



Informe anual de Publicidad Institucional 2018

Portavoz del Gobierno

Enero de 2019

Edita:

Presidencia,
Relaciones Institucionales
y Acción Exterior

C/. Vara de Rey 1-3
26071 Logroño (La Rioja)
publicidad@larioja.org
www.larioja.org/publicidad

Fecha de edición: Enero de 2019
Maquetado e impreso en La Rioja

Introducción

El Plan Anual de Publicidad Institucional 2018 recoge **toda la actividad publicitaria** que el Gobierno de La Rioja, la Administración regional y sus entes públicos, desarrollarán a lo largo de un **año natural**.

En el plan se transparentan todas las **campañas publicitarias** que se articularán desde las diferentes consejerías y los **patrocinios institucionales** que se celebrarán entre el Gobierno de La Rioja y personas jurídicas terceras.

El plan de 2018 está compuesto por **61 campañas de publicidad**, de las que 51 corresponden a los órganos de la Administración General de la Comunidad Autónoma de La Rioja y 10 a los entes públicos.

La inversión de las campañas publicitarias del Gobierno de La Rioja asciende a 2,95 millones de euros, de los que **1,4 millones de euros** corresponden a las campañas de la Administración General, coordinadas en la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

El artículo 9 de la Ley 7/2017, de 22 de Mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional, recoge diversos puntos sobre la planificación de las campañas publicitarias:

1. Anualmente se elaborará un plan de publicidad institucional en el que se incluirán todas las campañas de publicidad institucional que se prevea desarrollar por los entes sujetos a esta norma.
2. En el plan se especificarán, al menos, las indicaciones necesarias sobre:
 - 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.
3. El Plan Anual de Publicidad Institucional será aprobado por el Consejo de Gobierno, a propuesta de la consejería con competencias en política informativa. De la aprobación del plan, y de su contenido íntegro, se dará cuenta a la Comisión Institucional, de Desarrollo Estatutario y de Régimen de la Administración Pública del Parlamento de La Rioja en el plazo de un mes desde su aprobación.
4. Excepcionalmente, cuando deban realizarse campañas de publicidad institucional no previstas en el plan anual, el órgano o entidad que la promueva lo comunicará, con carácter previo, a la consejería que coordine la ejecución del plan a efectos de su inclusión en el mismo si procede. Trimestralmente se informará a la Comisión Institucional referida en el apartado anterior de las modificaciones efectuadas en el plan.
5. Junto a la información referida a las campañas de publicidad, el plan incluirá los fines u objetivos corporativos que, en su caso, deberán estar presentes en las diferentes campañas de publicidad, así como las pautas de identidad gráfica corporativa a las que deben sujetarse, y en todo caso la identificación de la campaña como institucional.

6. El plan se someterá a los principios de transparencia activa, su contenido será publicado en el Portal de Transparencia de la Comunidad Autónoma de La Rioja. Igualmente, se someterán a los principios de publicidad previstos en la normativa de transparencia los contratos suscritos en este ámbito.

Objetivos generales del plan anual

- Recoger **todas las campañas de publicidad institucional** que se prevea desarrollar por los entes sujetos a esta norma, 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.

Contenidos del plan anual

El plan anual debe **recoger una información básica** de cada una de las campañas publicitarias que desarrollará el Gobierno de La Rioja:

- El objetivo de la 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.

Rendición de cuentas

Con carácter trimestral y anual, el Gobierno de La Rioja debe remitir al Parlamento de La Rioja un informe con la ejecución del Plan Anual de Publicidad Institucional y las novedades que se hayan producido respecto al plan inicial. Por ejemplo, la inclusión de campañas publicitarias extraordinarias que no estuviesen previstas inicialmente o los patrocinios institucionales que se hubieran desarrollado hasta la fecha.

1. La relación con el Parlamento de La Rioja

El Parlamento de La Rioja, a través de la Comisión Institucional, de Desarrollo Estatutario y Régimen de la Administración Pública, participa activamente en la supervisión y el control de la publicidad institucional del Gobierno de La Rioja.

Así lo reconoce la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional, que atribuye a esta comisión parlamentaria un conjunto de funciones:

- Recibir información sobre el Plan Anual de Publicidad Institucional, en el plazo de un mes desde su aprobación en el Consejo de Gobierno.
- Recibir información, con carácter trimestral, de las modificaciones que haya sufrido el plan inicial aprobado por el Consejo de Gobierno.
- Recibir información, con carácter trimestral, de las solicitudes de cese y rectificación que se hayan cursado a las campañas publicitarias del Gobierno.

Estado de las relaciones con el Parlamento de La Rioja

En el año en curso se han articulado las siguientes relaciones con el Parlamento de La Rioja.

▪ 28 de enero de 2018

Aprobación de la Ley de Presupuestos de la Comunidad Autónoma de La Rioja. La aprobación definitiva incluyó una modificación de las partidas presupuestarias destinadas a Publicidad Institucional, quedando así reflejadas en la clasificación orgánica-económica de la consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior:

Nombre	Clasificación	Presupuesto anual
Plan de medios	14.10.1812.226.11	1 660 000 euros
Sensibilización LGTBI	14.10.1812.226.13	40 000 euros
Creatividad publicitaria	14.10.1812.227.13	130 000 euros

▪ 8 de febrero de 2018

Comparecencia de la consejera de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior para presentar el plan anual de Publicidad Institucional.

▪ 16 de febrero de 2018

Comparecencia conjunta de las consejeras de Desarrollo Económico y Presidencia para dar cuenta de las campañas de promoción turística realizadas por La Rioja Turismo, SAU en 2017.

■ **Iniciativas parlamentarias registradas y contestadas:**

Exp.	Tema	Fecha	Proponente	Grupo	Consejería
9L/SIDI-2143	Aportación del Gobierno de La Rioja y detalle de las partidas presupuestarias afectadas para la organización de la celebración del Foro Fiscal de La Rioja	28/12/2018	Ubis López, Diego	GP Ciudadanos	Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior
9L/SIDI-2144	Aportación del Gobierno de La Rioja y detalle de las partidas presupuestarias afectadas para la organización de la campaña institucional sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible	28/12/2018	Ubis López, Diego	GP Ciudadanos	Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior
9L/PPLD-0022	Proposición de ley de modificación de la Ley 7/2017, de 22 de mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional.	12/06/2018	Andreu Rodriguez, Concepcion	GP Socialista	Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior
9L/POP-1395	Si se ha planteado el Gobierno de La Rioja alguna medida para evitar la publicidad sexista en nuestra comunidad.	24/04/2018	Rodriguez Valladolid, Natalia	GP Podemos La Rioja	Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior
9L/SIDI-1972	Ejecución del presupuesto destinado a publicidad dentro de la entidad pública La Rioja Turismo durante el año 2015.	19/02/2018	Ubis Lopez, Diego	GP Ciudadanos	Desarrollo Económico e Innovación
9L/SIDI-1973	Ejecución del presupuesto destinado a publicidad dentro de la entidad pública La Rioja Turismo durante el año 2016.	19/02/2018	Ubis Lopez, Diego	GP Ciudadanos	Desarrollo Económico e Innovación
9L/SIDI-1974	Ejecución del presupuesto destinado a publicidad dentro de la entidad pública La Rioja Turismo durante el año 2017.	19/02/2018	Ubis Lopez, Diego	GP Ciudadanos	Desarrollo Económico e Innovación
9L/SIDI-1975	Presupuesto destinado a publicidad con el que ha contado la entidad pública La Rioja Turismo en el año 2015.	19/02/2018	Ubis Lopez, Diego	GP Ciudadanos	Desarrollo Económico e Innovación
9L/SIDI-1976	Presupuesto destinado a publicidad con el que ha contado la entidad pública La Rioja Turismo en el año 2016.	19/02/2018	Ubis Lopez, Diego	GP Ciudadanos	Desarrollo Económico e Innovación
9L/SIDI-1977	Presupuesto destinado a publicidad con el que ha contado la entidad pública La Rioja Turismo en el año 2017.	19/02/2018	Ubis Lopez, Diego	GP Ciudadanos	Desarrollo Económico e Innovación

2. Campañas de publicidad institucional

Introducción

Las campañas publicitarias son uno de los dos formatos reconocidos en la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional.

A través de ellas, dirigimos mensajes a los ciudadanos para difundir iniciativas que ponemos en marcha; mejorar el conocimiento de los órganos y los servicios de la Administración o, por ejemplo, para concienciar a la ciudadanía sobre asuntos de interés o de actualidad.

En definitiva, a través de la publicidad intentamos alcanzar objetivos de comunicación que nos hemos fijado.

Lo hacemos a través de diferentes soportes y formatos; en colaboración con los sectores mediático, creativo y de las artes gráficas en La Rioja.

Objetos de las campañas

La Ley de Comunicación y Publicidad Institucional establece que finalidad deben tener las campañas publicitarias.

Para ello, se recogen un conjunto de objetos o fines para las campañas publicitarias.

La publicidad institucional tiene como objetivos los de informar, promover o difundir algunas de las siguientes cuestiones:

- El conocimiento de los valores y principios constitucionales y estatutarios.
- Los derechos y obligaciones de los ciudadanos o grupos de ciudadanos.
- Las 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 prestan y las actividades que desarrollan las administraciones anunciantes, su funcionamiento, y las condiciones de acceso y uso.
- Los valores, 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, especialmente en el exterior, promover la comercialización de productos, atraer inversiones, así como el fomento del turismo.
- Difundir la cultura, el patrimonio histórico-artístico y la riqueza natural y paisajística de la Comunidad Autónoma de la Rioja.
- Difundir ofertas de empleo público u otras cuya importancia e interés así lo aconsejen.

Tipologías de campañas publicitarias

Las campañas publicitarias se **agrupan en tipologías** de acuerdo a los objetivos que nos fijamos en la Administración regional. Se establecen los siguientes **tipos de campañas**:

Tipo	Objetivos y fines
Institucionales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Difundir asuntos vinculados con el concepto territorial de La Rioja, las señas de identidad y otros elementos característicos de la región. ▪ Difundir retos y objetivos de la comunidad autónoma, que implica la participación de otras Administraciones o instituciones de La Rioja.
Corporativas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mejorar la notoriedad y el conocimiento de las instituciones, los órganos y los centros de la Administración. ▪ Difundir la misión, la visión, los valores y principios de las instituciones (cartas de identidad).
De servicio público	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Difundir los servicios públicos del Gobierno de La Rioja, las convocatorias y las ayudas públicas de la Administración regional. ▪ Difundir la iniciativa legislativa y los instrumentos de planificación del Gobierno de La Rioja.
Culturales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Difundir la oferta cultural del Gobierno de La Rioja. ▪ Difundir las iniciativas culturales de La Rioja presentadas a las convocatorias de fomento y promoción de la cultura del Gobierno de La Rioja.
Sociales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promover la concienciación y la reflexión ciudadanas. ▪ Evitar conductas de riesgo en la ciudadanía. ▪ Fomentar la educación social y promocionar los valores cívicos.
De formación y empleo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Difundir asuntos relacionados con el empleo, la empleabilidad y la capacitación de las personas.

2.1. Campañas reguladas en el plan de publicidad.

En este punto enumeramos las campañas publicitarias puestas en marcha por la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior previstas en el Plan Anual de Publicidad Institucional.

Campañas finalizadas

Estas son las campañas que se han realizado en 2018:

Código	Denominación	Órgano de administración	Importe	Cuatrimestre
CP 18 001	Día de La Rioja	Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior	16 532,74 € (IVA incluido)	Segundo
CP 18 002	Día de Europa	Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior	13 627,39 € (IVA incluido)	Segundo
CP 18 003	Agenda para la Población	Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior	15 657,07 € (IVA incluido)	Primero y segundo
CP 18 005	50º. Aniversario de las Crónicas Najerenses	Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior	29 710,10 € (IVA incluido)	Segundo
CP 18 006	40.º Aniversario de la Constitución Española	Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior	38 634,92 € (IVA incluido)	Tercero
CP 18 007	Día de los Derechos Humanos	Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior	38 674,90 € (IVA incluido)	Tercero

CP 18 008	Publicidad Institucional	Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior	16.233,31 € (IVA incluido)	Primero
CP 18 010	Día Internacional para la Tolerancia	Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior	3 383,16 € (IVA incluido)	Tercero
CP 18 012	Presupuestos de la CAR 2018	Administración Pública y Hacienda	27.021,21 € (IVA incluido)	Primero
CP 18 013	Alimentación Saludable	Salud	39 745,15 € (IVA incluido)	Tercero
CP 18 014	Paseos Saludables	Salud	33 268,72 € (IVA incluido)	Primero y segundo
CP 18 015	Verano saludable	Salud	17 304,06 € (IVA incluido)	Segundo
CP 18 016	Vacunación de la gripe	Salud	40 592,66 € (IVA incluido)	Tercero
CP 18 017	Alianza Riojana por la Salud	Salud	30.541,64 € (IVA incluido)	Primero
CP 18 019	Banco de Sangre	Salud	41 389,22 € (IVA incluido)	Segundo
CP 18 021	Sustancias adictivas	Salud	38 272,12 € (IVA incluido)	Tercero
CP 18 022	Oferta formativa en de idiomas	Educación, Formación y Empleo	17.855,91 € (IVA incluido)	Primero
CP 18 023	Oferta formativa FP	Educación, Formación y Empleo	14 684,15 € (IVA incluido)	Segundo
CP 18 025	Procesos de matrícula en diferentes niveles educativos	Educación, Formación y Empleo	17 848,36 € (IVA incluido)	Primero
CP 18 028	Los valores del deporte	Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia	18 150,00 € (IVA incluido)	Primero y segundo
CP 18 030	Violencia de género	Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia	2 790,26 € (IVA incluido)	Tercero
CP 18 031	Igualdad de género	Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia	39 298,21 € (IVA incluido)	Tercero
CP 18 034	Diversidad afectivo-sexual	Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior	3 600,96 € (IVA incluido)	Segundo
CP 18 040	Ayudas a la rehabilitación de edificios	Fomento y Política Territorial	41 596,12 € (IVA incluido)	Tercero
CP 18 042	Agricultura en La Rioja	Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente	16.500,00 € (IVA incluido)	Anual
CP 18 044	Carné de fitosanitarios	Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente	18.155,09 € (IVA incluido)	Primero
CP 18 047	Actual 2019	Desarrollo Económico e Innovación	33 000,00 € (IVA incluido)	Tercero

CP 18 050	Lucha contra el fraude fiscal	Administración Pública y Hacienda	27 999,99 € (IVA incluido)	Tercero
CP 18 061	Alimentos de La Rioja	Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente	18.150,00 € (IVA incluido)	Anual
CP 18 062	Día de Internet	Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior	2.000 € (IVA incluido)	Segundo
CP 18 063	Máster en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño	Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior	12 041,50 € (IVA incluido)	Segundo
CP 18 064	Fiestas libres de sexismo	Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia	35 406,14 € (IVA incluido)	Tercero
CP 18 065	Los Milagros del Santo	Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior	3 014,18 € (IVA incluido)	Segundo
CP 18 066	Inscripción extraordinaria EOI	Educación, Formación y Empleo	25 892,15 € (IVA incluido)	Segundo
CP 18 068	Promoción de la lectura	Desarrollo Económico e Innovación	3 349,89 € (IVA incluido)	Tercero
CP 18 069	Donación de sangre	Salud	6 050 € (IVA incluido)	Tercero

Campañas puestas en marcha según tipología

Tipo	Campañas
Institucionales	7
Corporativas	3
De servicio público	4
Culturales	3
Sociales	14
De formación y empleo	2

Campañas puestas en marcha según tipo de contrato

Contratos de creación publicitaria		Contratos de difusión publicitaria	
Contratación menor	Procedimiento abierto simplificado	Contratación menor	Procedimiento abierto simplificado
35	0	23	13

2.2. Resumen de campañas.

CP 18 001 DÍA DE LA RIOJA

Descripción

Campaña institucional del Día de La Rioja para difundir el significado de este signo de identidad riojana e informar de la programación de actividades organizada por las instituciones regionales.

Público objetivo

La campaña institucional se dirige a toda la población riojana, aunque incide en tres grupos concretos:

- Niños y jóvenes riojanos con edades comprendidas entre los 10 y los 31 años.
- Familias riojanas: un grupo compuesto por hombres y mujeres de edades comprendidas entre los 32 y los 65 años.
- Personas con más de 65 años.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 001.
- Denominación de campaña: Día de La Rioja.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 4 al 9 de junio de 2018.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 60 754,75 € (IVA Incluido).
- Ejecución final: 16 532,74 € (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/dia-rioja-2018>

CP 18 002 DÍA DE EUROPA

Descripción

Campaña institucional del Día de Europa con el objetivo de difundir la efeméride europea entre la sociedad riojana, mejorar el grado de conocimiento ciudadano y explicar la repercusión de la condición europea de nuestra región.

Público objetivo

- Público primario: Riojanos entre 35 y 65 años.
- Público secundario: Riojanos entre 18 y 35 años.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 002.
- Denominación de campaña: Día de Europa.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 7 al 13 de mayo de 2018.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 28 892,15 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 13 627,39 euros (IVA incluido)
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/dia-europa>

CP 18 003 AGENDA PARA LA POBLACIÓN

Descripción

Campaña publicitaria sobre las Ayudas a Iniciativas Emblemáticas de la Agenda para la Población de La Rioja 2030, instrumento de la Comunidad Autónoma de La Rioja para intervenir sobre el desafío demográfico.

Público objetivo

- Público primario: El público al que se dirige principalmente esta campaña de publicidad institucional está formado por la sociedad riojana en edad laboral, comprendida entre los 18 años y los 65 años de edad.
- Un universo en el que convergen emprendedores, tejido económico de la comunidad autónoma -conformado por empresas, especialmente pymes y autónomas con domicilio fiscal en La Rioja-, asociaciones, colectivos u otros grupos de interés que quieren poner en marcha una iniciativa que ayude a afrontar el reto demográfico en su población.
- Público secundario: Agentes públicos, como por ejemplo ayuntamientos, que reúnan a diferentes colectivos o agentes socioeconómicos de su localidad para juntos llevar a cabo una iniciativa en la línea planteada en el apartado anterior.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 003.
- Denominación de campaña: Agenda para la Población.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Primero-Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 30 de abril al 6 de mayo de 2018.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 31 305,48 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 15 657,07 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/agenda-poblacion>

CP 18 005 50.º ANIVERSARIO DE LAS CRÓNICAS NAJERENSES

Descripción

Campaña de publicidad con motivo del 50 aniversario de la representación histórico-medieval conocida popularmente como "Crónicas Najerenses", centrada en transmitir el reflejo de la historia y el legado medieval del valle, junto con las actividades programadas para conmemorar esta efeméride.

Público objetivo

La campaña institucional se dirige a toda la población riojana, aunque incide en tres grupos concretos:

- Niños y jóvenes riojanos con edades comprendidas entre los 10 y los 31 años.
- Familias riojanas: un grupo compuesto por hombres y mujeres de edades comprendidas entre los 32 y los 65 años.
- Personas con más de 65 años.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 050.
- Denominación de campaña: 50.º Aniversario de las Crónicas Najerenses.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Tipología de campaña: Cultural.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 16 al 29 de julio.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 27 515,76 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 29 710,10 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/50-aniversario-chronicas-najerenses-15c599>

CP 18 006 40.º ANIVERSARIO DE LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA

Descripción

Campaña institucional con motivo del 40.º aniversario de la Constitución Española. Además de difundir esta efeméride entre los riojanos, pretendía invitar al debate y a la reflexión por parte de los ciudadanos sobre el patrimonio democrático y social, formado por derechos y libertades, del que goza la sociedad actual gracias a la actual Carta Magna.

Público objetivo

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

- Población de entre 40 y 75 años.
- Población de entre 18 y 40 años.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 006.
- Denominación de campaña: 40.º Aniversario de la Constitución Española.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 6 al 16 de diciembre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 28 573,19 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 34 674,92 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/40-aniversario-constitucion-espanola>

CP 18 007 DÍA DE LOS DERECHOS HUMANOS

Descripción

Campaña institucional con motivo del Día Internacional de los Derechos Humanos. En este marco, la campaña hace referencia a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que sirven de marco general para orientar las actividades de desarrollo a escala nacional y mundial durante los próximos años, incluyéndose acciones que van desde la eliminación de la pobreza hasta la lucha contra el cambio climático, la educación, la igualdad de la mujer, la defensa del medio ambiente o el diseño de nuestras ciudades.

Público objetivo

El público al que se dirige esta campaña está formado por riojanas y riojanos, en edad adulta, que residan en nuestra Comunidad Autónoma y también en el exterior.

En líneas generales, el público objetivo son personas entre 18 y 65 años.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 007.
- Denominación de campaña: Día de los Derechos Humanos.

- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 6 al 16 de diciembre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 17 329,38 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 38 674,90 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/dia-derechos-humanos>

CP 18 008 PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

Descripción

Campaña informativa para mejorar el conocimiento y la participación del sector creativo en los procesos de publicidad institucional del Gobierno de La Rioja; así como para difundir los derechos de ciudadanía vinculados con la Ley 7/2017, de 22 de mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional.

Público objetivo

La campaña institucional se dirige a toda la población riojana, aunque incide en tres grupos concretos:

- Público primario: Sector creativo riojano, formado por agencias de publicidad y comunicación y profesionales autónomos.
- Público secundario: Todo ciudadano mayor de edad que resida en nuestra comunidad autónoma. Un rango de población extenso entre el que elegimos a todos los riojanos con edades comprendidas entre los 18 y los 80 años. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 239.942 riojanos.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 008.
- Denominación de campaña: Publicidad Institucional.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Tipología de campaña: De servicio público.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 26 de enero al 1 de febrero de 2018.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 19 429,40 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 16 233,31 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/publicidad-institucional>

CP 18 010 DÍA INTERNACIONAL PARA LA TOLERANCIA

Descripción

Campaña institucional con motivo de la conmemoración del 16 de noviembre, Día Internacional para la Tolerancia.

Público objetivo

Entendemos como público primario a la sociedad riojana en general: al conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. Al definirse un grupo primario con tanta amplitud, se divide por segmentos más concretos de edad:

- Niños y jóvenes: Incluimos en este grupo a los niños y jóvenes desde los 10 años hasta los 31 años.
- Familias riojanas: Seleccionamos nuestro público objetivo como aquel grupo formado por mujeres y hombres desde los 32 años hasta los 65 años.
- Personas mayores de 65 años.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 010.
- Denominación de campaña: Día Internacional para la Tolerancia.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 13 al 26 de noviembre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 25 262,98 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 3 383,16 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/dia-internacional-tolerancia>

CP 18 012 PRESUPUESTOS DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA RIOJA 2018

Descripción

Campaña institucional para dar a conocer a la ciudadanía el uso y el destino de los recursos económicos previstos en la Ley de Presupuestos de la Comunidad Autónoma de La Rioja; así como para dar visibilidad a la transparencia económica de las instituciones y la información ciudadana sobre el uso y destino del dinero público (se pueden consultar a través de la web www.larioja.org/presupuestos2018).

Público objetivo

La campaña institucional se dirige a toda la población riojana, aunque incide en tres grupos concretos:

- Público primario: Entendemos como público primario a todo ciudadano mayor de edad que resida en nuestra comunidad autónoma. Un rango de población extenso entre el que elegimos a todos los riojanos con edades comprendidas entre los 18 y los 80 años. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 239.942 riojanos.
- Público secundario: Aunque por franja de edad este público se enmarca dentro del anterior, se destacan los siguientes agentes:
 1. Los medios de comunicación, que ejercen como canal para transmitir la información a la sociedad riojana.
 2. Los 33 diputados que integran el Parlamento regional: 15 pertenecientes al grupo popular, 10 al grupo socialista, 4 al grupo podemos La Rioja y 4 al grupo Ciudadanos.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 012.
- Denominación de campaña: Presupuestos de la Comunidad Autónoma de La Rioja 2018.
- Órgano de la Administración: Consejería de Administración Pública y Hacienda.
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 1 al 7 de febrero de 2018.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 29 804,97 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 27 021,21 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/presupuestos-comunidad-autonoma-rioja-2018>

CP 18 013 ALIMENTACIÓN SALUDABLE

Descripción

Campaña institucional para promover hábitos alimenticios saludables y los beneficios de una dieta variable y saludable.

Público objetivo

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

- Público primario: Las familias riojanas, como núcleo de población relacionado con el objetivo de esta campaña. Grupo formado por mujeres y hombres desde los 32 a los 65 años.
- Público secundario: Niños y jóvenes desde los 6 a los 32 años.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 013.
- Denominación de campaña: Alimentación Saludable.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 17 al 26 de diciembre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 25 560,24 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 39 745,15 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2017/alimentacion-saludable>

CP 18 014 PASEOS SALUDABLES

Descripción

Campaña social para concienciar y sensibilizar a la población de los beneficios que tiene para la salud practicar actividad física moderada todos o casi todos los días de la semana.

Público objetivo

Entendemos como público primario a la sociedad riojana en general: al conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en Logroño y localidades limítrofes. Al definirse un grupo primario con tanta amplitud, se concluye en la necesidad de desagregarlo por segmentos más concretos de edad:

- Niños y jóvenes. Se incluyen en este grupo a los niños y jóvenes desde los 0 hasta los 31 años.
- Familias riojanas. Teniendo en cuenta que, según los últimos datos del Instituto de Estadística de La Rioja, la edad media de maternidad en la Comunidad Autónoma de La Rioja está en 32 años, seleccionaremos nuestro público objetivo como aquel grupo formado por mujeres y hombres desde los 32 años hasta los 65 años
- Personas de 65 años en adelante.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 014.
- Denominación de campaña: Paseos Saludables.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Primero y segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 19 de marzo al 5 de mayo de 2918.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 33 268,72 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 33 268,72 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/paseos-saludables>

CP 18 015 VERANO SALUDABLE

Descripción

Campaña de concienciación sobre hábitos de vida saludables vinculados al verano. Pretende difundir comportamientos y hábitos responsables, a través de consejos prácticos; evitar las conductas de riesgo y prestar atención a los segmentos de población más sensibles.

Público objetivo

Familias riojanas; personas mayores de 65 años y menores de 14 de años.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 015.
- Denominación de campaña: Verano saludable.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: 28 días, repartidos de la siguiente manera: del 18 al 24 de junio; del 23 al 29 de julio; del 20 al 26 de agosto; y del 10 al 16 de septiembre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 17 304,06 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 4 099,14 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/verano-saludable>

CP 18 016 VACUNACIÓN DE LA GRIPE

Descripción

Campaña informativa sobre la vacunación de la gripe, con la que no solo se pretende reducir impacto de la gripe en la región a través de la vacunación de la población de mayor riesgo de contagio, sino también de los profesionales del sector sanitario, que se encuentran en contacto con este grupo de personas.

Público objetivo

- Público primario: personas menores de 60 años que presentan un alto riesgo de complicaciones derivadas de la gripe.
- Público secundario: personas que pueden transmitir la gripe a aquellas que tienen un alto riesgo de presentar complicaciones.
- Otros públicos: Personas que trabajan en servicios públicos esenciales.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 016.
- Denominación de campaña: Vacunación de la gripe.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 9 al 26 de noviembre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 29 758,95 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 40 592,66 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/vacunacion-gripe>

CP 18 017 ALIANZA RIOJANA POR LA SALUD

Descripción

Campaña corporativa para presentar la Alianza Riojana por la Salud e incrementar la notoriedad en la sociedad riojana; así como para concienciar a los ciudadanos sobre el cuidado propio de la salud.

Público objetivo

La campaña institucional se dirige a toda la población riojana, aunque incide en tres grupos concretos:

- Público primario: Personas mayores de 65 años. Según los datos aportados por el instituto de Estadística de La Rioja, este grupo de personas con edad superior a 65 años está formado por 60.347 personas en La Rioja.
- Público secundario:
 - Niños y jóvenes. Incluiremos en este grupo a los niños y jóvenes desde los 10 años hasta los 31 años. Según los datos aportados por el Instituto Riojano de Estadística, este rango de población incluye a 68.003 personas en La Rioja.
 - Familias riojanas. Teniendo en cuenta que, según los últimos datos del Instituto de Estadística de La Rioja, la edad media de maternidad en la Comunidad Autónoma de La Rioja está en 32 años, seleccionaremos nuestro público objetivo como aquel grupo formado por mujeres y hombres desde los 32 años hasta los 65 años. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por 156.100 personas.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 017.
- Denominación de campaña: Alianza Riojana por la Salud.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud.
- Tipología de campaña: Corporativa.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 19 al 25 de febrero de 2018.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30 541,64 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 30 838,09 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/alianza-riojana-salud>

CP 18 019 BANCO DE SANGRE

Descripción

Campaña de publicidad institucional para la recogida realizada por el Banco de Sangre, la unidad operativa de Rioja Salud responsable de la provisión de productos sanguíneos.

Público objetivo

Al tratarse de una campaña que trata de difundir consejos para cuidar nuestra salud durante el verano, nuestro público objetivo estaría compuesto por la sociedad riojana en general. Sin embargo, como se trata de un público tan heterogéneo, seleccionamos distintos grupos para focalizar nuestra actividad publicitaria de una manera más eficaz:

- Mayores de 65 años.
- Población infantil. Para llegar a este público seleccionamos a las familias riojanas, ya que son las responsables del cuidado de la salud de los menores, así como, en muchas ocasiones, del cuidado de las personas mayores. Para cuantificar el grupo de familias riojanas, se selecciona aquel grupo formado por mujeres y hombres desde los 32 años hasta los 65 años.
- Otros públicos de riesgo, como mujeres embarazadas o personas con procesos crónicos de salud.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 019.
- Denominación de campaña: Banco de Sangre.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 15 al 28 de septiembre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 29 133,20 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 41 389,22 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/banco-sangre>

CP 18 021 SUSTANCIAS ADICTIVAS

Descripción

Campaña de sensibilización para la prevención de riesgos asociados al consumo de alcohol, dirigido a la población general en general que busca concienciar de los riesgos del consumo de sustancias adictivas, reducir el consumo de drogas legales e ilegales, así como retrasar el inicio del consumo de alcohol, tabaco y drogas ilegales.

Público objetivo

Población con edades entre 18 y 65 años.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 021.
- Denominación de campaña: Sustancias adictivas.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 24 de septiembre al 5 de octubre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 13 932,08 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 38 272,12 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/sustancias-adictivas>

CP 18 022 OFERTA FORMATIVA DE IDIOMAS

Descripción

Campaña de publicidad institucional para difundir la oferta formativa de calidad de las Escuelas Oficiales de Idiomas de La Rioja, poner en valor el aumento de nivel formativo de estos centros, e incentivar a los riojanos a aprender otro idioma.

Público objetivo

Riojanas y riojanos con edades comprendidas entre 16 y 45 años.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 022.
- Denominación de campaña: Oferta formativa de idiomas.
- Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Formación y Empleo.
- Tipología de campaña: Empleo y formación.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 7 al 13 de mayo de 2018.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 25 153,83 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 17 855,91 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/oferta-formativa-idiomas>

CP 18 023 OFERTA FORMATIVA FP

Descripción

Campaña de publicidad para incrementar el número de estudiantes en las diferentes modalidades de Formación Profesional, a la par que persigue mejorar la imagen y el reconocimiento de estos ciclos formativos en el cómputo de la sociedad.

Público objetivo

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

- Público primario: Jóvenes riojanos de entre 16 y 23 años.
- Público secundario: Jóvenes de entre 24 y 35 años; y padres y madres del público primario, pues intervienen de forma directa en la elección formativa de sus hijos.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 023.
- Denominación de campaña: Oferta formativa FP.
- Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Formación y Empleo.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 20 al 27 de junio.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 31 716,62 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 14 684,15 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/oferta-formativa-fp>

CP 18 025 PROCESOS DE MATRÍCULA EN DIFERENTES NIVELES EDUCATIVOS

Descripción

Campaña de publicidad institucional para difundir los procesos y el calendario de matrícula para los diferentes niveles educativos.

Público objetivo

Familias riojanas, comprendidas por riojanos entre 30 y 65 años de edad.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 025.
- Denominación de campaña: Procesos de matrícula en diferentes niveles educativos.
- Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Formación y Empleo.
- Tipología de campaña: Empleo y formación.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 23 al 29 de abril de 2018.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 40 410,63 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 17 848,36 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/procesos-matricula-diferentes-niveles-educativos>

CP 18 028 LOS VALORES DEL DEPORTE

Descripción

Campaña social para difundir los valores del deporte y el juego limpio.

Público objetivo

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

- Público primario: Familias cuyos hijos participan en las diferentes competiciones de los Juegos Deportivos de La Rioja. Este grupo estaría formado, principalmente, por los padres y las madres de los niños inscritos en estos torneos. De esta manera, y sabiendo que el número de inscripciones realizadas en la última temporada es de 20.374, nuestro público primario estaría formado por el doble de esta cantidad; 40.748 personas en nuestra comunidad autónoma.
- Público secundario: Las niñas y los niños que participan en los Juegos Deportivos de La Rioja. Según los últimos datos aportados por la dirección general del Deporte y del IRJ, las inscripciones realizadas en la última temporada ascienden a 20.374, incluyendo niños desde las categorías Prebenjamín hasta Junior, es decir, desde los 7 hasta los 19 años.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 028.
- Denominación de campaña: Los valores del deporte.
- Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Anual.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18 150 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 18 150 euros (IVA Incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/valores-deporte-1549e5>

CP 18 030 VIOLENCIA DE GÉNERO

Descripción

Campaña entorno a la conmemoración del día 25 de noviembre, Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.

Público objetivo

Esta campaña se dirige a la ciudadanía en general, con el fin de sensibilizar a la sociedad riojana sobre la importancia de aunar esfuerzos para eliminar la violencia de género en nuestra sociedad. En este grupo incluiremos a las riojanas y riojanos desde los 12 hasta los 65 años.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 030.
- Denominación de campaña: Violencia de género.
- Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 13 al 26 de noviembre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 42 732,70 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 2 790,26 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/violencia-genero>

CP 18 031 IGUALDAD DE GÉNERO

Descripción

Campaña de publicidad para sensibilizar sobre la igualdad de género centrándose en la corresponsabilidad intrafamiliar (enfoque paridad en el propio hogar) para permitir una óptima conciliación familiar, laboral y personal para las mujeres riojanas.

Público objetivo

Entendemos como público primario a la sociedad riojana en general: al conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. Al definirse un grupo primario con tanta amplitud, se divide por segmentos más concretos de edad:

- Niños y jóvenes: Incluimos en este grupo a los niños y jóvenes desde los 10 años hasta los 31 años.
- Familias riojanas: Seleccionamos nuestro público objetivo como aquel grupo formado por mujeres y hombres desde los 32 años hasta los 65 años.
- Personas mayores de 65 años.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 031.
- Denominación de campaña: Igualdad de género.
- Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 17 al 26 de diciembre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 33 229,52 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 39 298,21 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/igualdad-genero>

CP 18 034 DIVERSIDAD AFECTIVO-SEXUAL

Descripción

Campaña de publicidad para sensibilizar a la población riojana sobre la diversidad afectivo-sexual y promover conductas de respeto en favor de la diversidad afectivo-sexual de la sociedad.

Público objetivo

Entendemos como público primario a la sociedad riojana en general: al conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. Al definirse un grupo primario con tanta amplitud, se divide por segmentos más concretos de edad:

- Niños y jóvenes: Incluimos en este grupo a los niños y jóvenes desde los 10 años hasta los 31 años.
- Familias riojanas: Seleccionamos nuestro público objetivo como aquel grupo formado por mujeres y hombres desde los 32 años hasta los 65 años.
- Personas mayores de 65 años.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 034.
- Denominación de campaña: Diversidad afectivo-sexual.
- Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 26 de junio al 9 de julio.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 33 229,52 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 3 600,96 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/diversidad-afectivo-sexual>

CP 18 040 AYUDAS A LA REHABILITACIÓN DE EDIFICIOS

Descripción

Campaña de comunicación para difundir la convocatoria de ayudas a la rehabilitación de edificios incluidas dentro del Plan de Vivienda del Gobierno de La Rioja.

Público objetivo

- Comunidades de propietarios y propietarios únicos de viviendas.
- Administradores de fincas.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 040.
- Denominación de campaña: Ayudas para la rehabilitación de edificios.
- Órgano de la Administración: Consejería de Fomento y Política Territorial.
- Tipología de campaña: Corporativa.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 22 al 31 de octubre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 15 891,84 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 41 596,12 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2017/ayudas-rehabilitacion-edificios>

CP 18 042 AGRICULTURA EN LA RIOJA

Descripción

Campaña social para mejorar el grado de conocimiento sobre el Plan de Desarrollo Rural (PDR) y las diferentes acciones y servicios que se ofrecen para sus destinatarios; acercar el impacto real de las ayudas a los destinatarios, con especial sensibilidad hacia diferentes ejes, como la modernización de las infraestructuras y explotaciones agrarias, la regeneración del sector primario y la promoción de la mujer; y dar una mayor visibilidad a los productos derivados del sector agrario riojano.

Público objetivo

El público objetivo al que se dirige esta campaña es el sector agrario riojano, formado por agricultores con grandes explotaciones (cooperativas, etc.) y por agricultores con pequeñas extensiones destinadas.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 042.
- Denominación de campaña: Agricultura en La Rioja.
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente.
- Tipología de campaña: Corporativa.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Anual.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 16 500 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 16 500 euros (IVA Incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/agricultura-rioja>

CP 18 044 CARNÉ DE FITOSANITARIOS

Descripción

Campaña de servicio público sobre la obtención y renovación del carnet de fitosanitarios.

Público objetivo

El público objetivo al que se dirige esta campaña es el sector agrario riojano, formado por agricultores con grandes explotaciones y por agricultores con pequeñas extensiones destinadas al consumo propio y que necesiten el carné profesional de fitosanitarios para adquirir este tipo de productos.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 044.
- Denominación de campaña: Carné de fitosanitarios.
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente.
- Tipología de campaña: Servicio público.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 5 al 11 de febrero de 2018.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18 115,09 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 18 154,99 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/carne-fitosanitarios>

CP 18 047 ACTUAL 2019

Descripción

Campaña de publicidad para dar visibilidad al Festival Actual 2019 como referente cultural nacional, difundir su programación e incrementar el número de asistentes. Por ello, el enfoque de comunicación debe ir alineado con estas premisas.

Público objetivo

Se establecen los siguientes públicos objetivos para la presente campaña de publicidad:

- Público primario: Personas de entre 18 y 45 años.
- Público secundario: Resto de la población de La Rioja, teniendo en cuenta que el festival acoge otro tipo de actividades dirigidas a todas las edades.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 047.
- Denominación de campaña: Actual 2019.
- Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.
- Tipología de campaña: Cultural.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Ejecutada.
- Duración: Del 16 al 30 de diciembre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 27 907,84 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 33 000 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/actual-2019>

CP 18 050 LUCHA CONTRA EL FRAUDE FISCAL

Descripción

Campaña de publicidad para sensibilizar sobre las consecuencias que produce el fraude fiscal y promover comportamientos responsables frente a la fiscalidad y facilitar la comprensión ciudadana en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Público objetivo

Se establecen los siguientes públicos objetivos para la presente campaña de publicidad:

- Público primario: El público al que se dirige esta campaña está formado por riojanos y riojanas, en edad adulta, que residan en nuestra Comunidad Autónoma y también en el exterior. En líneas generales, el público objetivo son personas entre 18 y 65 años (población activa).
- Público secundario: El tejido económico de la comunidad autónoma, conformado por empresas, especialmente pymes y autónomos con domicilio fiscal en La Rioja.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 050.
- Denominación de campaña: Lucha contra el fraude fiscal.
- Órgano de la Administración: Consejería de Administración Pública y Hacienda.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Ejecutada.
- Duración: Del 13 al 22 de diciembre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 20 509,16 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 27 999,99 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/lucha-fraude-fiscal>

2.3. Campañas de carácter extraordinario.

Durante el año 2018, se ha puesto en marcha las siguientes campañas extraordinarias:

CP 18 061 ALIMENTOS DE LA RIOJA

Descripción

Campaña de promoción de los productos agroalimentarios de la Comunidad Autónoma de La Rioja y de las actividades organizadas desde La Rioja Capital.

Público objetivo

Entendemos como público primario a las familias riojanas que apuestan por los productos de la región y participan en las actividades organizadas por La Rioja Capital. Teniendo en cuenta que, según los últimos datos del Instituto de Estadística de La Rioja, la edad media de maternidad en la Comunidad Autónoma de La Rioja está en 32 años, seleccionaremos nuestro público objetivo como aquel grupo formado por mujeres y hombres desde los 32 años hasta los 65 años. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por 156.100 personas.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 061.
- Denominación de campaña: Alimentos de La Rioja.
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Anual.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18 150 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 18 150 euros (IVA Incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/alimentos-rioja>

CP 18 062 DÍA DE INTERNET

Descripción

Campaña institucional con motivo del Día de Internet, con la que se pretende contribuir a la sensibilización social en el ámbito de la seguridad vial, así como a la información del estado de la red vial y del tráfico, con el fin de reducir el número de accidentes que registran las carreteras de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

Público objetivo

- Público primario: Todo ciudadano mayor de edad que resida en nuestra comunidad autónoma. Un rango de población extenso entre el que elegimos a todos los riojanos con edades comprendidas entre los 18 y los 80 años, que utilizan internet en su día a día o se están iniciando en este ámbito.
- Público secundario: Población de entre 12 y 18 años, que comienzan a dar sus primeros pasos en solitario en internet. En definitiva, menores que tienen acceso a dispositivos electrónicos sin el control parental y que necesitan las herramientas necesarias para poder desenvolverse en ese ambiente tan complejo y pleno de riesgos para los jóvenes.
- **Datos descriptivos de campaña**
- Código de campaña: CP 18 062.
- Denominación de campaña: Día de Internet.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: 19 de mayo.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 2 000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 2 000 euros (IVA Incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/dia-internet>

CP 18 063 MÁSTER EN ENSEÑANZAS ARTÍSTICAS SUPERIORES DE DISEÑO

Descripción

Campaña de publicidad para dar visibilidad al Máster en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola, que celebrará su tercera edición; así como dar a conocer el Máster en Diseño e Innovación de Calzado, que se presenta de cara al curso 2018/19.

Público objetivo

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

- Público primario: Jóvenes riojanos de entre 22 y 35 años que, después de finalizar sus estudios de Grado en Enseñanzas Artísticas Superiores en Diseño, eligen uno de estos másteres para seguir formándose de cara a facilitar su incorporación al mercado laboral.
- Público secundario: Jóvenes de entre 22 y 35 años de comunidades limítrofes a La Rioja que, tras finalizar sus estudios de Grado en materia artística, deseen continuar su formación superior en la ESDIR.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 063.
- Denominación de campaña: Máster en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Tipología de campaña: Empleo y formación.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 2 al 8 de julio.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 22 827,06 euros (IVA incluido).
- Ejecución final: 12 041,50 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/master-ensenanzas-artisticas-superiores-diseno>

CP 18 064 FIESTAS LIBRES DE SEXISMO

Descripción

Campaña de publicidad contra conductas y agresiones sexistas en las diferentes fiestas patronales. De esta forma, el mensaje "Muchas formas de decirlo, un mensaje claro: NoEsNo" se difunde en los eventos musicales y festivales estivales, gracias a la colaboración de todos los ayuntamientos riojanos y de los promotores musicales.

Público objetivo

Jóvenes de entre 22 y 35 años.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 064.
- Denominación de campaña: Fiestas libres de sexismo.
- Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 20 al 28 de septiembre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 35 405,80 euros (IVA incluido).
- Ejecución final: 35 406,14 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/fiestas-libres-sexismo-15ff93>

CP 18 065 LOS MILAGROS DEL SANTO

Descripción

Campaña de publicidad cultural con motivo de la XXVI edición del espectáculo “Los Milagros del Santo” –celebrado los días 10, 11 y 12 de agosto de 2018–, que ilustra la vida y milagros de Domingo García ‘El Santo’, fundador de Santo Domingo de la Calzada.

Público objetivo

Se establecen como público objetivo para la campaña de comunicación institucional a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 065.
- Denominación de campaña: Los Milagros del Santo.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Tipología de campaña: Cultural.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 6 al 12 de agosto.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 4 177,23 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 3 014,18 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/milagros-santo>

CP 18 066 INSCRIPCIÓN EXTRAORDINARIA EOI

Descripción

Campaña de publicidad para difundir el plazo extraordinario de matriculación, que tiene lugar del 3 al 30 de septiembre, para todos los niveles e idiomas en las Escuelas Oficiales de Idiomas de La Rioja.

Público objetivo

El público al que se dirige esta campaña está formado por estudiantes y adultos que se interesan por ampliar su conocimiento de idiomas. En líneas generales, el público objetivo son personas entre 14 y 70 años.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 066.
- Denominación de campaña: Inscripción extraordinaria EOI.
- Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Formación y Empleo.
- Tipología de campaña: Empleo y formación.
- Cuatrimestre: Tercero.

- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 14 al 21 de septiembre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 22 000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 25 892,15 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/inscripcion-extraordinaria-eoi>

CP 18 068 PROMOCIÓN DE LA LECTURA

Descripción

Campaña de publicidad para fomentar el descubrimiento de la lectura por parte de los nuevos lectores: los niños.

Público objetivo

Se establecen los siguientes públicos objetivos para la presente campaña de publicidad:

Público objetivo primario:

- Madres y padres de entre 35 a 50 años residentes en La Rioja, con hijos con edades óptimas para la iniciación a la lectura.
- Abuelas y abuelos de entre 60 a 75 años, residentes en La Rioja y lectores asiduos. Implicados en el cuidado de sus nietos para apoyar a la familia. Al igual que el perfil anterior, pueden participar en introducir a sus nietos en el placer de la lectura y el uso de las bibliotecas.
- Público objetivo secundario:
- Niñas y niños de entre 3 a 15 años, considerados usuarios infantiles dentro de las bibliotecas de La Rioja.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 068.
- Denominación de campaña: Promoción de la lectura.
- Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.
- Tipología de campaña: Cultural.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 26 de noviembre al 17 de diciembre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30 000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 3 349,89 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/promocion-lectura>

CP 18 069 DONACIÓN DE SANGRE

Descripción

Campaña de publicidad institucional para promover la donación de sangre en La Rioja.

Público objetivo

- **Población riojana en edad de donar:** Se entiende por población en edad de donar a todos los hombres y mujeres que en la actualidad tienen entre 18 y 65 años y cuentan con un buen estado de salud. En el caso concreto de La Rioja, el Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 196.073 personas.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 18 069.
- Denominación de campaña: Donación de sangre.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: 27 de diciembre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 6 050 euros (IVA incluido).
- Ejecución final: 6 050 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/actividad-publicitaria-1441d5/campanas-publicitarias-2018/donacion-sangre>

3. Patrocinios institucionales

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 ya que también incide en la esfera de la comunicación corporativa. La política de patrocinios institucionales produce publicidad, pero también repercute en la imagen corporativa.

En el patrocinio institucional la iniciativa parte de terceros, quienes solicitan a la Administración regional adherirse a la iniciativa mediante una contraprestación económica.

La política de patrocinios institucionales es una estrategia que permite trabajar en dos conceptos claves de la comunicación corporativa: la identidad y la imagen corporativas.

Política de patrocinios institucionales

De la concepción del patrocinio institucional como un instrumento de comunicación corporativa, se concluye que cualquier soporte a iniciativas debe tener una vinculación con la carta de identidad del Gobierno de La Rioja. En ella, se recoge la misión y la visión corporativa, y también los principios y los valores que definen a la Administración regional. Una política de patrocinios eficaz es aquella que va encaminada a reforzar y fortalecer los principios y valores de la identidad corporativa.

La misión y la visión del Gobierno de La Rioja determinan también la forma de intervención social, económica y medioambiental que desea impulsar la Administración regional.

Esta intervención en la sociedad riojana, de conformidad con el mandato del Estatuto de Autonomía, conforma la agenda política del Gobierno de La Rioja, atendiendo también al conjunto de prioridades políticas que determina la Administración.

Principios básicos de la política de patrocinios institucionales

La política de patrocinios del Gobierno de La Rioja se rige por cinco principios básicos:

- La **afinidad** de la iniciativa con los principios y restricciones de la Ley de Comunicación y de Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja; y con los principios y valores recogidos en la carta de identidad del Gobierno de La Rioja.
- La **visibilidad** de la marca del Gobierno de La Rioja, a través de la actividad comunicativa y publicitaria que prevea desarrollarse.
- El **alcance** y los públicos objetivos incluidos en la iniciativa.
- La **duración** de la iniciativa.
- El **retorno de la inversión**, en términos económicos, que pueda cuantificarse del patrocinio institucional.

Nueva política

Para mejorar la política de patrocinios institucionales entra en vigor la Resolución n.º 8/2018, de la Consejera de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior, que modifica la Resolución n.º 8/2018, por la que se establecen los criterios para la celebración de patrocinios institucionales del Gobierno de La Rioja para 2018.

Patrocinios realizados

Desde la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior, en el segundo trimestre se han realizado los siguientes Patrocinios Institucionales, según las directrices dispuestas en el Plan Anual de Publicidad Institucional 2018 con la siguiente ejecución presupuestaria.

PI 18 001 REPORTERO ESCOLAR

Descripción

Reportero Escolar es una iniciativa de carácter regional promovida por instituciones educativas, sociales y por medios de comunicación que pretende promover la construcción de una ciudadanía crítica y analítica ante la información y la actualidad regional.

El programa se dirigía a las nuevas generaciones de riojanos, a través de los centros educativos públicos y concertados de la Comunidad Autónoma, mediante un sistema de concurso de propuestas redaccionales que elaboran los escolares riojanos, como crónicas, reportajes o entrevistas.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 001.
- Denominación de patrocinio: Reportero Escolar.
- Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Formación y Empleo.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 12 686,85 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 12 686,85 euros (IVA Incluido).

PI 18 002 MEDIA MARATÓN

Descripción

La Media Maratón es la prueba deportiva decana celebrada en la Comunidad Autónoma de La Rioja. Se trata de iniciativa de carácter deportivo que se celebra anualmente en Logroño y que invita a la participación de todos los riojanos y de cuantos ciudadanos extranjeros desean competir.

Las diferentes modalidades permiten dirigir la actividad a diferentes públicos: a los atletas profesionales, pero también a ciudadanos que practican el atletismo de forma no profesional. Esta actividad repercutió también en el turismo y en el comercio de La Rioja, dado su reconocimiento nacional, que permitió atraer población de otras comunidades durante su celebración.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 002.
- Denominación de patrocinio: Media Maratón.
- Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 11 807,48 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 262 598,63 euros (IVA Incluido).

PI 18 003 LECTURA FÁCIL

Descripción

Lectura Fácil es una propuesta formulada por Noticias de La Rioja, que consiste en la publicación de unas páginas especiales en el periódico Noticias de La Rioja con artículos periodísticos adaptados a la lectura fácil.

Se trataba de una iniciativa editorial promovida por este periódico gratuito y la entidad Plena Inclusión, que pretendía garantizar el derecho a la información de personas con discapacidad intelectual, mayores, extranjeros con déficit cognitivo, mediante una sección de noticias de actualidad regional escritas de manera que resultasen comprensibles para lectores de estos colectivos.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 003.
- Denominación de patrocinio: Lectura fácil.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 10 062,36 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 9 907,48 euros (IVA Incluido).

PI 18 004 VALDEZCARAY

Descripción

La propuesta formulada por Radio Rioja planteaba la emisión un programa monográfico en el magazine "A vivir que son dos días en La Rioja", desde la Estación de Esquí de Valdezcaray, aprovechando que la estación estaba en plena temporada y el impacto económico para la comunidad autónoma.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 004.
- Denominación de patrocinio: Valdezcaray.
- Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 16 de febrero de 2018.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 177,48 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 12 195 euros (IVA Incluido).

PI 18 005 CIBIR

Descripción

Radio Rioja puso en antena una programación dedicada al Centro de Investigación Biomédica de La Rioja (CIBIR), cuya misión es contribuir al desarrollo de nuevas terapias y tratamientos para mejorar la salud y calidad de vida de los ciudadanos.

El objeto de este patrocinio era resaltar la labor investigadora que se lleva a cabo desde el CIBIR, además de informar a los ciudadanos sobre las nuevas terapias y tratamientos para mejorar la salud y calidad de vida de los ciudadanos que se llevan a cabo en esta institución. A la par, se pretendía dar visibilidad a la formación que ofrece el CIBIR a los mejores profesionales en el área de salud, tratando de acercar la investigación a la práctica clínica habitual.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 005.
- Denominación de patrocinio: CIBIR.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De marzo a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 257,34 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 100 035,00 euros (IVA Incluido).

PI 18 006 DONACIONES DE ÓRGANOS

Descripción

Con motivo del acto altruista de la donación de órganos Radio Rioja organizó un programa especial sobre la importancia que supone la donación de órganos, en cuyo ranking nacional La Rioja se encuentra en la segunda posición, según la Organización Nacional de Trasplantes (ONT).

Esta propuesta radiofónica pretendía contribuir a concienciar a los ciudadanos sobre la importancia que supone donar órganos para salvar vidas, así como para intentar incrementar el número de donantes en nuestra comunidad autónoma.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 006.
- Denominación de patrocinio: Donaciones de órganos.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 27 de febrero de 2018.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 177,48 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 19 243,50 euros (IVA Incluido).

PI 18 007 RETO DEMOGRÁFICO

Descripción

La despoblación demográfica es uno de los problemas a los que se enfrenta nuestra comunidad autónoma.

Ante esta situación, Radio Rioja propuso poner en antena una programación dedicada a hacer frente al reto demográfico mediante la emisión de distintos programas monográficos con el fin informar sobre los programas y medidas que se llevan a cabo para afrontar esta situación de despoblación demográfica, así como concienciar a la población de las ayudas para evitar el despoblamiento y la importancia de revalorización del medio rural.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 007.
- Denominación de patrocinio: Reto demográfico.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De marzo a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 257,34 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 100 035,00 euros (IVA Incluido).

PI 18 008 XX ANIVERSARIO FUNDACIÓN SAN MILLÁN

Descripción

Con motivo del XX Aniversario de la Fundación San Millán, el 21 de febrero, Día Internacional de la Lengua Materna, Radio Rioja llevó a cabo la emisión de un programa monográfico en el magazine "Hoy por hoy La Rioja".

Desde la cuna de la lengua castellana, se quería dar importancia a la promoción de la diversidad lingüística en general y del castellano como nuestra lengua materna en particular, como medio para salvaguardar y compartir la cultura y el conocimiento de nuestra sociedad.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 008.
- Denominación de patrocinio: XX Aniversario Fundación San Millán.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 21 de febrero de 2018.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 177,48 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 19 243,50 euros (IVA Incluido).

PI 18 009 AGENDA DIGITAL

Descripción

El Gobierno de La Rioja ha elaborado la Agenda Digital de La Rioja, una apuesta común de toda la sociedad riojana para su conversión en una sociedad digital avanzada.

Con el objetivo de dar una mayor visibilidad a la Agenda Digital, instrumento cuya finalidad es atender a la sociedad digital de nuestra comunidad autónoma, se realizaron una serie de programas en el magazine "Hoy por hoy La Rioja". Además, se dieron a conocer los principales ejes de actuación de la Agenda Digital: la transformación social, la economía digital, los servicios públicos abiertos, los medios y el talento.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 009.
- Denominación de patrocinio: Agenda Digital.
- Órgano de la Administración: Consejería de Administración Pública y Hacienda.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De marzo a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 257,34 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 100 035,00 euros (IVA Incluido).

PI 18 010 SEGURIDAD VIAL EN LA RIOJA

Descripción

Esta iniciativa de Radio Rioja se planteaba como un espacio quincenal de información y formación sobre educación vial, tanto para niños como para padres y educadores. Así, entre otros contenidos, se facilitaba información acerca de las principales normas de tráfico, circulación de vehículos a motor y seguridad vial, consejos para la conducción, etc.

Mediante este patrocinio no solo se informaba sobre el estado de las carreteras riojanas, sino que se promovía la conducción responsable y contribuir a la sensibilización social en el ámbito de la seguridad vial, con el fin de reducir el número de accidentes que se registran en las carreteras de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 010.
- Denominación de patrocinio: Seguridad vial en La Rioja.
- Órgano de la Administración: Consejería de Fomento.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De febrero a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 387,12 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 49 140,00 euros (IVA Incluido).

PI 18 011 ESPACIOS VERDES

Descripción

Esta iniciativa de Radio Rioja estaba orientada a fomentar el uso sostenible del medio y sus recursos con el fin de preservar el entorno. Además, tenía como objetivo sensibilizar a los ciudadanos sobre la importancia de los espacios naturales de nuestra región como el Parque Natural Sierra de Cebollera o la Reserva Natural de los Sotos de Alfaro, entre otros, así como fomentar su visita y su cuidado.

A través de una serie de programas radiofónicos se presentamos los espacios verdes riojanos a los ciudadanos desde el punto de vista del respeto a la naturaleza, su disfrute en diferentes ámbitos (educación ambiental, deporte, fotografía, ciencia, etc.).

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 011.
- Denominación de patrocinio: Espacios verdes.
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De febrero a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 257,34 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 100 035,00 euros (IVA Incluido).

PI 18 012 GANA SALUD

Descripción

"Gana Salud" es una iniciativa de Radio Rioja que surge como canal informativo quincenal sobre todo lo concerniente a la salud de los riojanos y a los hábitos de vida saludable.

Su objetivo principal era concienciar y sensibilizar a la ciudadanía en materia de vida saludable, con el objetivo final de lograr una población más saludable, más implicada en la protección de su salud como derecho social y, así, contar con un sistema sanitario más eficiente y más cercano.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 012.
- Denominación de patrocinio: Gana salud.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De febrero a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 387,12 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 49 140,00 euros (IVA Incluido).

PI 18 013 CERCA DE LAS PERSONAS

Descripción

"Cerca de las Personas" es una iniciativa de Radio Rioja que surge como espacio informativo quincenal sobre todo lo concerniente a los servicios sociales que se prestan desde el Gobierno de La Rioja a las personas que precisan de esta atención asistencial.

Se trataba de una iniciativa radiofónica que pretendía que se conocieran los diferentes programas de servicios sociales, creados para dar una mejor respuesta a las necesidades de los usuarios y sus familias en cada momento y contribuir así a una mejora de su calidad de vida.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 013.
- Denominación de patrocinio: Cerca de las personas.
- Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De febrero a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 387,12 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 49 140,00 euros (IVA Incluido).

PI 18 014 LA JUVENTUD EN LA ONDA

Descripción

"La juventud en la onda" es una iniciativa de Radio Rioja que surge como un espacio quincenal a modo de tertulia-debate, dentro del magazine matinal "Hoy por hoy La Rioja". En este espacio se trataron temas de interés y de servicio público para los jóvenes riojanos.

Conocer la opinión e inquietudes de los jóvenes es fundamental para concienciar e informar de todo lo que el Gobierno de La Rioja propone y dispone para la formación de los jóvenes. Temas como la posibilidad de formación académica en La Rioja, emancipación, nuevas tecnologías, futuro laboral, etc., fueron el foco de atención en los distintos programas.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 014.
- Denominación de patrocinio: La juventud en la onda.
- Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Patrocinio en ejecución.
- Fecha: De febrero a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 387,12 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 49 140,00 euros (IVA Incluido).

PI 18 015 EUROPA MÁS CERCA

Descripción

"Europa más cerca" es un espacio mensual de Radio Popular emitido dentro del programa "Herrera en COPE Rioja", presentado por Carlos Cuartero, en el que se abordaron contenidos de interés sobre la Unión Europea y sobre el papel que la Comunidad Autónoma de La Rioja desempeña en este marco.

Así, los oyentes de Radio Popular recibían cada mes información relevante sobre el Comité de las Regiones, nuestra oficina en Bruselas y su actividad, las instituciones comunitarias y cómo afectan a la ciudadanía riojana, el programa Europe Direct o el programa Erasmus, dirigido a los jóvenes riojanos, entre otros contenidos. Temas que se trataron siempre acompañados de expertos y por los agentes implicados.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 015.
- Denominación de patrocinio: Europa más cerca.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De marzo a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 277,31 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 10 810,80 euros (IVA Incluido).

PI 18 016 ASUNTO AGRARIO

Descripción

La agricultura y la ganadería en La Rioja conforman un sector fundamental para la economía de nuestra región que, además, afecta al estilo y a la calidad de vida de buena parte de nuestra población.

Esta iniciativa radiofónica de emisión mensual de Radio Popular daba cobertura a los asuntos de interés de este sector- en el que el vino es el producto por excelencia, pero en el que destacan otros a los que también hay que dar visibilidad-. Así, los agricultores y los ganadores riojanos conformaron la audiencia de la sección "Asunto agrario", donde recibieron información referente al campo y noticias sobre la PAC, ayudas al sector, desarrollo rural, calidad agroalimentaria e investigación y nuevas tecnologías aplicadas al sector, entre otros asuntos.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 016.
- Denominación de patrocinio: Asunto agrario.
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De marzo a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 277,31 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 10 810,80 euros (IVA Incluido).

PI 18 017 IGUALES

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Radio Popular era el relativo a la emisión de una sección mensual dentro del programa "Herrera en COPE Rioja" presentado por Carlos Cuartero, en el que se abordaron contenidos relacionados con un tema primordial como es la igualdad de los grupos sociales más desfavorecidos.

El objetivo de esta iniciativa radiofónica es ofrecer un espacio de servicio público que aporte visibilidad a estos colectivos, desde todos los puntos de vista y con todos los protagonistas (mujeres, discapacitados, inmigrantes y personas y grupos en riesgo de exclusión social); además de aunar esfuerzos entre la Administración regional y otros agentes sociales para combatir la desigualdad en nuestra región.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 017.
- Denominación de patrocinio: Iguales.
- Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De marzo a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 277,31 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 10 810,80 euros (IVA Incluido).

PI 18 018 INNOVADORES

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Radio Popular era el relativo a la retransmisión de un espacio mensual dentro del programa "Herrera en COPE Rioja" presentado por Carlos Cuartero, en el que se abordaron contenidos relacionados con la innovación en nuestra comunidad autónoma.

Esta sección radiofónica no solo pretendía dar a conocer todo lo relacionado con la innovación y la estrategia llevada a cabo en nuestra comunidad autónoma (vivero de empresas, Observatorio para la Innovación, centros tecnológicos, etc.), sino que también se buscaba convertir en protagonistas a los emprendedores innovadores que desarrollen sus proyectos en La Rioja.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 018.
- Denominación de patrocinio: Innovadores.
- Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De marzo a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 277,31 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 10 810,80 euros (IVA Incluido).

PI 18 019 LA RIOJA ECONÓMICA

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Onda Cero La Rioja era el relativo a un programa especial sobre la innovación y el emprendimiento en la comunidad autónoma.

Este programa no solo pretendía dar a conocer todo lo relacionado con la economía de nuestra comunidad autónoma y sus diferentes sectores potenciales, sino también informar a empresas y profesionales autónomos sobre las diferentes ayudas públicas destinadas a la innovación y al fortalecimiento del tejido económico y empresarial de La Rioja.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 019.
- Denominación de patrocinio: La Rioja económica.
- Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 1 de marzo de 2018.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 177,48 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 12 947,00 euros (IVA Incluido).

PI 18 020 NIÑOS EN LA RIOJA

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Onda Cero La Rioja era el relativo a una sección semanal en el que se informaba sobre las actividades y eventos de carácter infanto-juvenil que se celebraban cada fin de semana en La Rioja, a modo de "agenda infantil" dirigida tanto a niños como a padres.

Esta sección radiofónica semanal no solo pretendía dar a conocer a los oyentes riojanos la información relativa a actos dirigidos al público infantil y juvenil y familiar que se lleven a cabo en La Rioja, sino que nacía como una información de servicio público dirigida a las familias de nuestra comunidad autónoma, que también conocerían de primera mano otro tipo de informaciones (convocatorias de becas educativas, etc.) más allá de la agenda lúdica de cada fin de semana.

En este contexto, el objeto de patrocinio guardaba estrecha vinculación con uno de los ejes prioritarios de la acción del Ejecutivo regional, como es la cohesión social y los servicios públicos.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 020.
- Denominación de patrocinio: Niños en la Rioja.
- Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De marzo a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 606,73 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 4 614,75 euros (IVA Incluido).

PI 18 021 EL TIEMPO DE LA EXPERIENCIA

Descripción

La propuesta formulada por Onda Cero La Rioja planteaba la emisión de un programa monográfico el 22 de febrero en el magazine "La Rioja en la Onda". Emitido desde uno de los centros de mayores que gestiona el Gobierno de La Rioja, su objetivo era difundir tanto las inquietudes de las personas mayores, como todas las ayudas y servicios que pone a su disposición el Ejecutivo regional.

Este programa pretende dar a conocer a la audiencia de Onda Cero cuál es la realidad de las personas mayores y cómo es su día a día, así como difundir las ayudas y servicios de los que se pueden beneficiar, por lo que además de ser un espacio informativo y divulgativo también se convierte en un programa de servicio público.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 021.
- Denominación de patrocinio: El tiempo de la experiencia.
- Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 22 de febrero de 2018.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 177,18 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 14 399,00 euros (IVA Incluido).

PI 18 022 NOSOTRAS

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Onda Cero La Rioja era el relativo a la emisión de un espacio quincenal dedicado a la mujer y a reivindicar la igualdad de género. En este espacio, emitido dentro del programa "La Rioja en la Onda", abordaba contenidos relacionados con las mujeres riojanas, como la conciliación de la vida laboral y la personal, la brecha salarial, etc.

Esta sección radiofónica, planteada en formato entrevista, daba a conocer cuál es la realidad de muchas mujeres riojanas en asuntos como la conciliación laboral, igualdad de sexo, brecha salarial, etc., además de dar voz a las protagonistas, que a través de sus historias personales servirán como ejemplo y altavoz de estos asuntos.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 022.
- Denominación de patrocinio: Nosotras.
- Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De marzo a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 367,15 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 5 015,99 euros (IVA Incluido).

PI 18 023 LOS NIÑOS EN LA RADIO

Descripción

Onda Cero Calahorra llevó a cabo la serie de programas "La radio va a tu cole", una iniciativa de ámbito comarcal en la zona de La Rioja Baja mediante la cual se acercaba a los escolares de Educación Infantil y Primaria de La Rioja Baja el mundo de la radio, donde se convertían en periodistas por un día.

Estos programas radiofónicos no solo pretendían acercar el mundo de la radio a los más pequeños, sino que les convertía en protagonistas de este medio al ser parte activa de estos programas. En este contexto, el objeto de este patrocinio guardaba estrecha vinculación con la mejora de la calidad democrática, al estar estrechamente vinculado al derecho a la información, en este caso de los más pequeños.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 023.
- Denominación de patrocinio: Los niños en la radio.
- Órgano de la Administración: Consejería de Educación.
- Cuatrimestre: Anual.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De marzo a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 9 134,90 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 24 200,00 euros (IVA Incluido).

PI 18 024 FUTURO EN ESPAÑOL (CHILE)

Descripción

La propuesta formulada por Diario La Rioja planteaba el patrocinio de unas jornadas internacionales dirigidas a proyectar la tecnología como un elemento clave en el crecimiento de las economías latinas.

Las terceras jornadas de Futuro en Español en Chile, organizadas por el Grupo de Comunicación Vocento, contaron con el apoyo editorial del Diario Chileno El Mercurio y estuvieron organizadas junto con la Embajada de España en Chile, la Fundación País Digital y la Universidad de los Andes.

Futuro en Español es un espacio de reflexión que favorece y propicia el desarrollo de nuestra lengua para incorporar el español y la cultura en español a las grandes áreas de influencia como lengua internacional y como cultura de prestigio.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 024.
- Denominación de patrocinio: Futuro en Español (Chile).
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 30 y 31 de mayo.
- Cuantía económica del patrocinio: 13 911,98 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 1 083 172,49 euros (IVA Incluido).

PI 18 025 LOS MILAGROS DEL SANTO

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Radio Rioja planteaba la emisión de un programa especial de Hoy por Hoy La Rioja, dirigido por Jorge Gómez del Casal, emitido en directo desde Santo Domingo de la Calzada.

Este programa especial permitía, por un lado, acercar los medios de comunicación a los ciudadanos, con especial sensibilidad al medio rural, lo que fortalecía el derecho a la información y la vertebración informativa en el territorio. Los ciudadanos de Santo Domingo asistían al programa y conocer el funcionamiento de la radio.

Por otro lado, y respecto a los contenidos que se proponen, el turismo constituye un sector económico clave en nuestra economía regional, por lo que, el patrocinio a valorar conecta con dos prioridades de la acción del Gobierno: la mejora democrática y el crecimiento económico.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 025.
- Denominación de patrocinio: Los Milagros del Santo.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 7 de agosto.
- Cuantía económica del patrocinio: 8 177,48 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 14 193,00 euros (IVA Incluido).

PI 18 026 EL VERANO TURÍSTICO EN SANTO DOMINGO

Descripción

La propuesta formulada por Radio Popular planteaba la emisión de un programa especial de “Herrera en COPE Rioja”, presentado por Carlos Cuartero, emitido desde Santo Domingo de la Calzada, para lo que el Ayuntamiento de Santo Domingo de la Calzada les ha cedido el Salón de Usos Múltiples.

Este programa especial permitió acercar los medios radiofónicos a los habitantes del municipio y difundir, con contenidos especiales dentro del programa, la oferta y los recursos turísticos de la Comarca.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 026.
- Denominación de patrocinio: El verano turístico en Santo Domingo.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 10 de agosto.
- Cuantía económica del patrocinio: 9 084,98 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 10 331,35 euros (IVA Incluido).

PI 18 027 IGUALES Y CAPACES

Descripción

La propuesta formulada por Noticias de La Rioja planteaba “una iniciativa informativa y multimedia de Noticias de La Rioja y el tercer sector riojano -colectivos y asociaciones de carácter social- que pretende visibilizar las capacidades diferentes en le Comunidad Autónoma de La Rioja y fortalecer la visibilidad informativa y pública de este grupo social”. La iniciativa que se propone pretende incluir una sección informativa, patrocinada por el Gobierno de La Rioja, de carácter quincenal, desde el 1 de septiembre hasta el 31 de diciembre, en el que se:

- Promueve una imagen positiva de las capacidades diferentes en la CAR;
- Conciencia a instituciones, entidades y ciudadanos sobre la lucha contra las barreras físicas y sociales para las personas con capacidades diferentes;
- Fomente la presencia mediática e informativa de este grupo social”.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 027.
- Denominación de patrocinio: Iguales y capaces.
- Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De septiembre a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 10 072,34 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 7 124,48, euros (IVA Incluido).

PI 18 028 LA FUERZA DE LAS MUJERES

Descripción

La propuesta formulada por Noticias de La Rioja planteaba “una iniciativa informativa y multimedia de Noticias de La Rioja y el tercer sector riojano -colectivos y asociaciones de carácter social- que pretende contribuir al fomento de la igualdad y a incluir la perspectiva de género en el espacio público regional. La iniciativa pretende mejorar la visibilidad de la mujer y de sus principales preocupaciones en la agenda setting de la Comunidad Autónoma de La Rioja”.

La iniciativa incluía una sección informativa, patrocinada por el Gobierno de La Rioja, de carácter quincenal, desde el 1 de septiembre hasta el 31 de diciembre, en el que se:

- Mejorar la presencia mediática de la mujer en la sociedad riojana;
- Concienciar a instituciones, empresas y ciudadanos de la necesidad de incorporar la perspectiva de género en el diseño y desarrollo de políticas;
- Dar visibilidad a asuntos de interés para la mujer riojana.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 028.
- Denominación de patrocinio: La fuerza de las mujeres.
- Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De septiembre a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 10 072,34 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 5 534,84 euros (IVA Incluido).

PI 18 029 LA RIOJA SE MUEVE

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Rioja2.com planteaba un proyecto digital denominado “La Rioja se mueve”. Esta propuesta se materializó en “una iniciativa de carácter regional promovida por el diario digital rioja2.com en colaboración con las asociaciones, los colectivos y las ONGs que realizan su actividad en La Rioja”.

La iniciativa perseguía el activismo y la información ciudadana mediante la creación de un canal informativo que agrupase las iniciativas, a la par que informase sobre los fines y las actividades que se promueven desde el tercer sector riojano.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 029.
- Denominación de patrocinio: La Rioja se mueve.
- Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De septiembre a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 13 612,50 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 15 530,00 euros (IVA Incluido).

PI 18 030 FUTURO EN ESPAÑOL (MÉXICO)

Descripción

La propuesta formulada por Diario La Rioja planteaba el patrocinio de unas jornadas internacionales dirigidas a proyectar la lengua castellana y su vinculación a la marca rioja, fundamentalmente en los entornos digitales y vinculada a la transformación digital.

De acuerdo a la documentación y dossier aportados, la iniciativa promovía el encuentro y la colaboración entre empresas e instituciones españolas y latinoamericanas para el debate y análisis de las oportunidades de la Transformación Digital, mostrando al conjunto de la sociedad los avances en este sentido del Gobierno de La Rioja.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 030.
- Denominación de patrocinio: Futuro en Español (México).
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 24 y 25 de septiembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 17 242,50 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 1 212 043,44 euros (IVA Incluido).

PI 18 031 RETRATO DE LA RIOJA

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por el portal de información Nuevecuatrouno.com planteaba un proyecto digital denominado "Retrato de La Rioja" para la construcción y proyección de una imagen positiva y moderna del entorno rural, con las personas como eje de la iniciativa.

Se trataba de la producción, publicación y difusión de un conjunto de testimonios y relatos de vida sobre personas que viven o han fijado su residencia en diferentes zonas rurales de la Comunidad Autónoma. A partir de ellas, se contribuía a la mejora de la percepción que los ciudadanos tienen del medio rural.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 031.
- Denominación de patrocinio: Retrato de La Rioja.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De septiembre a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 12 705,00 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 12 164,13 euros (IVA Incluido).

PI 18 032 SER ACTIVOS

Descripción

La propuesta formulada por Radio Rioja planteaba el desarrollo de un proyecto orientado al fomento de los valores deportivos entre los escolares riojanos, como la igualdad, el esfuerzo o el afán de superación.

A través de esta iniciativa social, se desarrolló un conjunto de acciones desde centros escolares y se promocionó la voz de los niños y adolescentes riojanos sobre asuntos de especial relevancia como, por ejemplo, la formación en valores y la práctica deportiva como un elemento de cohesión social y de integración.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 032.
- Denominación de patrocinio: Ser Activos.
- Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Formación y Empleo.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De septiembre a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 13 612,50 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 66 350,00 euros (IVA Incluido).

PI 18 033 TIEMPO DE DESCANSO

Descripción

La propuesta formulada por Radio Rioja planteaba el desarrollo de un proyecto orientado a fomentar y promocionar los valores de la práctica deportiva, mediante la promoción de voces e iniciativas deportivas socialmente responsables y enfocar el deporte como un instrumento de cohesión social.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 033.
- Denominación de patrocinio: Tiempo de descanso.
- Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De septiembre a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 13 612,50 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 15 350,00 euros (IVA Incluido).

PI 18 034 FUTURO EN ESPAÑOL (LOGROÑO)

Descripción

La propuesta formulada por Diario La Rioja planteaba el patrocinio de unas jornadas internacionales dirigidas a proyectar la lengua castellana y su vinculación a la marca rioja, fundamentalmente en los entornos digitales y vinculada a la transformación digital.

La iniciativa defendía y promovía la importancia y el carácter estratégico de la lengua española como trascendental activo de la economía, la cultura y la sociedad. En definitiva, como patrimonio de los hispanohablantes. Además, se produjo de manera específica un diálogo entre representantes de empresas e instituciones españolas y latinoamericanas implicadas en la transformación digital, donde ofrecieron su visión sobre cómo la evolución tecnológica puede favorecer el progreso y la sostenibilidad económica de los territorios.

Igualmente, se reivindicó la posición de liderazgo internacional de la Comunidad Autónoma en la defensa de nuestro idioma. Asociar la marca Rioja a la Transformación Digital y a las mejores estrategias para el desarrollo de Territorios Inteligentes, mostrando al conjunto de la sociedad los avances de la Agenda Digital de La Rioja 2020.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 034.
- Denominación de patrocinio: Futuro en Español (Logroño).
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 24 y 25 de octubre.
- Cuantía económica del patrocinio: 17 242,50 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 640 996,80 euros (IVA Incluido).

PI 18 035 40 ANIVERSARIO EFE

Descripción

La propuesta formulada por Agencia EFE planteaba el patrocinio de exposición fotográfica, abierta al público y gratuita para los asistentes, en la que se relate el recorrido histórico, político y social de la sociedad española y riojana en el marco de los cuarenta primeros años de vida constitucional.

La iniciativa fortaleció el conocimiento que los ciudadanos riojanos tienen de la Constitución española, los derechos y libertades que consagra y fomentaba un encuentro cultural con el acontecer histórico y político de España durante la vigencia de la carta magna. La exposición ilustraba, mediante fotografías y contenidos el proceso de aprobación de la Constitución hasta su sanción por parte de su SM El Rey Juan Carlos I, los efectos de su incorporación en la vida social, económica y política de España y, de forma complementaria, explicaba el proceso autonómico de La Rioja.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 035.
- Denominación de patrocinio: 40 aniversario EFE.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: Diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 9 075,00 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 11 811,00 euros (IVA Incluido).

PI 18 036 PROGRAMA NACIONAL ALSINA

Descripción

La propuesta formulada por Onda Cero La Rioja planteaba la organización y celebración de un programa especial de carácter nacional emitido desde la ciudad de Arnedo y abierta a la asistencia de toda la ciudadanía riojana.

La iniciativa acercó la radio a la sociedad riojana, para dar a conocer, permitir participar y seguir en directo los contenidos del programa y también el funcionamiento y la organización que existe para producir contenidos radiofónicos.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 036.
- Denominación de patrocinio: Programa nacional Alsina.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 21 de diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 16 335,00 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 212 718,00 euros (IVA Incluido).

PI 18 037 CUADERNO DE CONSTITUCIÓN

Descripción

La propuesta formulada por Noticias de La Rioja planteaba la edición de El cuaderno de la Constitución, “una iniciativa informativa y gráfica de Noticias de La Rioja que resumía, en un cuadernillo especial, los primeros cuarenta años de la España constitucional. En este producto se recogieron los principales derechos y libertades consagradas en el texto constitucional, diferentes contenidos relacionados con el contexto político, social e histórico en el que se refrendó y sancionó la Constitución de 1978 y los principales efectos y repercusiones en la vida individual y colectiva de la ciudadanía riojana.”

La entidad solicitante establecía para la propuesta los siguientes objetivos:

- Favorecer el conocimiento de la ciudadanía sobre los derechos y libertades constitucionales de los que son titulares.
- Invitar a la concienciación y reflexión del impacto de la aprobación de la Constitución en el orden y la vida social, económica y política de los españoles y riojanos.
- Propiciar y consolidar una memoria histórica sobre los últimos 40 años de la España Constitucional y de las Autonomías.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 037.
- Denominación de patrocinio: Cuaderno de Constitución.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 6 de diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 12 705,00 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 8 324,80 euros (IVA Incluido).

PI 18 038 LOS ODS EN TU BOLSILLO

Descripción

La propuesta formulada por Noticias de La Rioja planteaba la edición de Los ODS en tu bolsillo, “una iniciativa informativa y gráfica de Noticias de La Rioja que pretende resumir, en un cuadernillo especial, los ODS y la Agenda 2030 de Naciones Unidas, su trascendencia y significado, así como buenas prácticas que los ciudadanos podemos incorporar a nuestra rutina para contribuir al desarrollo sostenible del Planeta”.

El recurso fue gratuito para la ciudadanía y se distribuyó en los puntos habituales de entrega y reparto de nuestro medio de comunicación, pero de forma independiente.

La entidad solicitante establecía para la propuesta los siguientes objetivos:

- Concienciar a la ciudadanía sobre los ODS y la Agenda 2030.
- Informar sobre rutinas y conductas individuales que contribuyen al cumplimiento de los ODS, como una manera de hacer práctica la agenda internacional de Naciones Unidas y aterrizarla a cada ciudadano y ciudadana.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 038.
- Denominación de patrocinio: Los ODS en tu bolsillo.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 11 de diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 12 705,00 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 8 324,80 euros (IVA Incluido).

PI 18 039 LA VIDA RURAL, LA VIDA MEJOR

Descripción

La propuesta formulada por Noticias de La Rioja planteaba la edición de La vida rural, la vida mejor, "una iniciativa informativa y gráfica de Noticias de La Rioja que pretende resumir, en un cuadernillo especial, un argumentario positivo y optimista de las oportunidades del medio rural y el desarrollo de vida en los pueblos de La Rioja. Se trataba de una iniciativa conectada con la Agenda para la Población 2030 a través de la Mesa de Alcaldes, cuyo documento de propuestas incluye la mejora de percepción de los núcleos rurales por parte de la ciudadanía".

La entidad solicitante establecía para la propuesta los siguientes objetivos:

- Construir una imagen positiva del entorno rural y del desarrollo vital en las zonas rurales de La Rioja.
- Ofrecer las fortalezas y oportunidades que ofrece la vida en núcleos rurales.
- Mejorar la notoriedad de iniciativas, actividades y personas que desarrollan su vida profesional y personal en entornos rurales.

El recurso fue gratuito para la ciudadanía y se distribuyó en los puntos habituales de entrega y reparto del medio impreso de comunicación, pero de forma independiente.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 039.
- Denominación de patrocinio: La vida rural, la vida mejor.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 29 de noviembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 12 705,00 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 8 324,80 euros (IVA Incluido).

PI 18 040 EL LUGAR DE LA LENGUA

Descripción

La propuesta formulada por Noticias de La Rioja planteaba la edición de El lugar de la Lengua, “una iniciativa informativa y gráfica de Noticias de La Rioja que pretende resumir, en un cuadernillo especial, el vínculo de la Comunidad Autónoma con la lengua castellana, aprovechando el vigésimo aniversario de la Fundación San Millán, institución pública encargada de la preservación y promoción de La Rioja y de los monasterios de Yuso y Suso.”

La entidad solicitante establecía para la propuesta los siguientes objetivos:

- Favorecer el conocimiento y la historia del vínculo entre la Comunidad Autónoma de La Rioja y la lengua castellana.
- Favorecer la cultura ciudadana sobre los recursos culturales vinculados a la lengua que existen en La Rioja.
- Difundir y promocionar la importancia de la lengua en la oferta turística y la proyección internacional de La Rioja.

El recurso fue gratuito para la ciudadanía y se distribuyó en los puntos habituales de entrega y reparto del medio impreso de comunicación, pero de forma independiente.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 040.
- Denominación de patrocinio: El Lugar de la Lengua.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 15 de noviembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 12 705,00 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 8 324,80 euros (IVA Incluido).

PI 18 041 GUÍA DE ESPACIOS VERDES

Descripción

La propuesta formulada por Noticias de La Rioja planteaba la edición de La Guía Verde de La Rioja, “una iniciativa informativa y gráfica de Noticias de La Rioja que pretende agrupar los diferentes espacios naturales de la Comunidad Autónoma y concienciar a la ciudadanía sobre la necesidad de desarrollar hábitos de vida responsables con el medio ambiente”.

La entidad solicitante establecía para la propuesta los siguientes objetivos:

- Favorecer el mejorar el conocimiento de los recursos verdes, naturales y de valor medioambiental de la Comunidad Autónoma.
- Favorecer las conductas medioambientalmente responsables.

El recurso fue gratuito para la ciudadanía y se distribuyó en los puntos habituales de entrega y reparto del medio impreso de comunicación, pero de forma independiente.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 041.
- Denominación de patrocinio: Guía de Espacios Verdes.
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 22 de noviembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 12 705,00 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 8 324,80 euros (IVA Incluido).

PI 18 042 ESPECIAL 60 ANIVERSARIO DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS

Descripción

La propuesta formulada por Radio Popular planteaba la emisión de un programa especial de "Herrera en COPE Rioja", presentado por Carlos Cuartero. Este programa especial permitió acercar los medios radiofónicos a los ciudadanos y difundir, con contenidos especiales dentro del programa, la Declaración de los Derechos Humanos.

Este programa especial permitía, por un lado, acercar los medios de comunicación a los ciudadanos, lo que fortalece el derecho a la información y la vertebración informativa en el territorio. Los ciudadanos interesados podrán asistir al programa y conocer el funcionamiento de la radio. Por otro lado, y respecto a los contenidos que se proponen, la Declaración de los Derechos Humanos es la carta donde se recogen los principales derechos que asisten a la condición humana. Su conocimiento, por parte de la ciudadanía, es clave para su ejercicio y para la reivindicación de estos en las sociedades en las que participa.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 042.
- Denominación de patrocinio: Especial 60 aniversario Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 10 de diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 10 890,00 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 6 848,59 euros (IVA Incluido).

PI 18 043 ESPECIAL CENTRO DE LA EMIGRACIÓN

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Radio Popular planteaba la emisión de un programa especial de "Herrera en COPE Rioja", presentado por Carlos Cuartero, emitido desde el Centro de la Emigración de Torrecilla, con motivo de su X Aniversario.

Este programa especial permitía, por un lado, acercar los medios de comunicación a los ciudadanos, lo que fortalece el derecho a la información y la vertebración informativa en el territorio. Los ciudadanos interesados podrán asistir al programa y conocer el funcionamiento de la radio. Por otro lado, y respecto a los contenidos que se proponen, la Declaración de los Derechos Humanos es la carta donde se recogen los principales derechos que asisten a la condición humana. Su conocimiento, por parte de la ciudadanía, es clave para su ejercicio y para la reivindicación de estos en las sociedades en las que participa.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 043.
- Denominación de patrocinio: Especial Centro de la Emigración.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 13 de noviembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 10 890,00 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 13 616,13 euros (IVA Incluido).

PI 18 044 ESPECIAL EMIGRACIÓN

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Onda Cero La Rioja planteaba la emisión de un programa especial emitido desde el Centro de la Emigración de Torrecilla, con motivo de su X Aniversario.

Este programa especial permitió acercar los medios radiofónicos a los ciudadanos y difundir, con contenidos especiales dentro del programa, el fenómeno de la emigración.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 044.
- Denominación de patrocinio: Especial Emigración.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 15 de noviembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 10 890,00 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 10 890 euros (IVA Incluido).

PI 18 045 TELEVISIÓN ABIERTA

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por TVR planteaba un conjunto de jornadas de puertas abiertas y visitas guiadas para la ciudadanía.

De acuerdo a la documentación aportada, lejos de su objeto social, que es de la producción y emisión de contenidos audiovisuales, la entidad solicitante proponía la organización de visitas guiadas, gratuitas a la ciudadanía, con las que explicar la organización y el funcionamiento de la televisión, recorrer los diferentes departamentos y unidades e, incluso, ver la preparación de algún programa previsto en la parrilla y organizar alguna actividad propia.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 045.
- Denominación de patrocinio: Televisión Abierta.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: Noviembre y diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 17 242,50 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 20 957,20 euros (IVA Incluido).

PI 18 046 FORO FISCAL DE LA RIOJA

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Diario La Rioja planteaba el patrocinio de una jornada sobre fiscalidad en la Comunidad Autónoma de La Rioja.

La jornada estuvo dirigida a personas interesadas por la economía y la política fiscal, mediante una jornada monográfica en la que diferentes personalidades y expertos en materia fiscal, aborden diferentes asuntos de actualidad y reflexionen sobre esta política pública.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 046.
- Denominación de patrocinio: Foro Fiscal de La Rioja.
- Órgano de la Administración: Consejería de Administración Pública y Hacienda.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 19 de diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 13 612,50 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 21 477,50 euros (IVA Incluido).

PI 18 048 ESPECIAL 40 AÑOS DE LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Diario La Rioja planteaba la edición de un especial con motivo del 40 aniversario de la Constitución Española que se entregaría junto con Diario La Rioja el 6 de diciembre de 2018.

De acuerdo a la documentación aportada, la iniciativa pretendía transmitir al conjunto de la sociedad riojana la trascendencia de la Carta Magna, recordando el contexto histórico en el que fue creada y reivindicando los derechos y libertades que garantiza.

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 048.
- Denominación de patrocinio: Especial 40 años de la Constitución Española.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio Realizado.
- Fecha: 6 de diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 10 890 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 15 097,77 euros (IVA Incluido).

PI 18 049 X ANIVERSARIO CENTRO DE LA EMIGRACIÓN

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Noticias de La Rioja la edición de X Aniversario Centro de Emigración Riojana de Torrecilla de Cameros, "una iniciativa informativa y gráfica de Noticias de La Rioja que pretendía recordar, en un cuadernillo especial, la efeméride de este centro, como espacio nacido para rememorar el fenómeno de la emigración, cuyo punto álgido se dio entre 1880 y 1936".

Datos descriptivos de campaña

- Código de patrocinio: PI 18 049.
- Denominación de patrocinio: X Aniversario Centro de la Emigración.
- Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: 30 de noviembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 12 705,00 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 8 324,80 euros (IVA Incluido).





**Gobierno
de La Rioja**

Portavoz del Gobierno

C./ Vara de Rey 1-3
26004 Logroño (La Rioja)
Teléfono: 941 294 064

publicidad@larioja.org
www.larioja.org/publicidad