Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

CUENTA JUSTIFICATIVA DEL CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE EL GOBIERNO DE LA RIOJA, A TRAVÉS DE LA CONSEJERÍA DE DESARROLLO AUTONÓMICO Y LA RIOJA 360 GRADOS AVANZA, SOCIEDAD DE PROMOCIÓN DE LA RIOJA, S.A.U., PARA FINANCIAR LA GESTIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS PROPIOS

Logroño, 24 de noviembre de 2023

Con fecha 30 de diciembre de 2021 se firmó el Convenio de Colaboración entre el Gobierno de La Rioja, a través de la Consejería de Desarrollo Autonómico y La Rioja 360 Grados Avanza, Sociedad de Promoción de La Rioja, S.A.U., con el objetivo de financiar la gestión y promoción de los recursos turísticos propios.

Entre las obligaciones del beneficiario figuran las siguientes:

"La Rioja 360 Grados Avanza se compromete a realizar las siguientes actuaciones para la gestión y promoción de los recursos propios:

a) Promocionar el turismo de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones en el Palacio de Congresos y Auditorio (Riojaforum), siendo posibles distintas acciones en función de las perspectivas y la evolución del mercado: la contratación de campañas publicitarias del recurso, la participación en eventos profesionales para la mejora del posicionamiento de La Rioja como destino "MICE", la promoción e incentivo económico a empresas y entidades para que programen sus eventos MICE en Riojaforum, así como – en caso de ser designados – la organización o promoción de eventos y actividades propias del sector especializado para dar a conocer el turismo congresual en La Rioja.

b) Promocionar el turismo de paleoaventura, a través del parque temático "El Barranco Perdido", (Enciso La Rioja) mediante la difusión publicitaria del recurso en medios de on y off line a nivel nacional y/o regional, así como espectáculos y/o eventos que puedan incrementar el interés del cliente objetivo en la instalación turística."

Los gastos reales incurridos a la fecha de este informe justificativo y asociados a este convenio ascienden a la cantidad de 400.106,50 incluido IVA, que se traducen en acciones realizadas tanto en el ejercicio 2022 (por importe de 104.025,84 euros IVA incluido), como en el ejercicio 2023 por el importe restante (296.080,66 euros IVA incluido).

Se informa que las actividades subvencionadas a través de este convenio, no han sido financiadas por ningún otro ingreso o subvención recibida por la Sociedad.

Se adjunta la memoria económica justificativa del coste de las actividades realizadas con identificación de los gastos, acreedores, documentos-facturas, importes y fechas de emisión de las mismas. También se adjuntan fotocopias de las facturas.

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

Actividades realizadas:

Con respecto al apartado a) anterior relativo a la promoción del turismo de reuniones, congresos y exposiciones en el Palacio de Congresos Riojaforum, se destacan:

- La participación en eventos y ferias profesionales para la mejora del posicionamiento de La Rioja y de Riojaforum como destino MICE. Se corresponde con ASISTENCIA EVENTOS ESPECIALIZADOS SECTOR "MICE" DEL ANEXO Y MEMORIA DEL EXPEDIENTE DEL CONVENIO. En este sentido se ha participado en:
    - Iberian Mice Forum Corporativo Nacional. Celebrado en Segovia y La Granja el 29 y 30 de marzo de 2022. Se trata de un encuentro especializado en el turismo de negocios. Reunió a más de un centenar de profesionales de la organización de eventos. Fue organizado por el Segovia Convention Bureau y Paradores de España.
    - Asímismo en noviembre de 2022 se participó en el Iberian Mice Forum Asociativo celebrado en Sevilla.
    - Feria IBTM de Barcelona edición 2022. En el recinto de exposiciones Fira Barcelona Gran Vía de L'Hospitalet de Llobregat. La Sociedad acudió a esta Feria Internacional de incentivos, viajes de negocio eventos y congresos con una completa agenda de más de treinta citas y reuniones con operadores y sector MICE internacional. Con un espacio integrado dentro del stand de Turespaña, La Rioja dispuso de una mesa de trabajo atendida por la responsable comercial del Palacio de Congresos Riojaforum, así como una informadora de la Oficina de Turismo del Gobierno de La Rioja. En esta área se llevaron a cabo estos encuentros profesionales con el claro objetivo de ofrecer información detallada del destino y conseguir fortalecer el turismo congresual de reuniones y negocios en nuestra región.

      Además, durante el desarrollo de estos espacios de intercambio, se aprovechó para mostrar las amplias posibilidades turísticas de la región en torno al vino y el enoturismo, la gastronomía, la naturaleza o la cultura, su riqueza histórico-patrimonial, así como las actividades deportivas; entre otras.

      IBTM World es el evento global líder en el sector de reuniones donde participaron más de 3.000 destinos listos para reunirse y trabajar en red con más de 15.000 profesionales de la industria de más de 100 países de todo el mundo.

- Diseño de campañas publicitarias de promoción del recurso Riojaforum. A través de:

    - planificación estratégica de contenidos en redes sociales para 2022 y 2023, planificación gráfica de contenidos y asistencia y gestión de redes sociales. Se corresponde con PLANIFICACIÓN, COMPRA ESPACIOS CAMPAÑA PROMOCION RIOJAFORUM DEL ANEXO Y MEMORIA DEL EXPEDIENTE DEL CONVENIO.

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

- Publicidad directa en medio digital con ½ página en la Guía de espacios y centros de convenciones de Eventoplus Medios. Se corresponde con PLANIFICACIÓN, COMPRA ESPACIOS CAMPAÑA PROMOCION RIOJAFORUM DEL ANEXO Y MEMORIA DEL EXPEDIENTE DEL CONVENIO.

- IBERIAN MICE FORUM. Encuentro pionero del sector asociativo en España que reúne a oferta y demanda de congresos y reuniones de asociaciones nacionales para crear sinergias de cara a la celebración de eventos en la ciudad. Se corresponde con ASISTENCIA EVENTOS ESPECIALIZADOS SECTOR "MICE" DEL ANEXO Y MEMORIA DEL EXPEDIENTE DEL CONVENIO.

- Organización /promoción de eventos y actividades propias del sector especializado para dar a conocer el turismo congresual en La Rioja. Se organizó GLOBAL MICE FORUM LA RIOJA 2023 por parte de la Sociedad y de la empresa Grupo Criteria que actuó de Secretaría del evento. Entre otros emplazamientos, tuvo lugar en Riojaforum. Se reunieron en torno a 150 asistentes. Los gastos asociados a este encuentro fueron asumidos por la Sociedad. Se corresponde con ORGANIZACIÓN, GESTION DE EVENTOS ESPECIALIZADOS SECTOR "MICE" DEL ANEXO Y MEMORIA DEL EXPEDIENTE DEL CONVENIO

  El programa se desarrolló en tres jornadas (23,24 y 25 de marzo de 2023) y acogió a los mejores organizadores de eventos corporativos nacionales y a destinos y proveedores de servicios para el sector MICE de toda España y Portugal. El programa formativo de esta edición se centró en el retorno de las inversiones (ROI) en marketing y sostenibilidad en eventos, con exposición de nuevos modelos de gestión que puedan garantizar y medir de manera creible la rentabilidad económica de los proyectos de marketing y eventos, al mismo tiempo que generan equidad social y sostenibilidad ambiental. Entre los compradores que asistieron destacaron event planners, event managers corporativos, directores de marketing y comunicación, agencias de eventos y DMC´s de toda la península.

  El 23 de marzo tuvo lugar un almuerzo de bienvenida en Riojaforum, una sesión informativa y mesa redonda sobre sostenibilidad y rentabilidad a cargo de Pablo Turletti en la sala de cámara de Riojaforum, posteriormente tuvo lugar una gymkana por el centro histórico de Logroño y se cerró la jornada con una cena en Bodegas Franco Españolas de Logroño.

  El 24 de marzo se inició por la mañana con el traslado de los invitados en autobuses desde los hoteles a Riojaforum, posteriormente desde 9:15 a 10:45 tuvieron lugar el encuentro de citas one to one en el vestíbulo -2 del Palacio, al término un cofee break en el vestíbulo 0 del Palacio, de 11:15 a 11:30 una presentación de La Rioja Turismo, de 11:35 a 12:20 mesa redonda en vestíbulo 0, y por último de 12:30 a 14:00 citas one to one en vestíbulo -2. El almuerzo tuvo lugar en el escenario del auditorio de Riojaforum. Por la tarde, los invitados se

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

trasladaron en autobuses al Monasterio de San Millán de Yuso donde aparte de la visita realizaron un teambuilding en el propio monasterio. Para finalizar se trasladaron en autobuses y se ofreció un coctel de bienvenida y una visita con cena servida y copa en el palacio Marqués de Vargas de Casalarreina. A la finalización se regresó en autobuses a los hoteles en Logroño.

El 25 de marzo se inició por la mañana con el traslado de los invitados en autobuses desde los hoteles a Riojaforum, posteriormente desde 9:15 a 10:45 tuvieron lugar el encuentro de citas one to one en el vestíbulo -2 del Palacio, al término un cofee break en el vestíbulo 0 del Palacio, de 11:15 a 11:45 presentación de los event partners en vestíbulo 0, de 11:55 a 13:30 citas one to one en vestíbulo -2 y de 13:40 a 13:50 tuvo lugar la entrega de premios buyers en vestíbulo -2. Así finalizó el día en Riojaforum. Posteriormente, se trasladaron a Bodegas Campoviejo de Logroño donde tuvieron la comida, un recorrido por las bodegas, un taller a cargo de Pablo Turletti y por último fueron trasladados al aeropuerto de Agoncillo con salida del vuelo a Madrid.

- Promoción del recurso turístico Riojaforum y promoción del turismo de reuniones en el mismo, mediante contratos publicitarios de patrocinio de eventos y actividades a desarrollar total o parcialmente en el palacio por los destinatarios de los patrocinios. Se trata de promocionar e incentivar a empresas y entidades para que programen sus reuniones o eventos en Riojaforum. Se corresponde con PLANIFICACIÓN, COMPRA ESPACIOS CAMPAÑA PROMOCION RIOJAFORUM DEL ANEXO Y MEMORIA DEL EXPEDIENTE DEL CONVENIO. Cabe destacar:

  - Patrocinio de La Rioja Festival 2023 por la actividades desarrolladas en Riojaforum:

LA RIOJA FESTIVAL ha sido el mayor evento cultural de música clásica de La Rioja celebrado entre el 5 y el 14 de mayo de 2023. Ha ofrecido 35 conciertos y actividades de la más alta calidad repartidos por toda la geografía de la Comunidad de La Rioja por artistas de prestigio internacional y agrupaciones musicales locales.

«CAMINO» ha sido el lema de la edición de La Rioja Festival centrada en poner en valor la identidad cultural y los valores de La Rioja. La Rioja Festival ha llevado la música a 7 municipios con el propósito de apoyar el reto demográfico, descentralizar la música y dar valor al patrimonio.

La Rioja Festival es un proyecto con una vocación internacional de posicionar a La Rioja como destino de turismo cultural. Con este afán, La Rioja Festival ha tenido una amplia repercusión mediática en prensa, radio y televisión. Así mismo, La Rioja Festival ha conseguido por segundo año un acuerdo con el canal de televisión Allegro HD con una audiencia en Sudamérica de 3.150.000 personas para la retransmisión de 3 conciertos durante todo un año

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

y con 2 cuñas publicitarias diarias de 60 segundos para la promoción de La Rioja como destino turístico.

Se han ofrecido 35 actividades divididas en:

- 10 conciertos (2 de ellos en Riojaforum)
- 10 experiencias de puesta en valor del patrimonio, la cultura y la gastronomía riojanos
- 4 masterclases y conferencias
- 8 conciertos escolares
- 3 presentaciones (Logroño Riojaforum, Madrid, FITUR)
- 3.404 asistentes directos a conciertos y actividades
- 3.150.000 espectadores de audiencia indirecta a través de las retransmisiones en Allegro HD
- 32 instituciones patrocinadoras y colaboradoras
- 469.855 €. Valoración del retorno económico de las actividades patrocinadas.

En Riojaforum, como se ha indicado han tenido lugar:

- Presentación del Festival 16 de enero de 2023
- Concierto de inauguración "Pablo & Friends". 5 de mayo de 2023
- Concierto con "Orfeón Donostiarra" 13 de mayo de 2023.

Del conjunto del importe del patrocinio realizado por La Rioja 360 al festival, se imputa un importe equivalente al 9% para los dos conciertos realizados en Riojaforum (Suponen un 31,6% del importe destinado a los 10 conciertos totales del festival) y un importe equivalente al 2,86% para la presentación llevada a cabo del festival en Riojaforum (supone un 33% del importe destinado a las tres presentaciones del festival).

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

Los conciertos llevados a cabo en el marco del festival han sido:

- Concierto de inauguración "Pablo & Friends" en Riojaforum. 5 de mayo de 2023. Espacio Auditorio 1223 plazas. Ocupación 947 plazas.
    - Concierto Iglesia Santa María de la Asunción en Briones. 6 de mayo de 2023
    - Concierto Iglesia Monasterio de Santa María de la Piedad en Casalarreina. 6 de mayo de 2023
    - Concierto Misa Musical en Monasterio de Yuso de San Millán de la Cogolla. 7 de mayo de 2023
    - Concierto Museo Würth en Polígono Industrial El Sequero (Agoncillo). 10 de mayo de 2023.
    - Concierto en Bodegas y Viñedos Marqués de Vargas de Logroño. 11 de mayo de 2023.
    - Concierto en teatro Cervantes de Arnedo. 12 de mayo de 2023
    - Concierto Orfeón Donostiarra en Riojaforum. 5 de mayo de 2023. Espacio Auditorio 1223 plazas. Ocupación 788 plazas.
    - Concierto sala Florida en Alfaro. 13 de mayo de 2023
    - Concierto teatro Doga de Nájera. 14 de mayo de 2023

Según la organización, como se ha comentado, asistieron un total de 3.404 personas directamente a conciertos y actividades. La asistencia directa solamente en Riojaforum en los dos conciertos ascendió a 1.735 personas, un 50,97% del total de asistentes.

MEDIOS Y PUBLICIDAD

Aparición en medios:

La comunicación en medios tradicionales para La Rioja Festival 'Camino' se ha realizado de forma conjunta entre el equipo de comunicación de La Rioja Festival y la Asociación de la Prensa de La Rioja.

Se han registrado cerca de un centenar de apariciones específicas de La Rioja Festival en medios locales, nacionales e internacionales.

Asimismo, en las múltiples entrevistas nacionales e internacionales que ha realizado Pablo Sainz-Villegas en el último año, incluyendo varias portadas de revistas, ha hablado sobre La Rioja Festival.

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

Publicidad en medios:

• Allegro HD TV, cuña publicitaria de 1 minuto, emitida diariamente desde septiembre (3.150.000 espectadores).

• Diario La Rioja, encarte de 7.100 unidades del anuario del festival el domingo 30 de abril.

• Revista Ritmo, banner digital durante un mes y publicación de un artículo en la revista (70.0000 lectores mensuales).

• Revista Melómano, banner web durante 2 semanas, publicación en redes sociales y artículo en la revista (110.000 lectores mensuales).

• Platea Magazine, pop-up web durante 2 semanas.

• El Cultural, página completea el viernes 10 de febrero (554.000 lectores en viernes).

• Codalario, banner digital en portada durante un mes.

• La Guía Go, página completa de plublicidad, artículo y publicación en redes (285.000 lectores mensuales).

• Nuevecuatrouno, banner digital durante 1 semana (332.000 usuarios únicos mes web)

• El Día de La Rioja, faldón durante un mes y banner web durante una semana (11.000 ejemplares diarios, cobertura 300.000 habitantes).

• EsRadio Arnedo Cuña publicitaria durante 1 mes.

• COPE, cuña publicitaria durante 2 semanas (49.000 oyentes diarios).

• Cadena SER, cuña publicitaria durante 2 semanas (42.000 oyentes diarios).

Así mismo, se han realizado:

o Flyers (1.500 uds.)

o Cartelería (2.500 uds.)

o Mupis (15 uds. durante 3 semanas)

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

o Banderolas (54 uds. durante 2 semanas)

o Programas de mano (5.500 uds.)

o Anuario del festival (10.000 uds.)

o Banners web publicitarios

Publicidad directa de La Rioja360 y Riojaforum:

• Dos anuncios de una cara completa y media cara en el anuario del festival.

• Cuña publicitaria de hasta 60 segundos, que apareció diariamente durante 12 meses

en Allegro HD TV (3.150.000 espectadores).

Redes sociales e impacto:

• RRSS de La Rioja Festival (Instagram, Facebook y YouTube)

• RRSS de Pablo Sainz-Villegas >127.000 seguidores en Instagram, 39.000 seguidores en Facebook y 152.000 seguidores en YouTube

• RRSS de otros artistas > 10.000 seguidores en Instagram aprox.

La gestión de redes sociales se ha llevado a cabo en colaboración con la agencia riojana AR on set. La estrategia seguida ha combinado alcance orgánico con publicidad pagada, así como colaboraciones con distintas personas de influencia. Se pidió a todos los artistas participantes apoyo en la difusión a través de sus cuentas de redes sociales y se realizaron publicaciones colaborativas con instituciones involucradas, aumentando el alcance e impacto de las redes sociales.

Datos orgánicos redes La Rioja Festival:

Cuentas alcanzadas: 68.790

Cuentas que interactuaron: 3.446

Total de Seguidores: 1.556

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

Colaboraciones:

Se han realizado colaboraciones con diversas influencers digitales que han publicado contenido sobre el festival en sus cuentas de redes sociales, entre quienes se incluyen:

Ana Terés (@anarecetasfaciles) - 2,2 millones de seguidores

Angélica Fernández (@angycloset) - 15.200 seguidores

The Smiths (@smithsinspain) - 32.800 seguidores

Redes sociales e impacto de Pablo Sainz-Villegas:

La Rioja Festival se ha beneficiado de la visibilidad de su director artístico, Pablo Sainz-Villegas, con un impacto en redes sociales de:

- YouTube: 152.000 seguidores
- Instagram: 127.000 seguidores
- Facebook: 39.000 seguidores

Durante la duración de La Rioja Festival - 5 al 14 de mayo - el impacto del

contenido de Pablo compartiendo las actividades del festival fueron los siguientes:

- Instagram

  Instagram interacción: 84.338 cuentas alcanzadas, de las cuales:

  - 57.600 personas son seguidores
  - 26.000 personas son no seguidores

Países que vieron el contenido de La Rioja Festival:

- Estados Unidos: 18 %
- España: 9,7 %
- Brasil: 7,5 %
- Irán: 5,7 %
- Turquía: 4,1

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

- Facebook

Facebook interacción: 46.315 personas alcanzadas, de las cuales:

- 17.822 personas interactuaron con el contenido

El recurso turístico Riojaforum obtuvo por dos vías retorno económico, de un lado publicidad indirecta del sitio con las acciones publicitarias y de relaciones públicas que la organización llevó a cabo a través de lo anteriormente expuesto, de otro lado, un retorno económico directo obtenido por el alquiler de salas y servicios del propio Riojaforum para el desarrollo de la presentación del Festival en enero y los dos conciertos en mayo. Este último retorno se cuantifica en 15.504,10 euros más IVA por salas, personal de asistencia y de montaje, además del retorno por canon de explotación del área de restauración, cafetería y catering por valor de 385 euros más IVA.

- Patrocinio del XXV Encuentro de las Asociaciones de aficionados al tango de España en La Rioja. Organizado por El Firulete, Asociación de Tango en La Rioja en Riojaforum. La Sociedad patrocinó este encuentro realizado en Riojaforum del 23 al 26 de marzo de 2023.

Uno de los objetivos conseguidos en el encuentro fue dinamizar el turismo de Logroño y La Rioja, al recibir a aficionados al tango de distintas partes de España, y otros países, se contribuyó con este encuentro a aumentar el flujo de visitantes a La Rioja.

Los participantes tuvieron la oportunidad de conocer y disfrutar de la cultura, gastronomía y paisajes de La Rioja. Para facilitar esto, se organizaron visitas turísticas por la ciudad de Logroño (Casco Antiguo, calles Laurel y San Juan) y sitios destacados como Haro y San Millán de la Cogolla.

Los datos de asistencia arrojan un total de 314 asistentes, de los cuales un 6% procedieron de La Rioja, un 86% de otras comunidades autónomas y el resto, un 8% de otros países como Francia, Portugal y República Checa.

La ocupación hotelera fue la siguiente:

- Hotel Logroño. – 10 habitaciones entre dobles e individuales.
- Zenith. – 12 habitaciones entre dobles e individuales.
- Murrieta. – 40 habitaciones entre dobles e individuales.
- Hotel Ciudad de Logroño. – 20 Habitaciones entre dobles e individuales.
- Hotel Carlton Rioja. – 10 Habitaciones entre dobles e individuales.

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

- Hotel AC La Rioja Marriot. – 23 Habitaciones entre dobles e individuales.
- También confirmaron en Sercotel y en varios apartamentos vacacionales.

Si se añaden las actividades paralelas programadas al Encuentro como las visitas a bodegas urbanas y Bodegas Valdelana, a los Monasterios de San Millán de la Cogolla, los recorridos realizados en el circuito de las calles Laurel y San Juan, las comidas, vermut acordados con locales de la calle Mª Teresa Gil de Gárate, desayunos, comidas, cenas y compras varias al comercio Logroñés, la organización estima un gasto medio de 350€ por asistente, confirmando un retorno económico por el encuentro XXV de Asociaciones de Aficionados al Tango de España de 109.900€.

En cuanto al plan de comunicación llevado a cabo para el evento, se realizaron:

- Rueda de prensa
- Difusión de evento en la página web de la asociación, https://www.elfirulete.com/
- Inserción de la información del evento, en distintas webs de las asociaciones de Tango de España y sus redes sociales.
- Publicación en la web Tango 2.0 (www.tangodospuntocero.com/) para conocimiento general entre los aficionados al tango. Dicha web es la más popular del Tango en España, en la que se publican todos los eventos a nivel nacional e internacional
- Fueron varias emisoras y canales de tv que dieron cobertura al evento:
    - Cope Rioja
    - Radio Rioja Cadena SER Onda Cero Radio
    - Agencia EFE y TVR
    - TV7 Rioja
    - RTVE
- Prensa regional y nacional:
    - Nuevecuatrouno
    - Rioja 2
    - Diario La Rioja y LaRioja.com
    - Rioja GO
    - Prensa diaria gratuita

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

El recurso turístico Riojaforum obtuvo por dos vías retorno económico, de un lado publicidad indirecta del sitio como sede principal del encuentro con las acciones publicitarias y de relaciones públicas que la organización llevó a cabo a través de lo anteriormente expuesto, de otro lado, un retorno económico directo obtenido por el alquiler de salas y servicios del propio Riojaforum para el desarrollo de las actividades del encuentro durante los tres días de duración. Este último retorno se cuantifica en 4.568 euros más IVA por salas, personal de asistencia y de montaje, además del retorno por canon de explotación del área de restauración, cafetería y catering por valor de 574 euros más IVA.

- Patrocinio del Congreso Nacional de SEMES (Sociedad Española de Medicina de Urgencias y Emergencias) para técnicos en emergencias sanitarias. Organizado por Sociedad Española de Medicina de Urgencias y Emergencias en Riojaforum. La Sociedad patrocinó este congreso realizado en Riojaforum del 27 de septiembre de 2022.

  SEMES es la única sociedad científica en España, y fuera de España, reconocida y asociada con sus homónimas a nivel de la Unión Europea bajo el epígrafe EUSEM (European Society for Emergency Medicine), perteneciente a la UEMS (European Union of Medical Specialists), y a la IFEM (International Federation For Emergency Medicine), que se ocupa de todos aquellos aspectos concernientes a la medicina de urgencias y emergencias. SEMES representa a más de 12.000 profesionales de estos servicios, de los cuales 8.200 son profesionales médicos asociados en las 17 comunidades autónomas.

  600 técnicos en emergencias sanitarias se citaron en Riojaforum para tratar temas como los avances científicos para técnicos en emergencias sanitarias, o su experiencia en primera línea durante la pandemia y las lecciones aprendidas. Además, se realizaron 11 talleres para aprender a realizar torniquetes, mantenimiento y uso de ventiladores, manejo del paciente con traumatismo, o resucitación pulmonar correcta.

  Además, en el Hall principal del vestíbulo de Riojaforum se distribuyeron 14 patrocinadores del evento, entre los que se encontraba LR360 (La Rioja Turismo) con material promocional y turístico del destino La Rioja.

  La organización hizo envío de convocatoria a los medios de La Rioja, además de contar con portavoces de primer nivel de la Sociedad Española SEMES para declaraciones y entrevistas a los medios que acudieron. También se difundió a través de la web de SEMES y sus perfiles sociales.

  El recurso turístico Riojaforum obtuvo por dos vías retorno económico, de un lado publicidad indirecta del sitio como sede principal del encuentro con las acciones publicitarias y de relaciones públicas que la organización llevó a cabo a través de lo anteriormente expuesto, de otro lado, un retorno económico directo obtenido por el alquiler de salas y servicios del propio Riojaforum para el desarrollo de las actividades

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

del encuentro. Este último retorno se cuantifica en 7.099,15 euros más IVA por salas, personal de asistencia, de audiovisuales y de montaje y material de audiovisuales, además del retorno por canon de explotación del área de restauración, cafetería y catering por valor de 436 euros más IVA.

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

Con respecto al apartado b) anterior relativo a la promoción del turismo de paleoaventura, a través del parque temático "El Barranco Perdido" en Enciso (La Rioja), se destacan:

- Espectáculos/eventos que incrementan el interés del cliente objetivo en la instalación. Tanto en los ejercicios 2022, como en 2023, se ha llevado a cabo espectáculos de animación en el Parque durante los meses de verano (junio, julio, agosto e inicio de septiembre) a cargo del animador Jorge Velasco Marcos. Se corresponde con ORGANIZACIÓN Y REALIZACIÓN DE ESPECTÁCULOS Y EVENTOS DE PROMOCION DEL RECURSO PARQUE EL BARRANCO PERDIDO DEL ANEXO Y MEMORIA DEL EXPEDIENTE DEL CONVENIO.

  El contrato comprendió actividades de animación dirigidas a un público infantil y juvenil (hasta 14 años aproximadamente). Las actividades concretas fueron las siguientes:

  * 1 Bienvenida al parque.

  * 2 Títeres -marionetas de carácter familiar

  * 1 Paseos con la mascota del parque en zona de restauración

  * 1 Animación en la zona de geiser de las piscinas para bailar, jugar y cantar

  * 1 Animación musical familiar (canción)

  * 1 Despedida del parque

  La dinámica de las actuaciones fue la siguiente:

  - Espectáculo de bienvenida "Dino te da la bienvenida": realizado en la entrada del parque en el edificio de acceso en planta baja. Realización de fotografías con los actores, amenización de entrada y creación de imagen de marca.
  - Espectáculo de marionetas -títeres de carácter familiar: Dos funciones al día (mañana y tarde) realizado en la parte baja del parque y en la zona de pequeños exploradores del parque, respectivamente. "Soy un huevo" y "Las aventuras de Tripo y Troglo".
  - Realización de paseos con la mascota del parque por la zona de restauración: Visita de niños y realización de fotografías. "Dino visita el restaurante".
  - Animación (baile, juego y canciones) en la zona de las piscinas para toda la familia.
  - Espectáculo de animación musical: Canciones en la zona de barbacoa del parque para toda la familia. "Paleontolocas".
  - Despedida. En el edificio de acceso en planta baja. Los sábados y domingos comprendidos entre el 15 de julio y el 3 de septiembre se realizó esta actividad en formato teatralizado. "El disparatado origen de los dinosaurios" y "Paleoparty".

  El número de animadores fue de dos personas.

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

Las actividades se desarrollaron en la temporada estival, con los siguientes horarios:

• Período entre el 10 y 30 de junio: Horario de 15:00 a 19:00, los martes. Horario de 11:00 a 19:00, de miércoles a domingo.

• Período entre el 1 de julio y el 3 de septiembre: Horario de 15:00 a 20:00, los martes. Horario de 11:00 a 20:00, de miércoles a domingo.

Horario de inicio de las actividades: Se realizan un total de 8 actuaciones diarias, de media hora de duración cada una con el siguiente horario:

*Periodo entre 10 y 30 de junio:

11:30 Espectáculo bienvenida. (Sólo de miércoles a domingo)

12:30 Espectáculo marionetas –títeres. (Sólo de miércoles a domingo)

15:00 Paseos con mascota en zona restauración.

15:30 Animación en zona piscinas.

16:30 Espectáculo de animación musical (canciones) en zona de barbacoa.

17:30 Espectáculo marionetas –títeres.

18:30 Despedida.

*Periodo entre 1 de julio y 3 de septiembre:

11:30 Espectáculo bienvenida. (Sólo de miércoles a domingo)

12:30 Espectáculo marionetas –títeres (Sólo de miércoles a domingo)

15:00 Paseos con mascota en zona restauración.

15:30 Animación en zona piscinas.

17:00 Espectáculo de animación musical (canciones) en zona de barbacoa.

18.30 Espectáculo marionetas –títeres.

19:30 Despedida. (Los sábados y domingos comprendidos entre el 15 de julio y el 3 de septiembre se realizó esta actividad en formato teatralizado).

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

Las actuaciones teatralizadas reciben una valoración del público encuestado en el Parque de:

- Muy bueno 45,99%
- Bueno 43,75%
- Regular 8,41%
- Necesita mejorar 1,85%

El público encuestado considera que es un buen complemento entre las actividades y la piscina y además al mismo precio.

Las actuaciones de mayor expectación son las de "Dino te da la bienvenida" y "Dino visita el restaurante", seguido de la animación en las piscinas y "La aventuras de Tripo y Trogo".

- En el año 2022 se llevó a cabo por la Sociedad el patrocinio del programa de radio "SER AVENTUREROS" desarrollado en el Parque de paleoaventura de Enciso y dentro del plan de apoyo a iniciativas turísticas privadas impulsado por la Sociedad. Con esta actuación se promociona el propio recurso turístico y el turismo de paleoaventura, mediante la difusión publicitaria del recurso en medios de on y off line a nivel nacional y regional, para incrementar el interés del cliente objetivo de la instalación turística. Se corresponde con PLANIFICACIÓN, COMPRA ESPACIOS CAMPAÑA PROMOCION BARRANCO PERDIDO ENCISO DEL ANEXO Y MEMORIA DEL EXPEDIENTE DEL CONVENIO.

  Para un parque dedicado a la paleoaventura la mejor promoción, la más efectiva, es, sin duda, la que se realiza entre aventureros, entre gente que esté en predisposición de viajar, entre personas que estén deseando escuchar nuevos destinos, nuevas rutas en donde vivir experiencias únicas, tanto con amigos, como en familia.

  Con este objetivo llegó SER Aventureros al Barranco Perdido. El programa de referencia de la radio española para la aventura, viajes y naturaleza se desplazó hasta Enciso para conocer, de primera mano, este rincón privilegiado de La Rioja. La visita previa realizada al parque maravilló a José Antonio Ponseti y a todo el equipo, que exportó, de forma brillante, a toda España, Latinoamérica y a la Costa Este de los Estados Unidos, todas las posibilidades turísticas, de aventura y diversión individual, colectiva y familiar que ofrece El Barranco Perdido.

  "Arrancamos desde La Rioja. Ser Aventureros". "Gracias a todos los que nos escucháis en España, en la sintonía de la Cadena SER, en América Latina a través de Radio Caracol, en la costa Este de los Estados Unidos y a los que optáis por escucharnos en formato podcast a través de todas las plataformas" Así comenzó, luciendo una camiseta de dinosaurios, perfecta

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

para la ocasión, José Antonio Ponseti, SER Aventureros. El programa líder entre los aventureros, que se emite en la madrugada del sábado al domingo, aporta información útil para el viajero, se hace eco de noticias relacionadas con la aventura y comenta las experiencias más apasionantes vividas por sus viajeros que, en este caso, coincidieron en recomendar El Barranco Perdido, porque "es una auténtica maravilla". El programa emitido el día 2 de julio se dedicó, íntegramente, a hablar de La Rioja, de las icnitas, de dinosaurios, de las rutas naturales tan increíbles que ofrece la región, de deportes de aventura y, sobre todo, de El Barranco Perdido. Además del equipo habitual, formado por Ángel Colina, José Luis Angulo y Raúl Ruiz, y otro 'arraigado' al territorio, como es el caso de Carlos Martínez Armas, el programa contó con la participación de:

Director General de Turismo de La Rioja, Ramiro Gil, que invitó a todos los oyentes a realizar un "viaje para descubrir todos los encantos que tiene el territorio riojano: naturaleza y turismo rural, turismo activo, gastronomía, enoturismo, cultura, historia y patrimonio, entre otros". Igualmente, invitó a "conocer la ciudad del calzado, Arnedo, pasear por la Reserva de la Biosfera, adentrarse en los deportes de aventura en esta zona del Alto Cidacos o a conocer una oferta gastronómica que no deja a nadie indiferente".

Director de El Barranco Perdido, Victor Fernández. "Este parque está ubicado en un paraje único en La Rioja, como es el Alto Cidacos y permite que cualquier persona, desde los más pequeños hasta los mayores, puedan disfrutar siendo paleontólogos por un día".

El paleontólogo, Juan Pedro que, con su juventud, trasladó un gran conocimiento a los oyentes: "las icnitas, nos dan pistas de los antiguos pobladores en La Rioja".

Susana Gómez, responsable en la Reserva de la Biosfera, que se detuvo en las bondades de este espacio natural, de 122.811 hectáreas, una cuarta parte del territorio en La Rioja, y que se asienta en 40 municipios. En su intervención, trasladó, con pasión, las maravillas que ofrece el paisaje riojano, provocando interés de visitar La Rioja, en los oyentes.

SER Aventureros lleva casi 30 años en antena y está dirigido a las personas a las que les gustan las experiencias más apasionantes de aventura y viajes, tanto a nivel nacional como internacional. Se emite tanto en España, a través de la Cadena SER, como en América Latina y parte de Estados Unidos, a través de Radio Caracol. Además, también se pueden descargar sus podcasts de programa a través todas las principales plataformas y en la web de la Cadena SER. Según los datos del EGM, este espacio cuenta con 321.000 oyentes, 60.000 descargas y suma más de 15.000 seguidores en sus perfiles de Facebook y Twitter.

El nombre de El Barranco Perdido, de Enciso, del Alto Cidacos, de La Rioja Baja y de toda La Rioja ha estado presente antes, durante y después del programa, tanto a nivel regional, como nacional e internacional. Y es que a las cuñas promocionales emitidas en antena y al programa íntegro grabado y emitido desde Enciso, se han de sumar las entrevistas realizadas previas al programa; las menciones e informaciones ofrecidas en la Cadena SER de La Rioja, anunciando

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

la presencia de Ponseti y "de toda su banda" en La Rioja; las menciones e informaciones ofrecidas en la SER de La Rioja anunciando la emisión del programa; la cuñas promocionales posteriores a la emisión del programa, animando a escuchar el podcast...

RESUMEN DE PROMOCIÓN REALIZADO

o Emisión del programa nacional: una hora de duración, en Cadena, programa emitido por la Cadena SER y Radio Caracol, en toda España, en Latinoamérica y la Costa Este de los Estados Unidos.

o 11 menciones promocionales en la Cadena SER, a nivel nacional, anunciando el programa desde El Barranco Perdido.

o 5 cuñas promocionales anunciando la publicación del podcast Ser Aventureros desde el Barranco Perdido

o 44 cuñas promocionales en la Cadena SER de La Rioja, mención expresa a La Rioja Turismo y Al Barranco Perdido, anunciando la grabación del programa

o 52 cuñas promocionales en Cadena Dial La Rioja, anunciando la grabación del programa

o 28 cuñas promocionales en Los 40 Rioja, anunciando la grabación del programa

o 17 cuñas promocionales, mención expresa a La Rioja Turismo y Al Barranco Perdido, anunciando la publicación del podcasto Entrevista con Ponseti, haciendo mención expresa a La Rioja Turismo y Al Barranco Perdido, en Hoy por Hoy La Rioja

o Entrevista con Ponseti y Raúl Ruiz, mención expresa a La Rioja Turismo y Al Barranco Perdido, en Hoy por Hoy La Rioja Baja

o Menciones promocionales el día de la grabación del programa en todos los programas regionales: Matinal 6.50, 7.20, 7.50 y 8.20 horas; Hoy por hoy La Rioja; Hora 14 La Rioja; La Ventana de La Rioja, Hora 25 La Rioja

o Mención, con entrevista, el día de la emisión del programa en A vivir La Rioja y en Hora 14 La Rioja (edición del sábado)

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

Pero, además de la presencia offline, la promoción del Barranco Perdido y de La Rioja se multiplica a través de las plataformas online. El programa se pudo escuchar a través de la APP de la Cadena SER y de la página web nacional de la Cadena SER, que publica que Ser Aventureros se ha emitido desde El Barranco Perdido; la página web de la Cadena SER de La Rioja publicó 5 noticias relativas a la presencia de Ponseti en Enciso; Otros portales, como la Guía de la Radio, Actualidad La Rioja (portal del Gobierno), La Radio o Radio en España, publicaron la noticia.

La repercusión continúa multiplicándose, ya que el programa se ha publicado en todas las mayores plataformas de podcast: PodiumPodcast, Music Amazon, Play Cadena SER, Ivoox, Podcast Apple, Player FM, Radio-España Podcast, Radio Cut, Podcast y Radio, Chartable Podcast, Podtail, Mytuner, Podcast España.....Además, sus direcciones, enlaces (links) incluyen, en su mayoría, el nombre de El Barranco Perdido, consiguiendo mayor promoción y retorno:

https://www.ivoox.com/ser-aventureros-barranco-perdido-audiosmp3_rf_89274841_1.html;

https://es.player.fm/series/ser-aventureros/entrevista-con-victor-fernandezcoordinador-del-parque-de-paleoaventura-el-barranco-perdido-de-enciso;

https://www.ivoox.com/ser-aventureros-barranco-perdido-audiosmp3_rf_89274841_1.html

Y, finalmente, las redes sociales, que también han contribuido a incrementar el retorno promocional del Parque de Paleoaventura. Además, la creatividad, diseñada para informar de la celebración del programa, contó siempre con la presencia de los logotipos de Turismo del Gobierno de La Rioja y de El Barranco Perdido. Todo ello ha contribuido a conseguir un importante retorno promocional, que multiplica, por varios dígitos, la inversión realizada y a crear un ambiente ideal para un destino turístico, de aventura y de naturaleza.

Hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

1.- Valoración Económica: estimación, en euros, del espacio o duración, según las tarifas de publicidad de los medios en los que aparece la información (sin tener en cuenta descuentos o promociones, es decir, a precio de tarifa).

2.-Hay páginas, portales y blogs que no cuentan con medición de audiencia oficial. Por este motivo, sus datos no están contabilizados, aunque realmente sí cuentan con alcance, por lo que también incrementan el retorno obtenido.

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

3.- La valoración económica no incluye la repercusión obtenida en las redes sociales. La Cadena SER no comercializa los post, por lo que al retorno promocional obtenido, hay que sumar la repercusión lograda a través de las redes, que han contribuido de forma importante a divulgar y promocionar EL Barranco Perdido.

Es decir, la valoración concreta es el gasto que hubiera tenido que realizarse, a tarifa, para conseguir la repercusión mediática lograda por la celebración del programa SER Aventureros desde El Barranco Perdido.

La promoción realizada y la emisión del programa SER Aventureros desde El Barranco Perdido, ha logrado un retorno promocional total de 225.330,00€, fruto de los impactos registrados, consiguiendo gran promoción a nivel regional, nacional e internacional (a través de la Cadena SER, Cadena SER de La Rioja y de Radio Caracol), además de la audiencia lograda a través de podcast y los alcances conseguidos a través de las redes sociales.

- En los años 2022 y 2023 se han llevado a cabo campañas publicitarias específicas del recurso El Barranco Perdido, bien a través de campañas publicitarias realizadas de cara a la Semana Santa (fecha de apertura de actividades del recurso), bien en campañas más globales en el tiempo y que abarca el periodo comprendido entre mayo y septiembre de cada temporada de apertura del Parque. . Se corresponde con PLANIFICACIÓN, COMPRA ESPACIOS CAMPAÑA PROMOCION BARRANCO PERDIDO ENCISO DEL ANEXO Y MEMORIA DEL EXPEDIENTE DEL CONVENIO.

Con estas actuaciones se promociona el turismo de paleoaventura, mediante la difusión publicitaria del recurso en medios de on y off line a nivel nacional y regional, para incrementar el interés del cliente objetivo de la instalación turística.

En concreto, se procedió a la contratación de los servicios de planificación, gestión de soportes publicitarios, compra de espacios y evaluación de resultados para la campaña de promoción turística del Parque El Barranco Perdido en prensa, radio, televisión, medios digitales y medios exteriores en cada una de las temporadas 2022 y 2023, respectivamente.

El objeto del contrato comportó los siguientes servicios y actividades profesionales requeridas:

a) La elaboración de una táctica de medios para la campaña de publicidad.

b) La contratación de los espacios publicitarios propuestos por La Rioja 360 Grados Sociedad de Promoción de La Rioja SAU según los porcentajes de audiencias y atendiendo a los públicos objetivos a los que se pretendía llegar con la campaña de publicidad.

c) La postevaluación del plan de medios propuesto.

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

DESCRIPCIÓN DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

Objetivos de comunicación: La promoción del parque temático El Barranco Perdido, en Enciso, La Rioja como destino turístico de calidad, comprendiendo el ámbito territorial de La Rioja, así como Vizcaya, Álava, Navarra y Burgos, con un ámbito temporal de 21 semanas, previendo el inicio de acciones la última semana del mes de marzo, con acciones puntuales de cara a los fines de semana de los meses de abril y mayo, y con una concentración de las acciones durante los meses de junio, julio y agosto.

1. Objetivos generales: dar a conocer y reforzar el parque temático El Barranco Perdido como destino turístico de interés entre el público objetivo definido con el fin de incrementar la demanda de servicios en el sector.

2. Objetivos específicos: la consecución de la campaña y presencia de la marca en los entornos propios del público objetivo definido, priorizando el ámbito territorial de La Rioja, así como Vizcaya, Álava, Navarra y Burgos, con el fin de rentabilizar la inversión de campaña y alcanzar notoriedad. Debía tenerse en cuenta tanto la captación de nuevos visitantes como la fidelización de los que ya han estado en el destino.

Público objetivo: Con carácter general los datos objetivos a tener en cuenta fueron los siguientes:

Público objetivo prioritario: Familias residentes en La Rioja, con hijos a partir de 4 años.

Público objetivo secundario: Familias residentes en Vizcaya, Álava y Navarra, con hijos a partir de 4 años.

Público objetivo terciario: Familias residentes en Burgos, con hijos a partir de 4 años.

TABLA DE GRUPOS, SOPORTES, FORMATOS E INVERSIÓN:

a) Prensa escrita 27% de la inversión publicitaria prevista
b) Otras publicaciones 1% de la inversión publicitaria prevista
c) Medios radiofónicos generalistas 21% de la inversión publicitaria prevista
d) Medios radiofónicos temáticos 16% de la inversión publicitaria prevista
e) Medios digitales 23% de la inversión publicitaria prevista
f) Medios digitales temáticos 2% de la inversión publicitaria prevista
g) Publicidad Exterior 10% de la inversión publicitaria prevista

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

La post-evaluación de las campañas han ofrecido los siguientes datos:

PERIODO ABRIL-MAYO

CONCLUSIONES Y EVALUACIÓN

La campaña se ha desarrollado en abril en Prensa, Radio y Digital.

PRENSA

No se ha producido ninguna incidencia.

Los anuncios se han publicado según el plan de medios sin ningún problema. Presentamos a continuación los datos de evaluación para las inserciones en prensa. La Guía GO! no está contemplada en el estudio EGM por lo que no se puede evaluar.

Soporte	Nº de inserciones	Cobertura	Cob. %	Contactos	GRP	OTS
El Día de La Rioja	4	6,5	2,35	18,7	6,8	0,7
Diario La Rioja	2	32,4	11,76	94,4	34,3	1,16
Diario de Navarra	2	0,6	0,14	0,6	0,25	1,19
El Correo	1	4	1,462	4	1,46	1
El Diario Burgos	1	3,2	1,012	3,6	1,03	0,8
Total	10	46,7	16,724	121,3	43,84	4,85

RADIO

No se ha producido ninguna incidencia.

Las cuñas se han publicado según el plan de medios.

Presentamos los datos de evaluación de las emisoras conseguidas a través del estudio EGM.

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

Soporte	Nº de inserciones	Cobertura	Cob. %	Contactos	GRP	OTS
COPE	12	11,69	4,21	106,1	38,61	2,81
SER	20	70	25,3	811,6	195,2	19,4
SER Navarra	15	52,5	18,9	608,7	146,4	14,55
SER Burgos	15	58,3	23,4	696,4	162,1	16,25
ONDA CERO	16	8,7	3,3	17,45	6,5	2,86
RADIO EUSKADI	18	30	31,4	340	7,4	0,48
RADIO VITORIA	28	98	35,42	1136	273,2	27,1
DIAL	15	7,2	2,64	46,99	16,83	1,9
MEGASTAR	48	8,5	3,17	31,5	11,3	1,7
C. 100	12	6,25	2,27	36	2,18	1,44
ROCK	15	19,2	4,39	43,5	15,89	1,81
LOS 40 (Rioja)	35	11,09	4,02	102	37,4	3,97
LOS 40 (Vitoria)	31	9,8	3,5	90,3	33,12	3,51
LOS 40 (Navarra)	42	13,7	4,8	123,4	44,9	4,76
LOS 40 (Burgos)	17	5,3	1,9	49.2	9,3	0,9
Total	339	410,23	168,62	4189,94	1000,33	103,44

DIGITALES

La campaña ha causado un buen impacto. A la hora de obtener los datos de la campaña nos damos cuenta de que el CGJ no permite evaluar algunos de los soportes presentados, en especial los más locales, por eso algunos se quedan fuera de la explicación.

Soporte	Impresiones (000)	Cobertura (000)	Cob. %	GRP	OTS
Larioja.com	250	71,25	23,5	60,5	2,75
El Día de La Rioja*	-	-	-	-	-
Rioja2	48	45	15,2	13,1	1,97
Total	550	74	24,4	110,6	4,5

* No ofrece datos.

El resto de soportes, al no estar contemplados en GFK, vamos a presentar los datos que nos ofrece OJD interactiva. El dato es mensual por soporte.

Soporte	Mes-año	Navegadores únicos	Visitas	Págs
nuevecuatrouno	noviembre 2022	222.705	732.139	1.237.971
El Balcón de Mateo	agosto 2022	55.688	73.290	132.886

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

NUEVECUATROUNO:

Banner Web Cabecera. Banner (1 de 6 slots en rotación) en todas las páginas de nuevecuatrouno.com excepto planes y especiales. Tamaños: 980x90, 728x90 y 350x90px.

Del 3 al 9 de abril. 1 semana. Banner Web Cabecera. Banner (1 de 6 slots en rotación) en todas las páginas de nueve- cuatrouno.com excepto planes y especiales.

Del 30 de marzo al 5 de abril. 1 semana. Banner Web Cabecera. Banner (1 de 6 slots en rotación) en todas las páginas de nuevecuatrouno.com excepto planes y especiales.

Tamaños: 980x90, 728x90 y 350x90px.

Del 1-2 de abril. Banner La Garnacha - Newsletter de Planes y eventos. - Banner formato: 600x150px.

Miércoles: 5 abril.

EL BALCÓN DE MATEO

Megabanner. Ubicación: cabecera. Visibilidad: toda la web. Dimensiones: versión escritorio/versión móvil. Publicación: del 1 al 8 de abril.

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

La campaña se ha desarrollado en mayo en Prensa, Radio y Digital.

RADIO

No se ha producido ninguna incidencia.

Las cuñas se han publicado según el plan de medios.

Presentamos los datos de evaluación de las emisoras conseguidas a través del estudio EGM.

Soporte	Nº de inserciones	Cobertura	Cob. %	Contactos	GRP	OTS
ONDA CERO	14	8,1	2,8	16,75	6,1	2,02
RADIO VITORIA	28	97	35,22	1129	271	26,8
Total	42	105,1	38,02	1135,75	277,1	28,82

PERIODO JUNIO:

PRENSA

No se ha producido ninguna incidencia.

Los anuncios se han publicado según el plan de medios sin ningún problema. Presentamos a continuación los datos de evaluación para las inserciones en prensa. La Guía GO! no está contemplada en el estudio EGM por lo que no se puede evaluar.

Soporte	Nº de inserciones	Cobertura	Cob. %	Contactos	GRP	OTS
El Día de La Rioja	1	1,6	0,58	4,65	1,7	0,17
Diario La Rioja	2	32,4	11,76	94,4	34,3	1,16
Diario de Navarra	1	0,4	0,9	0,42	0,18	0,96
El Correo	1	3,8	1,2	3,8	1,26	0,9
El Diario Burgos	1	3	0,98	3,4	0,95	0,7
Total	6	41,2	15,42	106,67	38,39	3,895

RADIO

No se ha producido ninguna incidencia.

Las cuñas se han publicado según el plan de medios.

Presentamos los datos de evaluación de las emisoras conseguidas a través del estudio EGM.

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

Soporte	Nº de inserciones	Cobertura	Cob. %	Contactos	GRP	OTS
COPE	18	17,5	7,02	159,1	57,9	4,2
SER	20	68	24,9	801,8	192,4	19,1
SER Navarra	15	51,9	18,5	610	142,5	14,98
SER Burgos	15	58	23	697	161	16,5
ONDA CERO	16	5,8	2,2	11,6	4,3	1,9
RADIO EUSKADI	15	16,07	16,8	182	3,96	0,25
RADIO VITORIA	28	60,9	22,03	706	169,9	16,8
DIAL	15	7	2,58	46,87	16,60	1,78
MEGASTAR	28	4,9	1,8	18,37	6,5	0,99
C. 100	9	4,6	1,7	27	1,63	1,08
ROCK FM	15	19	4,31	43,2	15,34	1,62
LOS 40 (Rioja)	25	7,9	2,8	72,8	26,7	2,8
LOS 40 (Bilbao)	15	12,7	3,8	121,4	39,9	3,76
LOS 40 (Vitoria)	20	6,3	2,2	58,2	21,3	2,2
LOS 40 (Navarra)	25	8,1	2,8	73,4	26,7	2,83
LOS 40 (Burgos)	17/21	6,5	2,3	60,7	11,4	1,11
Total	279	355,17	138,74	3689,44	898,03	91,9

DIGITALES

La campaña ha causado un buen impacto. A la hora de obtener los datos de la campaña nos damos cuenta de que el CGJ no permite evaluar algunos de los soportes presentados, en especial los más locales, por eso algunos se quedan fuera de la explicación.

Soporte	Impresiones (000)	Cobertura (000)	Cob. %	GRP	OTS
Larioja.com	250	70,87	23,1	60,2	2,35
El Día de La Rioja*	-	-	-	-	-
Rioja2**	48	45	14,9	12,9	1,67
Total	298	115,87	38	73,1	4,02

* No ofrece datos: Junio del 5 al 11/6/23 robapáginas doble en HOME.

** Junio del 5 al 11/6/23 robapáginas doble en HOME.

El resto de soportes, al no estar contemplados en GFK, vamos a presentar los datos que nos ofrece OJD interactiva. El dato es mensual por soporte.

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

Soporte	Mes-año	Navegadores únicos	Visitas	Págs
nuevecuatrouno	noviembre 2022	222.705	732.139	1.237.971
El Balcón de Mateo	agosto 2022	55.688	73.290	132.886

NUEVECUATROUNO:

Banner Web Cabecera. Banner (1 de 6 slots en rotación) en todas las páginas de nuevecuatrouno.com excepto planes y especiales. Tamaños: 980x90, 728x90 y 350x90px.

- Del 3 al 9 de junio. 1 semana. Banner Web Cabecera. Banner (1 de 6 slots en rotación) en todas las páginas de nueve- cuatrouno.com excepto planes y especiales.
- Del 30 de mayo al 5 de junio. 1 semana. Banner Web Cabecera. Banner (1 de 6 slots en rotación) en todas las páginas de nuevecuatrouno.com excepto planes y especiales.

Tamaños: 980x90, 728x90 y 350x90px.

- Del 1-2 de junio. Banner La Garnacha - Newsletter de Planes y eventos. - Banner formato: 600x150px.
- Miércoles: 7 de junio.

EL BALCÓN DE MATEO

- Megabanner. Ubicación: cabecera. Visibilidad: toda la web. Dimensiones: versión escritorio/versión móvil. Publicación: del 5 al 11 de junio.

<u>PERIODO JULIO:</u>

CONCLUSIONES Y EVALUACIÓN

- Esta parte de la campaña se ha desarrollado en julio en Prensa, Radio y Digital.

PRENSA

- No se ha producido ninguna incidencia.
- Los anuncios se han publicado según el plan de medios sin ningún problema. Presentamos a continuación los datos de evaluación para las inserciones en prensa. La Guía GO! no está contemplada en el estudio EGM por lo que no se puede evaluar.

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

Soporte	Nº de inserciones	Cobertura	Cob. %	Contactos	GRP	OTS
Diario La Rioja	1	15,4	6,76	43,2	16,3	076
Diario de Navarra	2	0,89	1,6	0,92	0,32	1,73
El Correo	1	3,6	1,1	3,6	1,19	0,84
El Diario Burgos	1	3	0,98	3,4	0,95	0,7
Total	5	22,89	10,44	51,12	18,76	79,27

RADIO

No se ha producido ninguna incidencia.

Las cuñas se han publicado según el plan de medios.

Presentamos los datos de evaluación de las emisoras conseguidas a través del estudio EGM.

Soporte	Nº de inserciones	Cobertura	Cob. %	Contactos	GRP	OTS
COPE	30	24,1	12,4	269,3	89,9	6,8
SER	20	67	24,1	878	191	18,9
SER Navarra	15	51,9	18,5	610	142,5	14,98
SER Burgos	15	57,5	22,9	691	160	16,2
RADIO EUSKADI	20/15	18,32	19,5	202	4,6	0,71
RADIO VITORIA	40	93,9	41,3	1.001	310	29,4
DIAL	15	6,8	2,38	45,82	15,92	1,63
MEGASTAR	26	4,5	1,6	18	6,1	0,71
C. 100	10	4,9	1,9	28,5	1,75	1,21
LOS 40 (Rioja)	15/25	4,9	1,6	42,2	16,2	1,9
LOS 40 (Bilbao)	15	12,2	3,6	121,1	38,9	3,21
LOS 40 (Vitoria)	14	2,8	0.97	24,2	10,3	1
LOS 40 (Navarra)	15	5,8	1,8	37,5	14,1	1,12
LOS 40 (Burgos)	15/21	3,8	1,7	34	6,8	0,77
Total	215	358,42	153,28	4002,62	1008,07	98,54

DIGITALES

La campaña ha causado un buen impacto. A la hora de obtener los datos de la campaña nos damos cuenta de que el CGJ no permite evaluar algunos de los soportes presentados, en especial los más locales, por eso algunos se quedan fuera de la explicación.

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

Soporte	Impresiones (000)	Cobertura (000)	Cob. %	GRP	OTS
Larioja.com	250	70,27	22,8	60,5	2,15
El Día de La Rioja*	-	-	-	-	-
Rioja2**	48	45	14,9	12,9	1,67
Total	298	115,87	38	73,1	4,02

* No ofrece datos: Julio del 2 al 8/7/23 robapáginas doble en HOME.

** Julio del 10 al 14/7/23 robapáginas doble en HOME.

El resto de soportes, al no estar contemplados en GFK, vamos a presentar los datos que nos ofrece OJD interactiva. El dato es mensual por soporte.

Soporte	Mes-año	Navegadores únicos	Visitas	Págs
nuevecuatrouno	noviembre 2022	222.705	732.139	1.237.971
El Balcón de Mateo	agosto 2022	55.688	73.290	132.886

NUEVECUATROUNO:

Banner Web Cabecera. Banner (1 de 6 slots en rotación) en todas las páginas de nuevecuatrouno.com excepto planes y especiales. Tamaños: 980x90, 728x90 y 350x90px.

1 semana. Banner Web Cabecera. Banner (1 de 6 slots en rotación) en todas las páginas de nuevecuatrouno.com excepto planes y especiales.

1 semana. Banner Web Cabecera. Banner (1 de 6 slots en rotación) en todas las páginas de nuevecuatrouno.com excepto planes y especiales.

Tamaños: 980x90, 728x90 y 350x90px.

Banner La Garnacha - Newsletter de Planes y eventos. - Banner formato: 600x150px.

EL BALCÓN DE MATEO

Megabanner. Ubicación: cabecera. Visibilidad: toda la web. Dimensiones: versión escritorio/versión móvil. Publicación: del 5 al 11 de julio.

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

AUTOBÚS URBANO

Trasera integral maxi. Julio.

MUPIS

23 unidades. Julio.

PANTALLAS DIGITALES

2 durante 1 mes.

PERIODO AGOSTO:

CONCLUSIONES Y EVALUACIÓN

Esta parte de la campaña se ha desarrollado en agosto en Prensa, Radio y Digital.

PRENSA

No se ha producido ninguna incidencia.

Los anuncios se han publicado según el plan de medios sin ningún problema. Presentamos a continuación los datos de evaluación para las inserciones en prensa.

La Guía GO! no está contemplada en el estudio EGM por lo que no se puede evaluar (adjuntamos comprobante).

Soporte	Nº de inserciones	Cobertura	Cob. %	Contactos	GRP	OTS
Diario La Rioja	2	28,7	11,36	61,9	27,1	1,6
Diario de Navarra	2	0,85	1,4	0,89	0,30	1,64
Total	4	29,55	12,76	62,79	27,4	3,24

RADIO

No se ha producido ninguna incidencia.

Las cuñas se han publicado según el plan de medios.

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

Presentamos los datos de evaluación de las emisoras conseguidas a través del estudio EGM.

Soporte	Nº de inserciones	Cobertura	Cob. %	Contactos	GRP	OTS
SER	15	48	19,8	622	123	12,4
RADIO VITORIA	15	38,1	19,3	435	145	14,4
DIAL	15	6,4	2,1	45,4	15,5	1,33
MEGASTAR	8	1,3	0,4	3,1	1,05	0,12
C. 100	12	5,1	2,01	28,9	1,98	1,29
LOS 40 (Rioja)	40	7,8	2,5	67,5	25,9	3,04
LOS 40 (Bilbao)	15	11,9	3,4	120,7	38,2	2,98
Rock FM	15	18,8	4,2	43,3	15,6	1,76
LOS 40 (Navarra)	15	5,6	1,6	37,1	13,9	1,02
LOS 40 (Burgos)	15	2,2	0,92	25	4,2	0,61
Total	165	145,2	56,23	1428	384,33	38,95

DIGITALES

La campaña ha causado un buen impacto. A la hora de obtener los datos de la campaña nos damos cuenta de que el CGJ no permite evaluar algunos de los soportes presentados, en especial los más locales, por eso algunos se quedan fuera de la explicación.

Soporte	Impresiones (000)	Cobertura (000)	Cob. %	GRP	OTS
Larioja.com	250	69,47	21,9	58,5	2,07
El Día de La Rioja*	-	-	-	-	-
Rioja2**	48	44	14,7	12,7	1,62
Total	298	113,47	35,6	71,2	3,62

* No ofrece datos: Agosto del 6 al 13/8/23 cinta en la HOME.

** del 7 al 11/8/23 banner en HOME.

El resto de soportes, al no estar contemplados en GFK, vamos a presentar los datos que nos ofrece OJD interactiva. El dato es mensual por soporte.

Soporte	Mes-año	Navegadores únicos	Visitas	Págs
nuevecuatrouno	noviembre 2022	222.705	732.139	1.237.971
El Balcón de Mateo	noviembre 2022	55.688	73.290	132.886

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

NUEVECUATROUNO:

Banner Web Cabecera. Banner (1 de 6 slots en rotación) en todas las páginas de nuevecuatrouno.com excepto planes y especiales. Tamaños: 980x90, 728x90 y 350x90px.

1 semana. Banner Web Cabecera. Banner (1 de 6 slots en rotación) en todas las páginas de nuevecuatrouno.com excepto planes y especiales.

1 semana. Banner Web Cabecera. Banner (1 de 6 slots en rotación) en todas las páginas de nuevecuatrouno.com excepto planes y especiales.

Tamaños: 980x90, 728x90 y 350x90px.

Banner La Garnacha - Newsletter de Planes y eventos. - Banner formato: 600x150px.

EL BALCÓN DE MATEO

Megabanner. Ubicación: cabecera. Visibilidad: toda la web. Dimensiones: versión escritorio/versión móvil. Publicación: del 7 al 13 de agosto.

El parque ha tenido en la temporada 2023 (periodo de apertura del 6 de abril al 15 de octubre) un total de 28.086 visitantes, cuyo perfil ha sido el siguiente:

De las personas que visitaron el parque, el 75% eran familia, el 3,35% eran pareja y el 21,65% grupos de amigos.

Un gran porcentaje (el 30,63%) tiene entre 7 y 11 años. El siguiente grupo de edad más numeroso, lo forman los adultos entre 31 y 45 años, un 26,53%; seguido de los adultos entre 46 y 64 años, un 11,13%.

El 99,23 % de las personas que han visitado "El Barranco Perdido" son españolas. La mayoría de los extranjeros son procedentes de Francia, Sudamérica, Inglaterra y Alemania.

Por comunidades autónomas, las principales fuentes de visitantes fueron, La Rioja (33,11 %), País Vasco (24,73%), Navarra (23,76%), Castilla y León (4,54%), Cataluña (3,29%), Madrid (3,04%), y Aragón (1,71%).

Por provincias, los grupos más numerosos llegaron de La Rioja, Navarra, Guipúzcoa, Vizcaya, Álava, Madrid, Barcelona, Soria y Zaragoza -por este orden-.

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

El 72,93% de los visitantes preparó su viaje hasta Enciso de forma libre. El 17,23% lo hizo con el apoyo de una asociación, colegios, APAS...; el 9,41% como grupo organizado en colaboración con el sector hotelero de la zona y un 0,43% pasaba por la zona.

Cada vez son más los que organizan su viaje a la zona con el parque como actividad principal. El boca a boca de los padres y niños que vienen con los colegios y asociaciones, está ganando terreno a los medios de comunicación clásicos.

El 47,09% de los visitantes manifiesta que se han cumplido sus expectativas valorando las actividades como "buenas", seguido de un 34,82% que las valora como "muy buenas". Destacar que el parque cumple con las expectativas más del 72% de los visitantes.

De las propuestas, relación calidad precio el mayor número de "votos", un 41,96% las valora como "bueno", considerando por lo tanto que el costo de la entrada a las instalaciones es asequible y correcto para la mayoría de los visitantes. Teniendo en cuenta las dificultades económicas, es una buena relación calidad/precio.

Ha aumentado el número de entradas vendidas con descuentos y acuerdos promocionales, por lo que la gente busca antes de venir a que descuentos se puede acoger para que la entrada les resulta más apetecible.

Valoración del entretenimiento en actividades: El 81,91% de los visitantes manifiesta mediante una respuesta positiva esta pregunta, no sólo su satisfacción sino también su valoración, al igual que en la seguridad en las actividades que recibe un 87,68%. Sobre el trato y la información un 73,66% da una respuesta satisfactoria. Las actuaciones teatralizadas merecen un sitio destacado ya que el 89,69% cree que es "buena" y "muy buena", además los comentarios es que es un buen complemento entre las actividades y la piscina y les agrada que sea por el mismo precio.

Por actividades, los talleres infantiles cuentan con una valoración de muy buena en un 74,38% y como bueno el 13,21%. Las encuestas realizadas al público usuario del circuito de multiaventura ponen de manifiesto que el 81,67% lo valoran como bueno y muy bueno y el resto como regular y/o necesita mejorar. El circuito de paleoaventura se valora como muy bueno o bueno en un 82,49%; y el resto regular y necesita mejorar. En este último circuito se valora muy satisfactoriamente el trato del personal, así el 81,26% lo considera como bueno y muy bueno.

En la temporada de apertura de 2022, un total de 32.027 personas visitaron el parque de paleoaventura El Barranco Perdido desde su apertura el 14 de abril hasta el 9 de octubre. El volumen de asistencia supuso un crecimiento del 20% respecto al mismo periodo de 2021

Edificio Riojaforum
C/ San Millán, 25
26071 Logroño (La Rioja)
larioja.org

(26.518 personas). Las cifras de visitantes fueron similares a los ejercicios previos a la pandemia, consolidándose como la cuarta temporada como mejor registro desde su apertura, con cifras superiores a los 30.000 visitantes.

Los días de mayor afluencia fueron el 31 de julio con 602 visitantes; 20 de agosto con 592 visitantes; y el 6 de agosto con 572 visitas. En cuanto a la procedencia de los visitantes, en primer lugar se sitúa La Rioja (29,92%), seguida de Navarra (22,82%) y País Vasco (22,31%). La práctica totalidad de las personas que visitaron el parque eran de procedencia española, aunque también se han recibido turistas procedentes de Francia (83,24% del total de extranjeros), así como de Estados Unidos, Polonia Dinamarca e Israel.

Entre los usuarios del parque dominó el público familiar, que supone el 77% del total de los visitantes, y los grupos, que suponen el 20,25%. Por edades, el segmento más numeroso en niños fue el de entre 7 y 11 años (22,89%); seguido de los niños de 12 a 15 años (20,01%); y de 4 a 6 años (11,94%). Los adultos de entre 31 y 45 años supusieron el 23,32% del total del público.

En cuanto al tipo de actividades elegidas, el público optó por la entrada completa en el 39,38% de los casos, seguida por el circuito paleontológico (16,09%) y el circuito multiaventura (14,38%), que siguieron siendo las más valoradas.

La Rioja
LA RIOJA 360 GRADOS AVANZA
SOCIEDAD DE PROMOCIÓN
DE LA RIOJA, S.A.U.
Edificio Riojaforum
San Millán, 25
26071 Logroño

Fdo.: Francisco Hidalgo Vázquez
Jefe Administración
La Rioja 360 Grados Avanza, SAU