



INFORME ANUAL DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

1. Informe anual

El plan anual de publicidad institucional recoge **toda la actividad publicitaria** que el Gobierno de La Rioja, la Administración regional y sus entes públicos desarrollan a lo largo de un **año natural**.

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

El plan de publicidad de 2017 se componía por **55 campañas de publicidad**, de las que 48 correspondían a los órganos de la Administración General de la Comunidad Autónoma de La Rioja y 7 a los entes públicos. La inversión estimada de las campañas publicitarias del Gobierno de La Rioja ascendía a 2,72 millones de euros, de los que **1,5 millones de euros** correspondían 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, 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 anual



inicial. Por ejemplo, la inclusión de campañas publicitarias que no hubieran estado previstas inicialmente o los patrocinios institucionales que se hubieran desarrollado hasta la fecha.

2. Una política relacional

2.1. Relación con el Parlamento

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.

2.2. Estado de las relaciones

Conforme se han ido produciendo novedades en el ámbito de la Publicidad Institucional, el Gobierno de La Rioja ha remitido al Parlamento la información que se detalla a continuación:

- 22 de abril de 2017
Remisión al Parlamento de La Rioja del programa de identidad publicitaria del Gobierno de La Rioja.
- 28 de abril de 2017
Remisión al Parlamento de La Rioja el plan anual de publicidad institucional para 2017.
- 28 de abril de 2017
Solicitud de comparecencia a petición propia, de 22 de junio, de la consejera de Presidencia, Relaciones



Institucionales y Acción Exterior, en la que se presenta y debate el plan anual de publicidad institucional para 2017.

- 22 de junio de 2017
Comparecencia a petición propia, de 22 de junio, de la consejera de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior, en la que se presenta y debate el plan anual de publicidad institucional para 2017.

- 22 de diciembre de 2017
Comparecencia de la consejera de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior, en la que se presenta y debate el informe anual de ejecución del plan de publicidad institucional llevado a cabo en 2017.



3. 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 la finalidad que 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	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	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	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	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	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	Difundir asuntos relacionados con el empleo, la empleabilidad y la capacitación de las personas.



3.1. Campañas reguladas en el plan de publicidad.

A continuación, se enumeran 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 realizadas

Estas son las campañas que se han realizado a lo largo del año 2017:

Código	Denominación	Órgano de administración	Importe	Cuatrimestre
CP 17 001	Día de La Rioja	Presidencia, RR.II. y Acción Exterior	76 153,79 €	Segundo
CP 17 002	XX Aniversario San Millán	Presidencia, RR.II. y Acción Exterior	29 624 € €	Tercero
CP 17 003	Día de Europa	Presidencia, RR.II. y Acción Exterior	37 719,89 €	Segundo
CP 17 004	Oficina Retorno	Presidencia, RR.II. y Acción Exterior	21 728 €	Tercero
CP 17 005	Participa es para ti	Presidencia, RR.II. y Acción Exterior	29 191 €	Segundo y tercero
CP 17 006	Agenda para la Población	Presidencia, RR.II. y Acción Exterior	32 006 €	Tercero
CP 17 007	30 años del Erasmus: Mueves Europa	Presidencia, RR.II. y Acción Exterior	10 160 €	Tercero
CP 17 008	Empleo público	Administración Pública y Hacienda	24 919 €	Tercero
CP 17 009	La Rioja es digital	Administración Pública y Hacienda	28 466,84 €	Primero
CP 17 010	Concienciación cívica y tributaria sobre el juego online	Administración Pública y Hacienda	11 957 €	Tercero
CP 17 011	Lucha contra el fraude	Administración Pública y Hacienda	24 007 €	Tercero



CP 17 013	Alimentación saludable	Salud	36 313 €	Tercero
CP 17 014	Verano saludable	Salud	28 277,04 €	Segundo y tercero
CP 17 015	Paseos saludables	Salud	28 277,04 €	Segundo y tercero
CP 17 016	Vacunación de la gripe	Salud	22 411 €	Tercero
CP 17 017	Sustancias adictivas	Salud	28 009 €	Tercero
CP 17 022	Banco de Sangre	Salud	62 043,26 €	Anual
CP 17 023	Centro Apoyo Familias	Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia	12 900 €	Segundo
CP 17 025	Muestra de Arte Joven	Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia	18 170 €	Tercero
CP 17 026	Quedadas IRJ	Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia	19 849,79 €	Segundo
CP 17 028	Palacio de Justicia	Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia	26 931 €	Tercero
CP 17 030	Los valores del deporte	Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia	21 763,06 €	Segundo y tercero
CP 17 031	La Rioja Cultural	Desarrollo Económico e Innovación	68 129,85 €	Anual
CP 17 032	Oferta formativa EOI	Educación, Formación y Empleo	24 487 €	Segundo y tercero
CP 17 034	Cheque Sénior y Joven	Educación, Formación y Empleo	23 202 €	Tercero
CP 17 035	Feria de FP	Educación, Formación y Empleo	15 706,98 €	Segundo
CP 17 036	Formación Profesional	Educación, Formación y Empleo	41 622,81 €	Segundo
CP 17 037	Procesos de matrícula	Educación, Formación y Empleo	43 708,66 €	Segundo
CP 17 038	Alimentos de La Rioja	Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente	21 721,92 €	Segundo y tercero
CP 17 042	Seguridad vial en La Rioja	Fomento y Política Territorial	21 779 €	Tercero
CP 17 043	Rehabilitación	Fomento y Política Territorial	17 078,06 €	Segundo
CP 17 044	Transporte público de viajeros en La Rioja	Fomento y Política Territorial	27 691 €	Tercero
CP 17 045	Emancipación y vivienda	Fomento y Política Territorial	29 260 €	Segundo y tercero
CP 17 050	La Rioja Tierra Abierta	Desarrollo Económico e Innovación	57 282,76 €	Anual
CP 17 056	Ley de Comunicación y Publicidad	Presidencia	27 297,37 €	Segundo
CP 17 057	Oferta educativa Adultos	Educación, Formación y Empleo	22 231,90 €	Tercero



CP 17 058	Ferias de Artesanía	Desarrollo Económico e Innovación	37 240 €	Tercero
CP 17 059	Violencia de genero	Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia	39 047 €	Tercero
CP 17 061	Día para la Tolerancia	Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia	16 317 €	Tercero
CP 17 062	APP Rioja Salud	Salud	22 287,90 €	Tercero

Campañas puestas en marcha según tipología

Tipo	Campañas
Institucionales	6
Corporativas	11
De servicio público	5
Culturales	5
Sociales	8
De formación y empleo	5

Resumen de campañas

- **CP 17 001 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 17 001.

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 1 al 11 de junio.
Estimación previa de inversión publicitaria: 106.117,02 € (IVA Incluido).
Ejecución final: 76.153,59 € (IVA Incluido).

- **CP 17 002 XX Aniversario San Millán**

Descripción

Campaña de promoción del XX Aniversario de la Declaración de los Monasterios de San Millán como Patrimonio de la Humanidad.

Público objetivo

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

- Niños y jóvenes residentes en La Rioja, 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 de edad: con más de 65 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 002.

Denominación de campaña: XX Aniversario de San Millán.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

Tipología de campaña: Institucional.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 28 de noviembre al 4 de diciembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 35 000 € (IVA incluido).
Ejecución final: 29 624 € (IVA incluido).

- **CP 17 003 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: Riojanas y riojanos de entre 35 y 65 años.

Público secundario: Riojanas y riojanos de entre 18 y 35 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 003.

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 8 al 14 de mayo.

Estimación previa de inversión publicitaria: 42 095,37 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 37 719,89 € (IVA incluido).

- **CP 17 004 Oficina Retorno**

Descripción

Campaña corporativa para mejorar el conocimiento de la Oficina Retorno, sus servicios y herramientas de comunicación, así como incrementar el número de usuarios que emplean dichos servicios.

Público objetivo

Riojanas y riojanos de 16 a 40 años que residen en Europa y otras regiones del mundo.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 004.

Denominación de campaña: Oficina Retorno.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

Tipología de campaña: Corporativa.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: **XXXXXXXXXXXXXX**.

Estimación previa de inversión publicitaria: 37 202 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 21 768 € (IVA Incluido).



- **CP 17 005 Participa es para ti**

Descripción

Campaña corporativa para difundir la consulta pública ciudadana con la que se pretende recoger las opiniones e impresiones de las riojanas y riojanos sobre el estado actual de la participación ciudadana en las políticas de la administración autonómica; así como ideas y mejoras que contribuyan a su fomento.

Público objetivo

- Público primario: Riojanas y riojanos en edad adulta que residan en nuestra comunidad autónoma y también en el exterior.
- Público secundario: La infancia y adolescencia de La Rioja.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 005.

Denominación de campaña: Participa es para ti.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

Tipología de campaña: Corporativa.

Cuatrimestre: Tercero.

Duración: Del 25 de septiembre al 10 de octubre.

Estado: Campaña ejecutada

Estimación previa de inversión publicitaria: 47 680,24 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 29 191 € (IVA incluido).

- **CP 17 006 Agenda para la Población**

Descripción

Campaña publicitaria sobre la Agenda para la población, instrumento de la Comunidad Autónoma de La Rioja para intervenir sobre el desafío demográfico.

Público objetivo

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

- Público primario: Entendemos como público primario de la campaña a la sociedad en edad laboral, comprendida entre los 18 y 65 años de edad.
- 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 17 006.

Denominación de campaña: Agenda para la población.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

Tipología de campaña: Institucional.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 8 al 14 de noviembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 50 384 € (IVA incluido).

Ejecución final: 32 006 € (IVA incluido).

- **CP 17 007 30 años del Erasmus: Mueves Europa**

Descripción

Campaña conmemorativa del trigésimo aniversario de la constitución del programa de movilidad europeo "Erasmus".

Público objetivo

Riojanas y riojanos que forman parte de la comunidad educativa y universitaria de la Comunidad Autónoma de La Rioja: estudiantes y egresados, profesores y personal de administración y servicios.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 007.

Denominación de campaña: 30 años del Erasmus: Mueves Europa.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

Tipología de campaña: Corporativa.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 27 de noviembre al 3 de diciembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 14 122 € (IVA incluido).

Ejecución final: 10 160 € (IVA incluido).

- **CP 17 008 Empleo público**

Descripción



Campaña informativa sobre las convocatorias previstas en la Oferta de Empleo Público del Gobierno de La Rioja.

Público objetivo

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

- Público primario: Riojanas y riojanos, en edad adulta, que residan en nuestra Comunidad Autónoma y también en el exterior.
- Público secundario: Funcionarios interinos que aspiren a obtener una plaza en la Administración.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 008.

Denominación de campaña: Empleo Público.

Órgano de la Administración: Consejería de Administración Pública y Hacienda.

Tipología de campaña: Empleo y Formación.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Estimación previa de inversión publicitaria: 86 Duración: Del 4 al 17 de diciembre.

981 € (IVA incluido).

Ejecución final: 24 919 € (IVA incluido).

- **CP 17 009 La Rioja es digital**

Descripción

Difusión de la Agenda Digital del Gobierno de La Rioja concebida como la hoja de ruta en el sector TIC para los próximos años.

Público objetivo

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

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 009.

Denominación de campaña: La Rioja es digital.

Órgano de la Administración: Consejería de Administración Pública y Hacienda.

Tipología de campaña: Institucional.

Cuatrimestre: Primero.



Estado: Campaña ejecutada.

Duración: **XXXXXXXXXXXXX**.

Estimación previa de inversión publicitaria: 26.439,54 € (IVA incluido).

Ejecución final: 28.466,84 € (IVA incluido).

- **CP 17 010 Concienciación cívica y tributaria sobre el juego online**

Descripción

Campaña de concienciación sobre el juego online responsable y sobre los riesgos y consecuencias negativas que pueden producir comportamientos inadecuados.

Público objetivo

Son destinatarios principales de la campaña los estudiantes de colegios e institutos (tanto públicos como concertados) y de la Universidad de La Rioja (UR):

- Público primario: Población entre 10 y 25 años. Se trata de una labor de prevención, en primer lugar, pedagógica y educativa para que, desde que los menores tienen acceso a dispositivos electrónicos, conozcan los peligros de acceder a este tipo de juego online.
- Público secundario: Población entre 26 y 35 años. Se considera importante intervenir también en la franja de edad de quienes ya han culminado la etapa estudiantil y buscan hacerse un hueco en el mercado laboral.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 010.

Denominación de campaña: Concienciación cívica y tributaria sobre el juego online.

Órgano de la Administración: Consejería de Administración Pública y Hacienda.

Tipología de campaña: Social.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 2 al 8 de octubre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 21 979 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 11 957 € (IVA incluido).

- **CP 17 011 Lucha contra el fraude**



Descripción

Campaña de sensibilización sobre las consecuencias que produce el fraude fiscal.

Público objetivo

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

- Público primario: Formado por riojanas y riojanos, en edad adulta, que residan en nuestra Comunidad Autónoma y también en el exterior.
- Público secundario: 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 17 011.

Denominación de campaña: Lucha contra el Fraude Fiscal.

Órgano de la Administración: Consejería de Administración Pública y Hacienda.

Tipología de campaña: Corporativa.

Cuatrimestre: Tercero

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 11 al 17 de diciembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 21 979 € (IVA incluido).

Ejecución final: 24 007 € (IVA incluido).

- **CP 17 013 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 17 013.



Denominación de campaña: Alimentación saludable.
Órgano de la Administración: Consejería de Salud.
Tipología de campaña: Servicio público.
Cuatrimestre: Tercero.
Estado: Campaña ejecutada.
Duración: Del 9 al 23 de octubre y del 18 al 24 de diciembre.
Estimación previa de inversión publicitaria: 31 874 € (IVA incluido).
Ejecución final: 36 313 € (IVA incluido).

- **CP 17 014 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 16 014.
Denominación de campaña: Verano Saludable.
Órgano de la Administración: Consejería de Salud.
Tipología de campaña: Social.
Cuatrimestre: Segundo y tercero.
Estado: Campaña en ejecución.
Duración: 29 días, repartidos de la siguiente manera: del 16 al 22 de junio, 21 de julio y del 24 al 30 de julio, del 21 al 27 de agosto y del 11 al 17 de septiembre.
Estimación previa de inversión publicitaria: 27 521,77 € (IVA incluido).
Ejecución final: 28 277,04 € (IVA Incluido).

- **CP 17 015 Paseos saludables**

Descripción

Campaña para informar a la población de la 9ª edición de los Paseos Saludables, una actividad organizada por la Consejería de Salud para promocionar la actividad física y la alimentación saludable.



Público objetivo

Familias riojanas y personas mayores de 65 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 015.

Denominación de campaña: Paseos Saludables.

Órgano de la Administración: Consejería de Salud.

Tipología de campaña: Social.

Cuatrimestre: Segundo y tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Abril (6-9; 27-29), mayo (11-13) y junio (1-3).

Estimación previa de inversión publicitaria: 27 521,77 € (IVA incluido).

Ejecución final: 28 277,04 € (IVA Incluido).

- **CP 17 016 Vacunación de la gripe**

Descripción

Campaña informativa sobre la vacunación de la gripe.

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 17 016.

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 23 al 29 de octubre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 17 411 € (IVA incluido).

Ejecución final: 22 411 € (IVA incluido).

- **CP 17 017 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 16 017.

Denominación de campaña: Sustancias adictivas.

Órgano de la Administración: Consejería de Salud.

Tipología de campaña: Social.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 11 al 24 de septiembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 32 697 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 28 009 € (IVA Incluido).

- **CP 17 022 Banco de sangre**

Descripción

Campaña de publicidad institucional para responder a diferentes objetivos establecidos por el Banco de Sangre, la unidad operativa de Rioja Salud, responsable de la provisión de productos sanguíneos, con la oportunidad y en óptimas condiciones, para la realización de los diferentes procedimientos médicos que se les prescriben a los pacientes en los servicios asistenciales. La campaña se desarrolla a través de acciones publicitarias con objetos diferentes, que se agrupan en torno a subcampañas publicitarias.

Público objetivo

La campaña de publicidad se dirige a multitud de grupos objetivos, que se desagregan en cada una de las subcampañas publicitarias que se articulan a lo largo del año.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 022.

Denominación de campaña: Banco de Sangre.

Órgano de la Administración: Consejería de Salud.

Tipología de campaña: Social.



Cuatrimestre: Anual.

Estado: Campaña ejecutada.

Estimación previa de inversión publicitaria: 64 013,48 euros (IVA Incluido).

Ejecución final: 62 043,26 € (IVA incluido).

Subcampaña CP 17 022A Donación mujer

Descripción

El objetivo de esta campaña es promover el acceso a la donación de la mujer en la postmenopausia como consecuencia de que durante la edad de menstruación presentan niveles de hemoglobina no óptimos para donar sangre.

Público objetivo

Mujeres de entre 50 y 65 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 022A.

Denominación de campaña: Donación mujer.

Órgano de la Administración: Consejería de Salud.

Tipología de campaña: Social.

Cuatrimestre: Segundo.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 29 de mayo al 4 de junio.

Estimación previa de inversión publicitaria: 6 062,41 € (IVA incluido).

Ejecución final: 6 062,41 € (IVA incluido).

Subcampaña CP 17 022B Verano

Descripción

Trasladar a la población la necesidad de la donación en verano para cubrir las necesidades transfusionales derivadas del aumento del flujo de desplazamientos y del descenso de la actividad del donante en esta época.

Público objetivo

- Público objetivo primario: Riojanas y riojanos de entre 18 y 35 años.
- Público objetivo secundario: Riojanas y riojanos de entre 35 a 65 años.

Datos descriptivos de campaña



Código de campaña: CP 17 022B.
Denominación de campaña: Banco de Sangre Verano.
Órgano de la Administración: Consejería de Salud.
Tipología de campaña: Social.
Cuatrimestre: Segundo.
Estado: Campaña ejecutada.
Duración: Del 14 al 25 de julio.
Estimación previa de inversión publicitaria: 28 075,43 € (IVA incluido).
Ejecución final: 28 005,85 € (IVA incluido).

Subcampaña CP 17 022C Rh negativo

Descripción

Promover la donación de manera frecuente y periódica de los riojanos pertenecientes al grupo sanguíneo Rh negativo.

Público objetivo

Riojanas y riojanos de entre 18 y 40 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 022C.
Denominación de campaña: Banco de Sangre Rh negativo.
Órgano de la Administración: Consejería de Salud.
Tipología de campaña: Social.
Cuatrimestre: Tercero.
Estado: Campaña ejecutada.
Duración: Del 4 al 10 de septiembre.
Estimación previa de inversión publicitaria: 9 108,42 € (IVA incluido).
Ejecución final: 9 108,43 € (IVA incluido).

Subcampaña CP 17 022D Segunda donación

Descripción

Campaña destinada a promover la donación de manera frecuente y periódica de los riojanos, así como para presentar el proceso de la donación sanguínea como un hábito o costumbre desligado de situaciones de emergencia.

Público objetivo



- Público objetivo primario: Riojanas y riojanos de entre 18 y 40 años.
- Público objetivo secundario: Riojanas y riojanos de entre 41 a 65 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 022D.

Denominación de campaña: Segunda donación.

Órgano de la Administración: Consejería de Salud.

Tipología de campaña: Social.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 2 al 8 de octubre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 11 782,02 € (IVA incluido).

Ejecución final: 11 751,77 € (IVA incluido).

Subcampaña CP 17 022E Navidad

Descripción

Campaña dirigida a reducir la baja actividad de donantes de sangre en la época navideña, trasladando a la población la necesidad de llevarla a cabo como una actividad frecuente y constante.

Público objetivo

Riojanas y riojanos de entre 18 y 65 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 022E.

Denominación de campaña: Banco de Sangre, Navidad.

Órgano de la Administración: Consejería de Salud.

Tipología de campaña: Social.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 4 de diciembre de 2017 al 5 de enero de 2018.

Estimación previa de inversión publicitaria: 4 141,83 € (IVA incluido).

Ejecución final: 7 114,80 € (IVA incluido).

- **CP 17 023 Centro de apoyo familias**



Descripción

Campaña corporativa sobre los servicios que presta el centro de apoyo a las familias.

Público objetivo

Familias y riojanas y riojanos con edades comprendidas entre los 32 y los 65 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 023.

Denominación de campaña: Centro de apoyo a las familias.

Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

Tipología de campaña: Corporativa.

Cuatrimestre: Segundo.

Estado: Ejecutada.

Duración: Del 10 al 23 de julio de 2017.

Estimación previa de inversión publicitaria: 23 022 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 12 900 € (IVA incluido).

- **CP 17 025 Muestra de Arte Joven**

Descripción

Campaña cultural que tiene como objetivo difundir la convocatoria de la Muestra anual de Arte Joven, promovida por el Instituto Riojano de la Juventud, y lograr una mayor participación en la misma.

Público objetivo

Jóvenes riojanos de entre 17 y 35 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 025.

Denominación de campaña: Muestra de arte joven.

Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

Tipología de campaña: Cultural.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.



Duración: Del 7 de agosto al 30 de septiembre.
Estimación previa de inversión publicitaria: 24 976,44 € (IVA Incluido).
Ejecución final: 18 170 € (IVA incluido).

- **CP 17 026 Quedadas IRJ**

Descripción

Campaña cultural sobre el programa de quedadas organizado por el Instituto Riojano de la Juventud.

Público objetivo

Jóvenes riojanos con edades comprendidas entre los 18 y los 35 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 026.

Denominación de campaña: Quedadas en el IRJ.

Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

Tipología de campaña: Cultural.

Cuatrimestre: Segundo.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 1 al 7 de mayo; y del 29 de mayo al 4 de junio.

Estimación previa de inversión publicitaria: 23 325,81 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 19 849,79 € (IVA incluido).

- **CP 17 028 Palacio de Justicia**

Descripción

Campaña corporativa sobre el nuevo Palacio de Justicia, los servicios que presenta y el modelo de Justicia que pretende promover.

Público objetivo

Esta campaña se dirige a la ciudadanía en general, dado que se pretende que todos los riojanos conozcan los servicios judiciales que están a su disposición en el nuevo Palacio de Justicia. Sin embargo, nos centraremos en un público en concreto, riojanos desde los 18 hasta los 65 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 028.

Denominación de campaña: Palacio de Justicia.

Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.



Tipología de campaña: Corporativa.
Cuatrimestre: Segundo.
Estado: Campaña ejecutada.
Duración: Del 13 al 19 de noviembre.
Estimación previa de inversión publicitaria: 49 451 € (IVA Incluido).
Ejecución final: 26 931 € (IVA incluido).

- **CP 17 030 Los valores del deporte**

Descripción

Promover el deporte como un elemento en la educación en valores y la inclusión social.

Público objetivo

- Público primario: Familias riojanas cuyos hijos participan en las competiciones de Juegos Deportivos de La Rioja.
- Público secundario: Niños y jóvenes, desde los 7 a los 19 años, que participan en los Juegos Deportivos de La Rioja.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 030.

Denominación de campaña: Los valores del deporte.

Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

Tipología de campaña: Social.

Cuatrimestre: Segundo y tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Mayo (11, 18 y 25), junio (1, 8 y 15), octubre (12, 19 y 26), noviembre (2, 9, 16, 23 y 30) y diciembre (7, 14 y 21).

Estimación previa de inversión publicitaria: 20 570 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 21 763,06 € (IVA incluido).

- **CP 17 031 La Rioja Cultural**

Descripción

Campaña informativa sobre diferentes actividades culturales que organiza el Gobierno de La Rioja en el ámbito de la promoción cultural. La campaña se desarrolla a través de acciones publicitarias con objetos diferentes, que se agrupan en torno a subcampañas publicitarias.



Público objetivo

La campaña de publicidad se dirige a multitud de grupos objetivos, que se desagregan en cada una de las subcampañas publicitarias que se articulan a lo largo del año.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 031.

Denominación de campaña: La Rioja Cultural.

Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.

Tipología de campaña: Cultural.

Cuatrimestre: Anual.

Estado: Campaña ejecutada.

Estimación previa de inversión publicitaria: 42 003,18 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 68 129,85 € (IVA incluido).

Subcampaña CP 17 031A Ven a La Bene

Descripción

Campaña cultural que tiene como objetivo difundir la programación de las veladas culturales “Ven a la Bene” Una propuesta que acogen los jardines de la Bene en el mes de julio durante las noches de los jueves.

Público objetivo

Riojanas y riojanos de entre 32 a los 65 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 031A.

Denominación de campaña: La Rioja Cultural Ven a La Bene.

Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.

Tipología de campaña: Cultural.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 6 al 27 de julio de 2017.

Estimación previa de inversión publicitaria: 16 207,32 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 16 207,32 € (IVA Incluido).

Subcampaña CP 17 031B Crónicas de Nájera

Descripción



Campaña cultural para promocionar y aumentar la asistencia de los riojanos a una de las actividades más características del verano cultural riojano, las representaciones históricas 'El Reino de Nájera', declaradas en 2016 Bien de Interés Cultural en la categoría de carácter inmaterial 'El patrimonio cultural de las Crónicas Najerenses'.

Público objetivo

- Público objetivo primario: Riojanas y riojanos de entre 40 a los 65 años.
- Público objetivo secundario: Riojanas y riojanos mayores de 65 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 031B.

Denominación de campaña: Crónicas de Nájera.

Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.

Tipología de campaña: Cultural.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 18 al 22 de julio de 2017.

Estimación previa de inversión publicitaria: 5 766,86 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 5 766,86 € (IVA Incluido).

Subcampaña CP 17 031C Ebiblio

Descripción

Campaña cultural para dar a conocer a los ciudadanos riojanos la existencia de un servicio de préstamo de libros electrónicos público, gratuito y legal a través de la marca eBiblio, con el que ampliar acceso a la cultura y a la lectura a todo el territorio de La Rioja a través de las nuevas tecnologías, sobre todo en aquellos lugares que carezcan de centro bibliotecario.

Público objetivo

- Público objetivo primario: Riojanas y riojanos de entre 40 a los 65 años.
- Público objetivo secundario: Riojanas y riojanos de entre 16 y 39 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 031C.

Denominación de campaña: Ebiblio.

Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.

Tipología de campaña: Cultural



Cuatrimestre: Cuarto.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 6 al 20 de noviembre de 2017.

Estimación previa de inversión publicitaria: 11 629,75 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 14 321,98 € (IVA Incluido).

Subcampaña CP 17 031D 150 años de La Casa de El Inglés

Descripción

Campaña cultural para dar una mayor visibilidad al 150 aniversario de este edificio singular, así como para difundir las actividades culturales que se desarrollarán con motivo de esta efeméride (jornadas de puertas abiertas con visitas guiadas, conferencias, etc.) y promover la asistencia de los ciudadanos, para dar a conocer la historia de emigración, superación y éxito profesional que se encuentra detrás de la construcción de este edificio del siglo XIX.

Público objetivo

- Público objetivo primario: Riojanas y riojanos de 32 en adelante.
- Público objetivo secundario: Riojanas y riojanos de entre 18 y 32 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 031D.

Denominación de campaña: 150 años de La Casa de El Inglés.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

Tipología de campaña: Cultural.

Cuatrimestre: Cuarto.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 30 de octubre al 5 de noviembre de 2017.

Estimación previa de inversión publicitaria: 21 524,49 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 21 524,49 € (IVA Incluido)

Subcampaña CP 17 031F Innovación vitivinícola y cultura

Descripción

Campaña cultural para dar una mayor visibilidad al 125 aniversario de este centro investigador, así como para agradecer a los diferentes públicos su participación en el programa de actividades llevado a cabo en la Estación Enológica de Haro a lo largo de 2017.

Público objetivo

- Público objetivo primario: Riojanas y riojanos de 32 en adelante.



- Público objetivo secundario: Conjunto de la viticultura riojana y de todos los profesionales vinculados al a historia de la Estación Enológica de Haro.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 031F.

Denominación de campaña: Innovación vitivinícola y cultura.

Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente.

Tipología de campaña: Cultural.

Cuatrimestre: Cuarto.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 2 de noviembre al 15 de diciembre de 2017.

Estimación previa de inversión publicitaria: 10 309,20 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 10 309,20 € (IVA Incluido).

- **CP 17 032 Oferta formativa EOI**

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

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

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 032.

Denominación de campaña: Oferta formativa de las Escuelas Oficiales de Idiomas.

Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Formación y Empleo.

Tipología de campaña: Empleo y formación.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Ejecutada.

Duración: 22 al 29 de septiembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 25.208 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 24 487 € (IVA Incluido).



- **CP 17 034 Cheque Sénior y Joven**

Descripción

Campaña para difundir el Cheque Sénior y el cheque joven como dos herramientas que buscan incentivar la contratación de trabajadores desempleados mayores de 45 años y menores de 30, mejorar su empleabilidad y evitar además que su situación de desempleo se convierta en crónica.

Público objetivo

Desempleados mayores de 45 años con más de seis meses en desempleo y menores de 30 años con más de seis meses en desempleo.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 034.

Denominación de campaña: Cheque Sénior y Joven.

Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Formación y Empleo.

Tipología de campaña: Empleo y formación.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Ejecutada.

Duración: 25 de septiembre al 1 de octubre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 13 527 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 23 202 € (IVA Incluido).

- **CP 17 035 Feria de FP**

Descripción

Difusión de la Feria de Formación Profesional que se desarrollará el 10 y el 11 de mayo en Riojaforum con el objetivo de mostrar el trabajo que realizan en este ámbito los alumnos en nuestra comunidad con el fin de animar y atraer hacia este campo al mayor número de personas.

Público objetivo

- 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 identificado como primario.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 035.

Denominación de campaña: Feria de Formación Profesional.

Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Formación y Empleo.



Tipología de campaña: Empleo y Formación.
Cuatrimestre: Segundo.
Estado: Campaña ejecutada.
Duración: Del 8 al 14 de mayo.
Estimación previa de inversión publicitaria: 8 532,92 € (IVA Incluido).
Ejecución final: 15 706,98 € (IVA incluido).

- **CP 17 036 Formación Profesional**

Descripción

Difusión de la oferta formativa educativa en el ámbito de la Formación Profesional.

Público objetivo

- 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 identificado como primario.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 036.
Denominación de campaña: Oferta Formativa de Formación Profesional.
Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Formación y Empleo.
Tipología de campaña: Empleo y Formación.
Cuatrimestre: Segundo.
Estado: Campaña ejecutada.
Duración: Del 16 al 30 de mayo.
Estimación previa de inversión publicitaria: 56 484,34 € (IVA Incluido).
Ejecución final: 41 622,81 € (IVA incluido).

- **CP 17 037 Procesos de matrícula**

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 17 037.

Denominación de campaña: Procesos de matrícula en diferentes niveles educativos.

Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Formación y Empleo.

Tipología de campaña: Servicio público.

Cuatrimestre: Segundo.

Estado: Ejecutada.

Duración: 13 días; del 13 al 18 de junio y del 3 al 9 de julio.

Estimación previa de inversión publicitaria: 43 670,93 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 43 708,66 € (IVA Incluido).

- **CP 17 038 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

Familias riojanas.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 038.

Denominación de campaña: Alimentos de La Rioja.

Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente.

Tipología de campaña: Corporativa.

Cuatrimestre: Segundo y tercero.

Estado: Campaña en ejecución.

Duración: 34 días, todos los sábados incluidos desde el sábado 13 de mayo hasta el sábado 30 de diciembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 21 175 € (IVA incluido).

Ejecución final: 21 721,92 € (IVA incluido).



- **CP 17042 Seguridad vial en La Rioja**

Descripción

Campaña cuyos esfuerzos se centran en informar al conductor del estado de la red de carreteras de La Rioja en unos meses críticos en cuestión meteorológica, como son noviembre y diciembre; así como sensibilizar sobre las conductas de riesgo al volante.

Público objetivo

- Público primario: Riojanas y riojanos desde los 18 hasta los 65 años. Una horquilla de edad que comprende a los ciudadanos con edad para conducir y que, diariamente, utilizan la red vial autonómica, tanto para actividades laborales como lúdicas.
- Público secundario: Resto de la ciudadanía en general, dado que uno de los objetivos de la presente campaña es sensibilizar a todos los riojanos en materia de seguridad vial.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: 17 042.

Denominación de campaña: Seguridad vial en La Rioja.

Órgano de la Administración: Consejería de Fomento y Política Territorial.

Tipología de campaña: Servicio público.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada

Duración: Noviembre y diciembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 42 431,04 € (IVA Incluido)

Ejecución final: 21 779 € (IVA Incluido)

- **CP 17 043 Rehabilitación**

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.
- Ayuntamientos de los municipios.

Datos descriptivos de campaña



Código de campaña: CP 17 043.

Denominación de campaña: Ayudas a la rehabilitación de edificios.

Órgano de la Administración: Consejería de Fomento y Política Territorial.

Tipología de campaña: De servicio público.

Cuatrimestre: Segundo.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 30 de mayo al 4 de junio.

Estimación previa de inversión publicitaria: 15 247,01 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 17 078,06 € (IVA incluido).

- **CP 17 044 Transporte público de viajeros en La Rioja**

Descripción

Campaña corporativa de Transporte de La Rioja.

Público objetivo

El público objetivo al que se dirige esta campaña de comunicación es el conjunto de la sociedad riojana, puesto que este medio de transporte público es utilizado por todo tipo de viajeros (familias, trabajadores, estudiantes, mayores de 65 años, etc.). No obstante, se delimita como público primario al grupo de población con edades comprendidas entre los 16 y los 75 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 044.

Denominación de campaña: Transporte público de viajeros en La Rioja.

Órgano de la Administración: Consejería de Fomento y Política Territorial.

Tipología de campaña: Corporativa.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 3 de septiembre al 5 de noviembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 36 022 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 27 691 € (IVA incluido).

- **CP 17 045 Emancipación y Vivienda**



Descripción

Campaña de comunicación que tiene como objeto resaltar la oportunidad que supone para los jóvenes riojanos las viviendas del IRVI, que se pueden comprar a precios asequibles y con las condiciones financieras de la Hipoteca Joven del Gobierno de La Rioja.

Público objetivo

Riojanas y riojanos con edades entre 30 y 45 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 045.

Denominación de campaña: Emancipación y Vivienda.

Órgano de la Administración: Consejería de Fomento y Política Territorial.

Tipología de campaña: Corporativa.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 8 al 26 de septiembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 39 969 € (IVA incluido).

Ejecución final: 29 260 € (IVA Incluido).

- **CP 17 050 La Rioja Tierra abierta**

Descripción

Campaña de publicidad institucional para difundir la exposición La Rioja Tierra Abierta, que se desarrollará en Arnedo del 31 de marzo al 29 de octubre de 2017.

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 17 050.

Denominación de campaña: La Rioja Tierra Abierta.

Órgano de la Administración: Desarrollo Económico e Innovación.

Tipología de campaña: Cultural.



Cuatrimestre: Anual.

Estado: Campaña en ejecución.

Duración: Desde el 31 de marzo hasta el 29 de octubre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 34 830,95 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 57 282,76 € (IVA Incluido).

2.2. Campañas de carácter extraordinario.

Durante 2017 se han ejecutado 5 campañas extraordinarias:

- **CP 17 056 Ley de Comunicación y Publicidad**

Descripción

Campaña de publicidad institucional para difundir el nuevo marco normativo de la comunicación y la publicidad institucional del Gobierno de La Rioja.

Público objetivo

La campaña institucional se dirige al **conjunto de población riojana**, cuyos segmentos de edad se estratifican en las acciones publicitarias mediante los diferentes sectores y soportes previstos.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 056.

Denominación de campaña: Ley de Comunicación y Publicidad Institucional.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

Tipología de campaña: Corporativa.

Cuatrimestre: Segundo.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 29 de mayo al 4 de junio.

Estimación previa de inversión publicitaria: 24 535 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 27 297,37 € (IVA incluido).



- **17 057 Oferta Educativa Adultos**

Descripción

Campaña de publicidad institucional para difundir y publicitar la oferta formativa destinada a las personas adultas.

Público objetivo

Riojanas y riojanos con edades comprendidas entre los 18 y los 65 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 057.

Denominación de campaña: Oferta educativa adultos.

Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Formación y Empleo.

Tipología de campaña: Empleo y formación.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 28 de agosto al 3 de septiembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 20 151,42 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 22 232 € (IVA Incluido).

- **17 058 Ferias de Artesanía**

Descripción

Campaña de publicidad institucional para difundir y publicitar la celebración de dos ferias de artesanía en las que participan un total de 50 artesanos los dos primeros fines de semana de septiembre en Haro y Ezcaray, respectivamente.

Público objetivo

Riojanas y riojanos con edades comprendidas entre los 30 y los 65 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 058.

Denominación de campaña: Ferias de artesanía.

Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.

Tipología de campaña: Cultural.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 28 de agosto al 10 de septiembre.



Estimación previa de inversión publicitaria: 38 220,06 € (IVA Incluido).
Ejecución final: 37 240 € (IVA Incluido).

- **CP 17 059 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 17 059.

Denominación de campaña: Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.

Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

Tipología de campaña: Social.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 20 de noviembre al 5 de diciembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 43 304,58 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 39 047 € (IVA incluido).

- **CP 17 061 Día para la Tolerancia**

Descripción

Campaña entorno a la conmemoración del día 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. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.794 personas.

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 17 061.

Denominación de campaña: Día Internacional para la Tolerancia.

Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

Tipología de campaña: Social.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Campaña ejecutada.

Duración: Del 14 al 27 de noviembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 22 896,89 € (IVA Incluido).

Ejecución final: 16 317 € (IVA incluido).

- **CP 17 062 APP Rioja Salud**

Descripción

Campaña corporativa de la aplicación móvil de Rioja Salud.

Público objetivo

El público al que se dirige esta campaña está formado por riojanas y riojanos, en edad adulta, que residen en nuestra comunidad autónoma y que están familiarizados con el uso de las nuevas tecnologías. En líneas generales, el público objetivo son personas entre 14 y 65 años. Aunque la mayoría de edad se establece en los 18 años, según la Ley de Autonomía del Paciente se determina a partir de los 14 años.

Datos descriptivos de campaña

Código de campaña: CP 17 062.

Denominación de campaña: APP Rioja Salud.

Órgano de la Administración: Consejería de Salud.

Tipología de campaña: Corporativa.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: En ejecución.

Duración: Del 18 al 24 de diciembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 22 287,90 € (IVA incluido).

Ejecución final: 22 287,90 € (IVA incluido).



4. 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 100/2017, de la Consejera de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior, por la que se establecen los criterios para la celebración de patrocinios institucionales del Gobierno de La Rioja para 2017.

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 2017 con la siguiente ejecución presupuestaria.

- **PI 17 001 Ángel Expósito en Arnedo**

Descripción

La Cadena Cope en La Rioja propuso al Gobierno de La Rioja un patrocinio institucional para organizar la celebración de un programa especial "La mañana" de Ángel Expósito en la ciudad de Arnedo.

El objetivo fundamental del programa es difundir con alcance nacional la celebración de la exposición "La Rioja Tierra Abierta" y fomentar la atracción de turistas nacionales a la Comunidad Autónoma de La Rioja, mediante la difusión de los recursos turísticos, naturales y paisajísticos; y la oferta turística regional.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 001.

Denominación de patrocinio: Ángel Expósito en Arnedo.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

Cuatrimestre: Primero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 20 de abril.



Estimación previa de inversión publicitaria: 21 779 € (IVA incluido).
Ejecución final: 21 779 € (IVA incluido).

- **PI 17 002 Día Mundial de la Salud**

Descripción

Con motivo del Día Mundial de la Salud, la Cadena SER en La Rioja organizó un programa especial sobre salud y hábitos de vida saludable, para el que solicitó el patrocinio institucional del Gobierno de La Rioja.

Este patrocinio permitió ofrecer un contenido de carácter blanco y neutral sobre la salud en La Rioja, el funcionamiento de los servicios de salud y permitió concienciar a la ciudadanía sobre el desarrollo de hábitos de vida saludable y la prevención de conductas de riesgo.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 002.

Denominación de patrocinio: Día Mundial de la Salud.

Órgano de la Administración: Consejería de Salud.

Cuatrimestre: Primero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 7 de abril.

Estimación previa de inversión publicitaria: 2 000 € (IVA incluido).

Ejecución final: 2 000 € (IVA Incluido).

- **PI 17 003 Gala del Deporte**

Descripción

El objetivo de la Gala del Deporte Riojano 2016 fue la promoción de los beneficios y valores asociados a la práctica deportiva: el estilo de vida saludable, la capacidad de sacrificio, el esfuerzo por superarse, el respeto a los demás o la integración social. Durante la gala se entregaron premios y distinciones deportivas de los resultados de la temporada 2016 en diversos campos.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 003.

Denominación de patrocinio: Gala del Deporte.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

Cuatrimestre: Primero.



Estado: Patrocinio ejecutado.
Fecha: 14 de marzo.
Estimación previa de inversión publicitaria: 6 000 € (IVA incluido).
Ejecución final: 6 000 € (IVA Incluido).

- **PI 17 004 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 dirige 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 17 004.
Denominación de patrocinio: Reportero Escolar.
Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Formación y Empleo.
Cuatrimestre: XXXXXXXXXXXX.
Estado: Patrocinio ejecutado.
Fecha: XXXXXXXXXXXX.
Estimación previa de inversión publicitaria: 21 720 € (IVA incluido).
Ejecución final: 21 720 € (IVA Incluido).

- **PI 17 005 Start Innova**

Descripción

Start Innova es una iniciativa de Diario La Rioja y empresas regionales que promueve el desarrollo de habilidades y competencias innovadoras de los escolares riojanos.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 005.
Denominación de patrocinio: Start Innova.
Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Formación y Empleo.
Cuatrimestre: XXXXXXXXXXXX.



Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: XXXXXXXXXXXXX.

Estimación previa de inversión publicitaria: 21 720 € (IVA incluido).

Ejecución final: 21 720 € (IVA Incluido).

- **PI 17 006 26ª 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 repercute también en el turismo y en el comercio de La Rioja, dado su reconocimiento nacional, que permite atraer población de otras comunidades durante su celebración.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 006.

Denominación de patrocinio: 26ª Media Maratón.

Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

Cuatrimestre: Segundo.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 28 de mayo.

Estimación previa de inversión publicitaria: 21 720 € (IVA incluido).

Ejecución final: 21 720 € (IVA Incluido).

- **PI 17 007 TGG Transparencia**

Descripción

El TGG Transparencia es un foro de carácter regional que aborda uno de los ejes de las políticas de Gobierno Abierto: la transparencia. A través de diferentes mesas redondas, conferencias y talleres, se pretende divulgar la importancia de la transparencia dentro de la gestión pública, como instrumento imprescindible para la rendición de cuentas y para el objetivo de recuperar la confianza de los ciudadanos en sus instituciones.

Datos descriptivos de campaña



Código de patrocinio: PI 17 007.
Denominación de patrocinio: TGG Transparencia.
Órgano de la Administración: Consejería de Administración Pública y Hacienda.
Cuatrimestre: Primero.
Estado: Patrocinio ejecutado.
Fecha: 17 de febrero.
Estimación previa de inversión publicitaria: 6 000 € (IVA incluido).
Ejecución final: 6 000 € (IVA Incluido).

- **PI 17 008 Renta de Ciudadanía**

Descripción

La Renta de Ciudadanía, desde una dimensión normativa y con base de innovación social, pretende ser el instrumento clave de La Rioja para garantizar la cohesión social y promover una sociedad de derechos y cimentada en la inclusión, la igualdad de oportunidades y la justicia social.

A través de esta jornada divulgativa, se difundió el contenido legislativo de la Ley de Renta de Ciudadanía y se trabajó con el tercer sector y los principales prescriptores en las bases del desarrollo reglamentario y la aplicación de esta medida.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 008.
Denominación de patrocinio: Renta de Ciudadanía.
Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.
Cuatrimestre: Primero.
Estado: Patrocinio ejecutado.
Fecha: 13 de febrero.
Estimación previa de inversión publicitaria: 4 840 € (IVA incluido).
Ejecución final: 4 840 € (IVA incluido).

- **PI 17 009 Banco de Sangre**

Descripción

Patrocinio institucional de un programa de radio emitido por la Cadena Ser con motivo de la celebración del Día Mundial del Donante de Sangre 2017 y con el que se busca promover la donación de sangre de forma periódica,



con la finalidad de contar con una reserva de sangre suficiente antes de que se presenten situaciones de necesidad.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 009.

Denominación de patrocinio: Banco de Sangre.

Órgano de la Administración: Consejería de Salud.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 14 de junio.

Estimación previa de inversión publicitaria: 5 445 € (IVA incluido).

Ejecución final: 5 445 € (IVA Incluido).

- **PI 17 010 Familias de La Rioja**

Descripción

Patrocinio institucional de un programa de radio emitido por la Cadena Ser que tiene como objetivo difundir los servicios que proporciona el Centro de Apoyo a la Familia (C.A.F.) ubicado en Muro de la Mata, nº8 de Logroño. Un dispositivo autonómico que ofrece un espacio de prevención y apoyo a las familias riojanas para ayudarles a afrontar sus dificultades, partiendo de un marco de respeto mutuo, confianza, confidencialidad y voluntariedad.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 010.

Denominación de patrocinio: Centro de Apoyo a las Familias.

Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 1 de junio.

Estimación previa de inversión publicitaria: 5 445 € (IVA incluido).

Ejecución final: 5 445 € (IVA Incluido).

- **PI 17 011 Oportunidades Formativas en Haro**

Descripción

Patrocinio institucional de un programa de radio emitido por Radio Haro- Cadena Ser que tiene como objetivo difundir las actividades programadas dentro de la Feria de Formación Profesional que se desarrolla los días 10 y



11 de mayo en Riojaforum. Un evento que incluye en su programación talleres de empleo, conferencias sobre educación o las muestras de los proyectos en los que trabajan los centros de Formación Profesional de la región.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 011.

Denominación de patrocinio: Oportunidades Formativas en Haro.

Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Formación y Empleo.

Cuatrimestre: Segundo.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fechas: 10 y 11 de mayo.

Estimación previa de inversión publicitaria: 3 267 € (IVA incluido).

Ejecución final: 3 267 € (IVA incluido).

- **PI 17 012 “Más de uno” en San Millán**

Descripción

Patrocinio institucional del programa de Onda Cero “Más de Uno”, con Juan Ramón Lucas con motivo de la celebración del Día de La Rioja y **de la conmemoración del 20 Aniversario del monasterio como Patrimonio de la Humanidad**. Dicho programa fue retransmitido el pasado día 8 de junio desde el Salón de la Lengua de San Millán de la Cogolla.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 012.

Denominación de patrocinio: Especial San Millán.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

Cuatrimestre: Segundo.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 8 de junio.

Estimación previa de inversión publicitaria: 21 778,79 € (IVA incluido).

Ejecución final: 21 778,79 € (IVA incluido).

- **PI 17 013 Crónicas Najerienses**

Descripción

Patrocinio institucional del programa regional de Cadena Cope, emitido desde el Monasterio de Santa María La Real de Nájera para difundir el programa de las Crónicas de Nájera. Un veterano espectáculo que ha cumplido su



49 edición y que aúna la cultura, el patrimonio, la historia y el turismo de la ciudad a través de la representación de algunos de los capítulos más destacados del pasado más glorioso de Nájera.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 013.

Denominación de patrocinio: Crónicas Najerenses.

Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 14 de julio.

Estimación previa de inversión publicitaria: 10 890 € (IVA incluido).

Ejecución final: 10 890 € (IVA incluido).

- **PI 17 014 Crónicas Najerenses**

Descripción

Patrocinio institucional del programa regional de Cadena SER, emitido desde el Monasterio de Santa María La Real de Nájera para difundir el programa de las Crónicas de Nájera. Un veterano espectáculo que ha cumplido su 49 edición y que aúna la cultura, el patrimonio, la historia y el turismo de la ciudad a través de la representación de algunos de los capítulos más destacados del pasado más glorioso de Nájera.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 014.

Denominación de patrocinio: Crónicas de Nájera.

Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 19 de julio de 2017.

Estimación previa de inversión publicitaria: 10 890 € (IVA incluido).

Ejecución final: 10 890 € (IVA incluido).

- **PI 17 015 Milagros del Santo**

Descripción



Patrocinio institucional del programa regional de Cadena SER, emitido desde la Plaza de España de Santo Domingo de La Calzada, con motivo de una nueva edición de la cita cultural, organizada por la Asociación Teatral Calceatense, que da a conocer la vida y milagros del santo fundador de la ciudad

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 015.

Denominación de patrocinio: Milagros del Santo.

Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 4 de agosto de 2017.

Estimación previa de inversión publicitaria: 10 890 € (IVA incluido).

Ejecución final: 10 890 € (IVA incluido).

- **PI 17 016 Lectura fácil**

Descripción

Patrocinio institucional de la sección de doble página de periodicidad quincenal, editada por Noticias de La Rioja junto con el colectivo Plena Inclusión La Rioja, que trata de mostrar una selección de noticias e información de interés general de forma adaptada para personas con mayores dificultades de comprensión con el objetivo de que puedan acceder a la información que dispone el resto de la ciudadanía riojana.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 016.

Denominación de patrocinio: Lectura fácil.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

Cuatrimestre: Tercero y cuarto.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fechas: **De septiembre a diciembre.**

Estimación previa de inversión publicitaria: 16 335 euros (IVA incluido).

Ejecución final: 16 335 (IVA incluido).

- **PI 17 017 Centro de la Emigración**

Descripción



Patrocinio institucional del programa de radio regional de la Cadena SER, emitido el 7 de septiembre, desde el Centro de la Emigración de Torrecilla en Cameros. En este programa radiofónico se destacó la historia representada en este museo como un espacio que sirve para rememorar el fenómeno de la emigración riojana más reciente.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 017.

Denominación de patrocinio: Centro de la Emigración.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 7 de septiembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 10 890 € (IVA incluido).

Ejecución final: 10 890 € (IVA incluido).

- **PI 17 018 Centro de la Emigración**

Descripción

Patrocinio institucional del programa de radio regional de la Cadena COPE, emitido el 13 de septiembre, desde el Centro de la Emigración de Torrecilla en Cameros. En este programa radiofónico se destacó la historia representada en este museo como un espacio que sirve para rememorar el fenómeno de la emigración riojana más reciente.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 018.

Denominación de patrocinio: Centro de la Emigración.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 13 de septiembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 10 890 € (IVA incluido).

Ejecución final: 10 890 € (IVA incluido).

- **PI 17 019 Especial Estación Enológica de Haro**

Descripción



Patrocinio institucional del programa de radio regional de la Cadena COPE, emitido el 23 de octubre, desde la Estación Enológica de Haro, con motivo de la celebración del 125 aniversario de este organismo que ha desempeñado un papel fundamental en la vitivinicultura riojana hasta convertirse en un referente nacional por su rigurosidad y acreditación en el análisis.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 019.

Denominación de patrocinio: Estación Enológica de Haro.

Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente.

Cuatrimestre: Cuarto.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 23 de octubre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 10 890 € (IVA incluido).

Ejecución final: 10 890 € (IVA incluido).

- **PI 17 020 Futuro en Español Chile**

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Grupo Vocento era el relativo al patrocinio de las “II Jornadas del Futuro en Español”, celebradas en Chile y encuadradas en el proyecto “Futuro en español”, creado en 2011 por iniciativa del Diario La Rioja.

Así, este año, la iniciativa Futuro en Español organizó por segunda vez un encuentro fuera de nuestro país a través de la celebración del seminario objeto del contrato en Santiago de Chile los pasados días 19, 20 y 21 de julio, posibilitando a través de él un intercambio cultural y empresarial entre España y Latinoamérica. Dada la relevancia de la actuación, se consideró oportuno el patrocinio de la misma por considerarse una oportunidad de favorecer las relaciones entre instituciones y empresas de nuestra comunidad y América Latina, gracias a la alianza entre el Grupo Vocento y otros medios de comunicación en Latinoamérica.

En las jornadas objeto de patrocinio se debatió sobre periodismo e innovación empresarial. Y entre ambos, a modo de puente de conexión, el español, un lenguaje que comparten y perfeccionan con su uso más de 500 millones de personas en todo el mundo, la segunda más importante de las lenguas. Esos fueron los pilares sobre los que se asentó, entre el 19 y el 21 de julio, la segunda edición de las Jornadas Futuro en Español, en las que participaron más de 500 personas.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 020.

Denominación de patrocinio: Futuro en Español Chile.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.



Cuatrimestre: Segundo.
Estado: Patrocinio ejecutado.
Fechas: Del 19 al 21 de julio.
Estimación previa de inversión publicitaria: 21 774 € (IVA incluido).
Ejecución final: 21 774 € (IVA Incluido).

- **PI 17 021 Milagros del Santo**

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Radio Popular (Cadena COPE) era el relativo a la retransmisión de una edición especial del programa “La Mañana en La Rioja” desde la localidad de Santo Domingo de la Calzada para difundir la oferta turística y cultural de la ciudad, así como para promocionar actividades como la representación teatral de “Los Milagros del Santo”, una cita anual organizada por la Asociación Teatral Calceatense.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 021.
Denominación de patrocinio: Milagros del Santo.
Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Económico e Innovación.
Cuatrimestre: Segundo.
Estado: Patrocinio ejecutado.
Fecha: 7 de agosto.
Estimación previa de inversión publicitaria: 10 890 € (IVA incluido).
Ejecución final: 10 890 € (IVA incluido).

- **PI 17 022 Semanas de Radio y Juventud**

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Radio Popular (Cadena COPE) era el relativo a la retransmisión de cinco programas especiales de “La Mañana en COPE” desde la sede del Instituto Riojano de la Juventud (IRJ) dirigidos a los jóvenes riojanos.

El principal objetivo de estas emisiones era dar a conocer a sus oyentes la actividad que realiza el IRJ en nuestra comunidad autónoma. A lo largo de cinco programas, dieron voz a los responsables del Instituto, así como a los jóvenes riojanos que se benefician de la oferta de la entidad. Ellos fueron los principales protagonistas y destinatarios de la información que se genere. A lo largo de toda la semana se abordaron en profundidad, con el



presentador Carlos Cuartero, los programas que se ofrecen y la información relacionada con deporte, cultura, ayudas a la emancipación, jóvenes en Europa y formación entre otros.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 022.

Denominación de patrocinio: Semanas de Radio y Juventud.

Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fechas: Del 20 al 24 de noviembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 10 890 € (IVA incluido).

Ejecución final: 10 890 € (IVA incluido).

- **PI 17 023 Día de los Derechos Humanos**

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Radio Rioja (Cadena SER) era el relativo a la retransmisión de una edición especial del programa "Hoy por Hoy La Rioja" con motivo del Día de los Derechos Humanos.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 023.

Denominación de patrocinio: Día de los Derechos Humanos.

Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 11 de diciembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 10 890 € (IVA incluido).

Ejecución final: 10 890 € (IVA incluido).

- **PI 17 024 Pacto por la Emancipación**

Descripción



El objeto de la propuesta formulada por Onda Cero La Rioja era el relativo a la retransmisión de una edición especial del programa “La Rioja en La Onda” desde la sede del IRJ con motivo de dar difusión a los objetivos y medidas incluidas en el Pacto por la Emancipación de los Jóvenes Riojanos firmado por el Gobierno de La Rioja junto con todos los grupos parlamentarios.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 024.

Denominación de patrocinio: Pacto por la Emancipación.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 12 de diciembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 10 890 € (IVA incluido).

Ejecución final: 10 890 € (IVA incluido).

- **PI 17 025 Día Internacional de las Personas con Discapacidad**

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Radio Rioja (Cadena SER) era el relativo a la retransmisión de una edición especial del programa “Hoy por Hoy La Rioja” con motivo del Día Internacional de las Personas con Discapacidad.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 025.

Denominación de patrocinio: Día Internacional de las Personas con Discapacidad.

Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 5 de diciembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 10 890 € (IVA incluido).

Ejecución final: 10 890 € (IVA incluido).

- **PI 17 026 Pacto por la Emancipación de los Jóvenes**



Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Radio Rioja (Cadena SER) era el relativo a la retransmisión de una edición especial del programa "Hoy por Hoy La Rioja" con motivo de dar difusión a los objetivos y medidas incluidas en el Pacto por la Emancipación de los Jóvenes Riojanos firmado por el Gobierno de La Rioja junto con todos los grupos parlamentarios.

La propuesta formulada por Radio Rioja planteaba la emisión un programa monográfico de este magazine, el día 15 de diciembre de 12:20 a 14:00 horas, desde la sede del Instituto Riojano de la Juventud (IRJ).

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 026.

Denominación de patrocinio: Pacto por la Emancipación de los Jóvenes.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 15 de diciembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 10 890 € (IVA incluido).

Ejecución final: 10 890 € (IVA incluido).

- **PI 17 027 Semanas de Radio y Juventud**

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Radio Rioja (Cadena SER) era el relativo a la retransmisión de cinco programas especiales de "La Ventana" desde la sede del Instituto Riojano de la Juventud (IRJ) dirigidos a los jóvenes riojanos.

El principal objetivo de estas emisiones era dar a conocer a sus oyentes la actividad que realiza el IRJ en nuestra comunidad autónoma. A lo largo de cinco programas, dieron voz a los responsables del Instituto, así como a los jóvenes riojanos que se benefician de la oferta de la entidad. Ellos fueron los principales protagonistas y destinatarios de la información que se genere. A lo largo de toda la semana se abordaron en profundidad los programas que se ofrecen y la información relacionada con deporte, cultura, ayudas a la emancipación, jóvenes en Europa y formación entre otros.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 027.

Denominación de patrocinio: Semanas de Radio y Juventud.

Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

Cuatrimestre: Tercero.



Estado: Patrocinio ejecutado.

Fechas: Del 13 al 17 de noviembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 10 890 € (IVA incluido).

Ejecución final: 10 890 € (IVA incluido).

- **PI 17 028 Eliminación de la Violencia contra la Mujer**

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Radio Rioja (Cadena SER) era el relativo a la retransmisión un programa especial de "Hoy por Hoy La Rioja" con motivo del Día Internacional para la Eliminación de la Violencia contra la Mujer desde la sede del Centro Asesor de la Mujer.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 028.

Denominación de patrocinio: Eliminación de la Violencia contra la Mujer.

Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 23 de noviembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 10 890 € (IVA incluido).

Ejecución final: 10 890 € (IVA incluido).

- **PI 17 029 Eliminación de la Violencia contra la Mujer**

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Onda Cero La Rioja era el relativo a la retransmisión un programa especial de "La Rioja en La Onda" con motivo del Día Internacional para la Eliminación de la Violencia contra la desde la sede del Centro Asesor de la Mujer.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 029.

Denominación de patrocinio: Eliminación de la Violencia contra la Mujer.

Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 24 de noviembre.



Estimación previa de inversión publicitaria: 10 890 € (IVA incluido).
Ejecución final: 10 890 € (IVA incluido).

- **PI 17 030 Semanas de Radio y Juventud**

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Onda Cero La Rioja era el relativo a la retransmisión de cinco programas especiales de “Aquí en La Onda” desde la sede del Instituto Riojano de la Juventud (IRJ) dirigidos a los jóvenes riojanos.

El principal objetivo de estas emisiones era dar a conocer a sus oyentes la actividad que realiza el IRJ en nuestra comunidad autónoma. A lo largo de cinco programas, dieron voz a los responsables del Instituto, así como a los jóvenes riojanos que se benefician de la oferta de la entidad. Ellos fueron los principales protagonistas y destinatarios de la información que se genere. A lo largo de toda la semana se abordaron en profundidad los programas que se ofrecen y la información relacionada con deporte, cultura, ayudas a la emancipación, jóvenes en Europa y formación entre otros.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 030.

Denominación de patrocinio: Semanas de Radio y Juventud.

Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fechas: Del 27 de noviembre al 1 de diciembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 10 890 € (IVA incluido).

Ejecución final: 10 890 € (IVA incluido).

- **PI 17 031 Futuro en Español Logroño**

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Grupo Vocento era el relativo al patrocinio de las “VII Jornadas Futuro en Español”, que se desarrollaron en Logroño los días 26 y 27 de octubre, con dos ámbitos para la reflexión: “Creación, periodismo y literatura en América Latina y España” y “Nuevas tecnologías para la agroalimentación”.

Dichas jornadas se encuadran en el proyecto Futuro en Español, creado en 2011 por iniciativa del Diario La Rioja. Futuro en Español es el foro empresarial más relevante sobre oportunidades de negocio en el mundo



hispanohablante, el intercambio cultural y las posibilidades de las economías emergentes. Favorece las relaciones entre instituciones y empresas en España y América Latina, gracias a la alianza entre Vocento y otros medios líderes en Latinoamérica.

Dentro de las jornadas, la primera de ellas reunió a periodistas y personalidades de la cultura, procedentes de diferentes países de América Latina y España, para reflexionar sobre la creación y el papel de los medios de comunicación; mientras que en la segunda, responsables del sector en España y América Latina analizaron con especial atención la agricultura de precisión y la agroindustria 4.0, los nuevos hitos para el desarrollo de la agroalimentación que, sin duda, marcarán importantes cambios en los próximos años.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 031.

Denominación de patrocinio: Futuro en Español Logroño.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fechas: 26 y 27 de octubre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 16 940 € (IVA incluido).

Ejecución final: 16 940 € (IVA incluido).

- **PI 17 032 Día de las Personas con Discapacidad**

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Onda Cero La Rioja era el relativo a la retransmisión de una edición especial del programa “La Rioja en La Onda” con motivo del Día Internacional de las Personas con Discapacidad.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 032.

Denominación de patrocinio: Día de las Personas con Discapacidad.

Órgano de la Administración: Consejería de Políticas Sociales, Familia, Igualdad y Justicia.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fecha: 3 de diciembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 10 890 € (IVA incluido).

Ejecución final: 10 890 € (IVA incluido).



- **PI 17 033 Futuro en Español Colombia**

Descripción

El objeto de la propuesta formulada por Grupo Vocento era el relativo al patrocinio de las "I Jornadas del Futuro en Español en Bogotá", celebradas en la capital de Colombia y encuadradas en el proyecto "Futuro en español", creado en 2011 por iniciativa del Diario La Rioja.

La temática de estas jornadas se centró en el patrimonio material e inmaterial del Español y los debates generados reflexionaron sobre la lengua común y la historia compartida, nuestro pasado, presente y futuro. Un encuentro en el que también se reflexionó sobre el valor cultural del español y los orígenes de nuestra lengua, aspectos donde la Comunidad Autónoma de La Rioja, a través de la Fundación San Millán, mantiene una posición de liderazgo.

Datos descriptivos de campaña

Código de patrocinio: PI 17 033.

Denominación de patrocinio: Futuro en Español Colombia.

Órgano de la Administración: Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior.

Cuatrimestre: Tercero.

Estado: Patrocinio ejecutado.

Fechas: 12 y 13 de diciembre.

Estimación previa de inversión publicitaria: 21 774 € (IVA incluido).

Ejecución final: 21 774 € (IVA Incluido).