
Santiago Ruiz Gómez					
Cargo		Correo-e	Ext.	Funcional	Económico
		sruiz@logrono.es			
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña		Descripción de la Campaña			
Institucional		<input checked="" type="checkbox"/>	Desarrollo de la campaña de Logroño 2050 que hablará de aspectos prioritarios para la ciudad, movilidad, desarrollo sostenible, agenda urbana y plan general municipal		
Corporativa		<input type="checkbox"/>			
Servicio Público		<input type="checkbox"/>			
Empleo y Formación		<input type="checkbox"/>			
Cultural		<input type="checkbox"/>			
Social		<input type="checkbox"/>			
Objetivos de la campaña					
Grupos objetivos de la campaña					
Duración		Previsión de inicio			
Anual		<input checked="" type="checkbox"/>	Primer cuatrimestre		<input type="checkbox"/>
Trimestral		<input type="checkbox"/>	Segundo cuatrimestre		<input type="checkbox"/>
Determinada		<input type="checkbox"/>	Tercer cuatrimestre		<input type="checkbox"/>
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria		<input type="checkbox"/>			
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio		<input checked="" type="checkbox"/>	Diarios digitales		<input checked="" type="checkbox"/>
Prensa		<input checked="" type="checkbox"/>	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online		<input type="checkbox"/>
Televisión		<input checked="" type="checkbox"/>	Redes sociales		<input checked="" type="checkbox"/>
Publicidad exterior		<input checked="" type="checkbox"/>	Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)		<input type="checkbox"/>
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
15.000,00 €					



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/017

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/25/017		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
DE BUENA FUENTE					
Órgano solicitante					
COMUNICACIÓN A LOS CIUDADANOS					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
Santiago Ruiz Gómez					
Cargo		Correo-e	Ext.	Funcional	Económico
		sruiz@logrono.es			
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña			Descripción de la Campaña		
Institucional	<input checked="" type="checkbox"/>	Campaña de aumento de suscripciones a la revista municipal "DeBuenaFuente"			
Corporativa	<input type="checkbox"/>				
Servicio Público	<input type="checkbox"/>				
Empleo y Formación	<input type="checkbox"/>				
Cultural	<input type="checkbox"/>				
Social	<input type="checkbox"/>				
Objetivos de la campaña					
Grupos objetivos de la campaña					
Duración		Previsión de inicio			
Anual	<input checked="" type="checkbox"/>	Primer cuatrimestre			<input type="checkbox"/>
Trimestral	<input type="checkbox"/>	Segundo cuatrimestre			<input type="checkbox"/>
Determinada	<input type="checkbox"/>	Tercer cuatrimestre			<input type="checkbox"/>
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria		<input type="checkbox"/>			
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio	<input checked="" type="checkbox"/>	Diarios digitales			<input checked="" type="checkbox"/>
Prensa	<input checked="" type="checkbox"/>	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online			<input type="checkbox"/>
Televisión	<input checked="" type="checkbox"/>	Redes sociales			<input checked="" type="checkbox"/>
Publicidad exterior	<input checked="" type="checkbox"/>	Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)			<input type="checkbox"/>
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
8.500,00 €					



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

CP/25/018

		GABINETE ALCALDIA		PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		Código de la campaña		Tramitación (Intervención)	
Ficha básica de campaña de publicidad		CP/25/018		<input type="checkbox"/> Subcampaña <input type="checkbox"/> Sectores	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
PROGRAMA ESPECIAL VIRGEN DE LA ESPERANZA					
Órgano solicitante					
COMUNICACIÓN A LOS CIUDADANOS					
Responsable de la Campaña					
Nombre y Apellidos					
Santiago Ruiz Gómez					
Cargo		Correo-e	Ext.	Funcional	Económico
		sruiz@logrono.es			
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña		Descripción de la Campaña			
Institucional		<input checked="" type="checkbox"/>	Seguimiento destacado de los actos en torno a la patrona y alcaldesa mayor de Logroño, la Virgen de la Esperanza.		
Corporativa		<input type="checkbox"/>			
Servicio Público		<input type="checkbox"/>			
Empleo y Formación		<input type="checkbox"/>			
Cultural		<input type="checkbox"/>			
Social		<input type="checkbox"/>			
Objetivos de la campaña					
Grupos objetivos de la campaña					
Duración		Previsión de inicio			
Anual		<input type="checkbox"/>	Primer cuatrimestre		<input type="checkbox"/>
Trimestral		<input type="checkbox"/>	Segundo cuatrimestre		<input type="checkbox"/>
Determinada		<input type="checkbox"/>	Tercer cuatrimestre		<input checked="" type="checkbox"/>
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
Creatividad publicitaria		<input type="checkbox"/>			
Medios convencionales			Publicidad en Internet		
Radio		<input checked="" type="checkbox"/>	Diarios digitales		<input type="checkbox"/>
Prensa		<input type="checkbox"/>	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online		<input type="checkbox"/>
Televisión		<input type="checkbox"/>	Redes sociales		<input type="checkbox"/>
Publicidad exterior		<input type="checkbox"/>	Publicaciones (folletos, dípticos y otros...)		<input type="checkbox"/>
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
1.998,99 €					



4. LOS PATROCINIOS INSTITUCIONALES DE 2025.

La segunda de las fórmulas publicitarias admitidas en la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional es el patrocinio institucional.

Esta herramienta tiene una naturaleza distinta a la campaña publicitaria. Mientras que esta última está circunscrita a la comunicación externa, el patrocinio institucional también incide en la esfera de la comunicación corporativa. La política de patrocinios institucionales produce publicidad, pero genera, sobre todo, beneficios en términos de imagen corporativa. Debe tenerse en cuenta también el emisor. Mientras que en las campañas publicitarias del Ayuntamiento de Logroño aprovecha las oportunidades publicitarias para emitir un conjunto de mensajes a la ciudadanía, en el patrocinio institucional la iniciativa parte de terceros, quienes solicitan al Ayuntamiento adherirse a una iniciativa deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, mediante una contraprestación económica, a cambio de colaborar en la publicidad del patrocinador, por lo que resulta difícil aproximar una planificación anual de patrocinios institucionales.

Programa de patrocinios para 2025.

De la concepción del patrocinio institucional como un elemento cohesionador entre identidad e imagen institucional se concluye que cualquier soporte debe tener una vinculación con los objetivos del Ayuntamiento de Logroño.

La agenda política del Ayuntamiento de Logroño en 2025 estará marcada por estos **ejes**:

- Políticas de Familia, Servicios Sociales y Discapacidad.
- Urbanismo, Espacio Público, Infraestructuras y Ciudad Circular.
- Promoción de la Ciudad
- Deporte.
- Igualdad.
- Ciudad cultural
- Capital Europea del Comercio

Retos del Ayuntamiento

- Acciones de apoyo a los más vulnerables.
- Acciones de desarrollo urbano sostenible.
- Acciones encaminadas a conseguir que Logroño sea una ciudad verde.
- Acciones que promuevan la igualdad.
- Acciones que promuevan la salud y el deporte.
- Acciones culturales interesantes que enriquezcan y complementen las actividades propias del Ayuntamiento.



- Acciones que persigan la promoción económica de Logroño y el talento de empresas y personas de Logroño.
- Capital Europea del Comercio: potenciar el comercio de Logroño para promover y reforzar la compra de proximidad.

Asimismo, el Ayuntamiento de Logroño se define como:

- Entidad de gestión rigurosa.
- Entidad que toma decisiones basadas en datos y evidencias.
- Entidad que persigue la justicia social.
- Entidad que persigue la participación ciudadana.
- Entidad solidaria y responsable.
- Entidad respetuosa con todas las sensibilidades.

Principios básicos de la política de patrocinios institucionales:

La política de patrocinios del Ayuntamiento de Logroño se rige por **cinco** principios básicos:

- La originalidad de la iniciativa, propia del operador económico, cultural, social o científico al desarrollar un proyecto de interés social.
- La **AFINIDAD** de la iniciativa con los principios y restricciones de la Ley de Comunicación y de Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja.
- La **VISIBILIDAD** de la marca del Ayuntamiento de Logroño, a través de la actividad comunicativa y publicitaria que se desarrolle.
- El **ALCANCE** y público objetivo incluido en la iniciativa.
- La **DURACIÓN** de la iniciativa.
- El **RETORNO DE INVERSIÓN**, en términos económicos, que pueda cuantificarse del patrocinio institucional.

Procedimiento y resolución

Las actividades de patrocinio respaldadas por el Ayuntamiento de Logroño no parten de los órganos de la Administración ni de los centros gestores, sino de las propuestas que formulan los terceros. Quienes emiten la solicitud de patrocinio son agentes externos (instituciones, empresas, colectivos y personas físicas). Por eso, resulta difícil aproximar una planificación anual de patrocinios institucionales del Ayuntamiento de Logroño, sin embargo, cuando esta planificación se realiza con los patrocinios propuestos, obedece a peticiones confirmadas por terceros operadores culturales, deportivos, benéficos, sociales o científicos que, en algunos casos, pueden corresponder a ratificaciones de actividades realizadas con cierta continuidad. Continuidad que, no obstante, se muestra insuficiente, por depender de la voluntad de estos



operadores, ajena al Ayuntamiento, para conformar procedimientos más apropiados para patrocinios que podrían considerarse plurianuales, a resultas de su repetición.

De ahí que, estos patrocinios previstos en el Plan, por importes menores a 15.000,00 euros, obtenidos de forma objetiva y transparente a través de una ponderación de los criterios técnicos recogidos en el apartado siguiente, serán tratados, a efectos procedimentales y concursenciales, como menores, quedando acreditada su exclusividad en la propia originalidad de la iniciativa, concurrente con los intereses públicos y generales que promueve y tutela el Ayuntamiento de Logroño, según los principios básicos de la política de patrocinios institucionales, recogida más arriba.

PATROCINIOS PROPUESTOS.

Patrocinio	Entidad	Importe
ANUARIO	DIARIO LA RIOJA, S.A.	1.210 €
SUPLEMENTO MUJER	DIARIO LA RIOJA, S.A.	1.800 €
SUPLEMENTO MUNICIPALISMO	DIARIO LA RIOJA, S.A.	1.800 €
PREMIOS IMPRONTA	DIARIO LA RIOJA, S.A.	3.000 €
FORO PERTE DEL AGUA	DIARIO LA RIOJA, S.A.	7.260 €
PREMIOS COMPROMISO SOCIAL	DIARIO LA RIOJA, S.A.	10.500 €
FUTURO EN ESPAÑOL	DIARIO LA RIOJA, S.A.	10.000 €
GALARDONES DE PURA CEPA	TVRIOJA	8.000 €
GUÍA DE LA COMUNICACIÓN ASOC. DE LA PRENSA	ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE LA RIOJA	3.600 €
HOMENAJE + EXPOSICIÓN AIG	ASOCIACION DE INFORMADORES GRAFICOS	2.500 €
UN LUGAR PARA VIVIR	PROMOTORES DE MEDIOS RIOJANOS, S.A.	1.500 €
PREMIOS PROMECAL	PROMOTORES DE MEDIOS RIOJANOS, S.A.	7.260 €
ESPECIAL CONSTRUCCIÓN	PROMOTORES DE MEDIOS RIOJANOS, S.A.	1.500 €
SUPLEMENTO OCIO, GASTRONOMÍA	PROMOTORES DE MEDIOS RIOJANOS, S.A.	1.500 €
SEMANA SANTA 2025	RADIO POPULAR, S.A.	2.000 €
GALA VALORES COPE	RADIO POPULAR, S.A.	8.500 €
COPE EN LA CALLE	RADIO POPULAR, S.A.	8.000 €
PARÁISO GASTRONÓMICO	CONTAMOS LA RIOJA	7.260 €
DIARIO DE VENDIMIA	CONTAMOS LA RIOJA	6.000 €
FORO ENOTURISMO	CONTAMOS LA RIOJA	4.840 €
ESPACIO 941	CONTAMOS LA RIOJA	1.800 €
PREMIO IGUALDAD – RIOJA2.COM	OLILLOL COMUNICACIÓN, S.L.	1.500 €
PREMIOS KM0 – RIOJA2.COM	OLILLOL COMUNICACIÓN, S.L.	2.420 €
ESPECIAL BARRIOS	OLILLOL COMUNICACIÓN, S.L.	4.000 €
SOLEDAD NO DESEADA	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSION, S.A.	1.800 €
PREMIOS RADIO RIOJA	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSION, S.A.	1.800 €
JORNADAS DE JUVENTUD	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSION, S.A.	1.500 €
SALUD MENTAL	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSION, S.A.	2.000 €
FORO SER LA RIOJA	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, S.A.	3.500 €
GUÍA 174	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, S.A.	900 €
CONVERSA MUJER	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, S.A.	1.800 €
TALENTO JOVEN	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, S.A.	1.815 €
BERONES Y PELENDONES	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, S.A.	1.500 €



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

PREUVAS	SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, S.A.	12.100 €
PREMIO MUJER	ONDA CERO	6.050 €
PREMIOS ONDA CERO	ONDA CERO	3.630 €
PROGRAMAS ESPECIALES COMERCIO	ONDA CERO	2.000 €
PROGRAMA ESPECIAL MUJER	ONDA CERO	2.000 €
PATROCINIO IGUALDAD		8.000 €
XXIII JORNADAS INTERNACIONALES DE INTERVENCIÓN EN EL PATRIMONIO HISTÓRICO		10.000 €
TOTAL		168.145 €

Transparencia y publicidad activa

Los contratos de patrocinio institucional serán publicados en el Portal de Transparencia y en la web de Publicidad Institucional.



5. FINANCIACIÓN DE LA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL.

Inversión publicitaria y creativa para las campañas de publicidad.

El modelo de publicidad institucional diseñado centraliza la coordinación, ejecución y contratación publicitaria del Ayuntamiento de Logroño en el Gabinete de Alcaldía. El plan de publicidad para el 2025 incluye la siguiente memoria económica y de financiación.

RESUMEN DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA		
Actividad	Partida presupuestaria	Importe total previsto
Contratos de difusión publicitaria, creación publicitaria y compañías publicitarias	Varias partidas presupuestarias	553.607,99
Contratos de patrocinio	Varias partidas presupuestarias	164.145,0

5.2.-Las estrategias y tácticas de medios

Las estrategias y tácticas de medios de las diferentes campañas incorporan una memoria económica para cada una de las campañas. Recogen el conjunto de operaciones económicas a desarrollar para el cumplimiento de los fines de cada una de ellas. Estos documentos, una vez definidos los objetivos, los públicos objetivos y la idea, dan paso al desarrollo de cada una de las campañas. La táctica publicitaria incluye el conjunto de formatos y soportes previstos en una iniciativa publicitaria. La selección de estos medios publicitarios está vinculada a los públicos objetivos previstos y a las audiencias útiles previamente definidas.

El plan de medios será el documento básico en la preparación y adjudicación de los contratos de difusión publicitaria, y en él habrá de justificarse la necesidad y objetivo de la campaña publicitaria y el reparto de la inversión con criterios objetivos, sobre la base de lo recogido en las fichas de publicidad anteriores. El plan se materializará en los correspondientes contratos individuales con cada medio de comunicación.

Con el propósito de objetivar la selección de los medios de comunicación, se han establecido diferentes criterios de medición de la difusión y la audiencia; y se ha establecido una clasificación general de los medios publicitarios, tomando como referencia la clasificación empleada por Infoadex.

5.2.1.-Clasificación de los medios publicitarios

La clasificación de Infoadex establece una organización y estructura de la publicidad en los sectores publicitarios.



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

De esta forma, se considerarán los siguientes sectores publicitarios:



Sector publicitario	Descripción
Medios de comunicación de carácter impreso	Publicaciones de información general y periodística de carácter diario, semanal o periódico
Revistas	Publicaciones de carácter temático o de información general para un público objetivo determinado
Medios radiofónicos	Radios de corte generalis regional y local. Radios temáticas
Internet	Medios de comunicación On line
Publicidad exterior	Soportes en lugares públicos
Redes sociales	Redes sociales
Televisión	Televisiones nacionales y regionales
Cine	Acciones publicitarias en el cine
Buzoneo e emailing	Iniciativas de buzoneo y mailing
Creatividad publicitaria	Creatividad publicitaria

5.2.2.-Criterios técnicos de medición de audiencias y difusión para medios convencionales.

- Tanto los MEDIOS IMPRESOS, RADIOFÓNICOS, COMO DIGITALES se basarán en el estudio de audiencias del EGM y OJD.

*En determinadas campañas según el tipo de audiencia o el público al que va dirigida, podrán no tenerse en cuenta los criterios técnicos, sino la exclusividad del medio o el público al que va dirigido, motivando la causa por la que no se tienen en cuenta los criterios objetivos.

5.2.3.-Tablas de sectores, soportes e inversión.

A. Prensa escrita.

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Prensa escrita regional		Auditoría propia		Porcentaje de inversión publicitaria previsto en cada campaña
	Diario de información general autonómico con mayor promedio de distribución en la Comunidad Autónoma de La Rioja			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia



Logroño

ACUERDO DE LA
JUNTA DE GOBIERNO
LOCAL

Nº : 29-01-2025/O/029

Fecha: 29/01/2025

	Diario de distribución gratuita con mayor promedios de distribución en la Comunidad Autónoma de La Rioja			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
--	--	--	--	---



B. Revistas.

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Revistas		Auditoria propia		Porcentaje de inversión publicitaria previsto en cada campaña
	Publicaciones de carácter temático de información general para un público objetivo determinado			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia

C. Medios radiofónicos.

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
Radio de corte generalista de alcance autonómico		Auditoria propia		Porcentaje de inversión publicitaria previsto en cada campaña
	Radio de corte generalista de mayor alcance autonómico con mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Radio de corte generalista de mayor alcance autonómico con segunda mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Radio de corte generalista de mayor alcance autonómico con tercera mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
Radio de corte generalista de alcance local		Auditoria propia		Porcentaje de inversión publicitaria previsto en cada campaña
	Radio de corte generalista de mayor alcance autonómico con mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Radio de corte generalista de mayor alcance autonómico con segunda mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia



	Radio de corte generalista de mayor alcance autonómico con tercera mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Radio de corte temático de alcance autonómico	Auditoria propia		Porcentaje de inversión publicitaria previsto en cada campaña
	Radio de corte temático musical con mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Radio de corte temático musical con segunda mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Radio de corte temático musical con tercera mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Radio de corte temático musical con cuarta mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Radio de corte temático musical con quinta mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Radio de corte temático musical con sexta mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Radio de corte temático musical con séptima mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Radio de corte temático musical con octava mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia

D. Medios Digitales.

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
	Medios digitales regionales de información regional	Auditoria propia		Porcentaje de inversión publicitaria previsto en cada campaña
	Diario digital de información regional con mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia



	Diario digital de información regional con segunda mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Diario digital de información regional con tercera mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Diario digital de información regional con cuarta mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Diario digital de información regional con quinta mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Diario digital de información regional con sexta mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Diario digital de información regional con séptima mayor audiencia			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
Medios digitales temáticos regionales y locales		Auditoria propia		Porcentaje de inversión publicitaria previsto en cada campaña
	Medio de información especializada (infantil y familiar) de carácter digital y autonómico con mayor audiencia de la Rioja			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Medio de información especializada (vino y enoturismo) de carácter digital y autonómico con mayor audiencia de la Rioja			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia
	Medio de información especializada (ocio y cultura) de carácter digital y autonómico con mayor audiencia de la Rioja			Porcentaje del sector según porcentaje de audiencia

E. Publicidad exterior.

Sector	Soporte	Fuente	Especificaciones sobre formato	Porcentaje
--------	---------	--------	--------------------------------	------------



Publicidad exterior				Criterio
	Carteles		Formato Unidades Emplazamiento	
	Otras publicaciones (folletos, tarjetones, programas)		Formato Unidades Emplazamiento/buzoneo	
	Mupis		Formato Unidades Emplazamiento	
	Autobús urbano		Unidades Producción y colocación vinilos	
	Autobús metropolitano		Unidades Producción y colocación vinilos	
	Vallas publicitarias		Espacio/Formato Unidades Emplazamiento Producción y colocación de cartelería	
	Cines		Formato Unidades/pases Emplazamiento/cines	
	Cartelería digital		Formato Unidades Emplazamiento	