

## Informe anual de Publicidad Institucional del año 2022.

### 1. Introducción

El artículo décimo de la Ley 7/2017, de 22 de mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional regula que el Gobierno elaborará un informe anual referido a las campañas de publicidad en el que se incluirán todas las campañas institucionales desarrolladas, su importe, los criterios de adjudicación utilizados, los adjudicatarios de los contratos celebrados y, en el caso de las campañas publicitarias, los planes de medios correspondientes. El presente informe tiene por objeto el conjunto de campañas de publicidad desarrolladas en el año 2022.

El Decreto 4/2021, de 3 de febrero, sobre órganos de apoyo directo e institucional a la Presidenta, establece en su artículo 5.b) que la Dirección de Publicidad Institucional es la responsable de la correcta ejecución del Plan Anual de Comunicación y Publicidad Institucional.

Por su parte, el Decreto 43/2020, de 3 de septiembre, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Hacienda y Administración Pública y sus funciones en desarrollo de la Ley 3/2003, de 3 de marzo, de Organización del Sector Público de la Comunidad Autónoma de La Rioja, en su art. 1. determina que le corresponde a la Consejería de Hacienda y Administración Pública las competencias de ejecución administrativa de la política informativa de comunicación y publicidad institucional, identidad e imagen institucional y corporativa en base a las directrices y en coordinación con los órganos de apoyo de la Presidenta y gestión administrativa en asistencia a la Presidenta y sus órganos de apoyo.

Como consecuencia de lo anterior, en este informe se presentan todas las campañas publicitarias que se articulan desde las diferentes consejerías que se han celebrado entre el Gobierno de La Rioja y terceras personas jurídicas.

El artículo 9 de la Ley 7/2017, de 22 de mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional recoge diversos puntos sobre la Planificación de las campañas publicitarias de la siguiente manera:

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:
  - a. El objetivo de cada campaña.
  - b. El coste previsible.
  - c. El periodo de ejecución.
  - d. Los canales de comunicación que se prevea utilizar.
  - e. Los públicos objetivos.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

- f. Los organismos y entidades afectadas, en su caso.
3. El Plan 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, 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.

El Plan anual de publicidad elaborado en 2022 se compone de por 47 campañas de publicidad convencional y 28 campañas en redes sociales de las que 64 corresponden a los órganos de la Administración General de la Comunidad Autónoma de La Rioja y 11 corresponden a los entes del sector público de La Rioja.

En dicho Plan se presentan todas las campañas publicitarias que se articulan desde las diferentes consejerías y los patrocinios institucionales que se celebrarán entre el Gobierno de La Rioja y personas jurídicas terceras

El coste total de las campañas de la Administración General, coordinadas desde la Consejería de Hacienda y Administración Pública competente en la materia, y los entes del sector público de La Rioja asciende a 3.187.000 euros.

Este informe se estructura en la presente introducción, en una segunda parte donde se detallan los objetos y tipologías de las campañas publicitarias y en un tercer apartado que establece una relación completa de todas las campañas publicitarias ordinarias y extraordinarias realizadas en el ejercicio 2022, esto es, aquellas incluidas en el Plan de Publicidad Institucional para 2022. Por último, el cuarto apartado incluye todos y cada uno de los patrocinios institucionales realizados en el año de referencia.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

## 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.

## 2. Campañas de publicidad institucional

### 2.1. 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.

### 2.2. Objetos de las campañas

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

Para ello, se recogen un conjunto de objetos u objetivos 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 3 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			

- 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.

### 2.3. 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 objetivos
<b>Institucionales</b>	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.
<b>Corporativas</b>	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).
<b>De servicio público</b>	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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

	La Rioja.
<b>Culturales</b>	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.
<b>Sociales</b>	Promover la concienciación y la reflexión ciudadanas. Evitar conductas de riesgo en la ciudadanía. Fomentar la educación social y promocionar los valores cívicos.
<b>De formación y empleo</b>	Difundir asuntos relacionados con el empleo, la empleabilidad y la capacitación de las personas.

### 3. Campañas reguladas en el Plan de Publicidad.

En este punto enumeramos las campañas publicitarias previstas en el Plan Anual de Publicidad Institucional 2022 y puestas en marcha por la Oficina de la Presidenta a través de la Consejería de Hacienda y Administración Pública, Consejería competente en esta materia de acuerdo al Decreto, 43/2020, de 3 de septiembre, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Hacienda y Administración Pública y sus funciones en desarrollo de la Ley 3/2003, de 3 de marzo, de Organización del Sector Público de la Comunidad Autónoma de La Rioja, que atribuye estas competencias a dicha consejería.

La partida presupuestaria a la que se imputa el gasto en el ejercicio 2022, de las campañas de publicidad ejecutadas, descritas en el apartado siguiente, es la 12.12.1812.226.10.

#### 3.1. Campañas ejecutadas y finalizadas durante 2022

A. Estas son las campañas que se han ejecutado al amparo del Plan Anual de Publicidad:

Código	Denominación	Órgano proponente	Importe <sup>1</sup>	Cuatrimestre
CP 22 01	Convivencia escolar	Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud	33.090,91euros	Primero

<sup>1</sup> Importe relativo al plan de medios de cada campaña de publicidad.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 5 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1	Directora de Publicidad Institucional				
2	Consejero				
3					

CP 22 02	Fomento del Autoconsumo y eficiencia energética	Consejería de Sostenibilidad, Transición Ecológica y Portavocía del Gobierno.	34.363,64euros	Primero
CP 22 03	Día Internacional de la Mujer	Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030	28.036,37euros	Primero
CP 22 04	Ley de Igualdad	Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030	28.712,72euros	Tercero
CP 22 05	Estrategia de Agenda 2030 La Rioja	Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030	29.927,79euros	Tercero
CP 22 06	Feria de Formación Profesional	Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud	32.454,55euros	Primero
CP 22 07	PAC Sostenible	Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.	25.627,04euros	Primero
CP 22 08	Empresa Pública de Transporte	Consejería de Salud	28.909,10 euros	Primero
CP 22 09	Salud 2030	Consejería de Salud	33.409,09euros	Tercero
CP 22 10	Igualdad en el empleo	Consejería de Desarrollo Autonómico	18.890,92euros	Segundo
CP 22 12	El valor de lo próximo	Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población	33.727,27euros	Primero
CP 22 13	Comercio y Artesanía	Consejería de Desarrollo Autonómico	18.104,03euros	Primero

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

CP 22 14	Programas operativos FEDER y FSE	Consejería de Hacienda y Administración Pública	28.622,72euros	Tercero
CP 22 15	Servicios Sociales Públicos	Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública	56.727,28euros	Segundo
CP 22 16	Especies y Espacios Protegidos	Consejería de Sostenibilidad, Transición Ecológica y Portavocía del Gobierno	23.556,10euros	Segundo
CP 22 17	Día de Europa	Consejería de Hacienda y Administración Pública	28.772,72euros	Segundo
CP 22 18	Servicio a Empresas	Consejería de Desarrollo Autonómico	27.818,18euros	Segundo
CP 22 20	Democracia Cuidadora	Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública	23.409,09euros	Segundo
CP 22 21	Vivienda asequible	Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población	27.512,72euros	Tercero
CP 22 23	Movilidad sostenible	Consejería de Sostenibilidad, Transición Ecológica y Portavocía del Gobierno	23.750,00euros	Segundo
CP 22 24	Integra en la escuela	Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública	23.863,63euros	Tercero
CP 22 25	G#30 La Rioja	Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud	28.636,36euros	Tercero
CP 22 26	Ciencia e Innovación	Consejería de Desarrollo Autonómico	18.137,00euros	Tercero

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 7 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

CP 22 28	Eliminación de la Violencia contra la Mujer	Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública	28.636,36euros	Tercero
CP 22 29	Un sector agrario del siglo XXI	Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población	28.090,90 euros	Segundo
CP 22 40	40º Aniversario EA y Día de La Rioja	Oficina de La Presidenta	74.181,81 euros	Segundo
CP 22 42	Campaña de vacunación	Consejería de Salud	24.057,22euros	Tercero
CP 22 43	Recuperación de Servicios Públicos	Consejería de Salud	32.772,73euros	Segundo
CP 22 48	Accreditaciones profesionales	Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud	4.500,00 euros	Segundo
CP 22 47	Plan de Transformación	Oficina de la Presidenta	76.727,26 euros	Tercero
CP 22 57	Plan Corresponsables	Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030	32.772,73 euros	Segundo

### B. Campañas de Publicidad Institucional en redes sociales.

Código	Denominación	Órgano proponente	Importe <sup>2</sup>	Cuatrimestre
CP 22 65	Orgullo y LGTBI	Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030	70,32euros	Segundo
CP 22 52	Especies Invasoras	Consejería de Sostenibilidad, Transición Ecológica y Portavocía del Gobierno	60,50euros	Tercero

<sup>2</sup> Importe relativo al plan de medios de cada campaña de publicidad.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 8 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



CP 22 53	La Rioja con memoria	Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030	50euros	Segundo
CP 22 54	Conocer la normativa y estrategia de PRL	Consejería de Desarrollo Autonómico	160,66euros	Segundo
CP 22 56	Familias de Acogida	Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública	74,37euros	Tercero
CP 22 58	#porquenosimportas	Consejería de Desarrollo Autonómico	90,75euros	Tercero
CP 22 59	Consumo de alcohol en jóvenes	Consejería de Salud	121,00euros	Tercero
CP 22 64	Mujer rural	Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población	32,25euros	Tercero
CP 22 71	Edadismo	Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública	2,8euros	Segundo
CP 22 74	Prevención de ETS en jóvenes	Consejería de Salud	55,64euros	Tercero
CP 22 77	Consumo cultural en jóvenes	Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud	56,17euros	Tercero

**C. Campañas extraordinarias de Publicidad Institucional ya ejecutadas en el 2022:**

Código	Denominación	Órgano proponente	Importe <sup>3</sup>	Cuatrimestre
CP 22 60	Contra la trata y explotación sexual	Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030	28.090,90euros	Tercero

<sup>3</sup> Importe relativo al plan de medios de cada campaña de publicidad.

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 9 / 81</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
<b>Cargo</b>	<b>Firmante / Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



CP 22 61	Prevención química	sumisión	Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública	18.135,36euros	Segundo
CP 22 76	Ley de Mecenazgo		Consejería de Hacienda y Administración Pública	29.181,81euros	Tercero
CP 22 78	Plan de Ahorro Energético		Consejería de Sostenibilidad, Transición Ecológica y Portavocía del Gobierno	28.636,36euros	Tercero

### 3.2. Tipología de campañas realizadas

Tipo	TOTAL CAMPAÑAS
Institucionales	11
Corporativas	3
De servicio público	13
Culturales	1
Sociales	13
De formación y empleo	4

### 3.3. Campañas puestas en marcha según tipo de contrato

	Contratos de creación publicitaria	Contratos de difusión publicitaria
--	------------------------------------	------------------------------------

<b>DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE</b> en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			<b>Pág. 10</b> / 81
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			

	Contratación menor	Procedimiento abierto simplificado	Contratación menor	Procedimiento abierto simplificado	Contrato de emergencia	Negociado sin publicidad
<b>2022</b>	29	0	15	30	0	0

### 3.4. Resumen de campañas

#### CP 22 01 Convivencia escolar

##### Descripción

Campaña dirigida a informar acerca del nuevo Decreto de Convivencia Escolar que va a concretar las condiciones para organizar la convivencia en los centros, a través de una educación en positivo y el refuerzo de la autoridad del docente con nuevas herramientas para trabajar el día a día del aula, la gestión de conflictos y favorecer la formación en los valores del respeto y el comportamiento cívico entre iguales.

La campaña de comunicación sitúa los siguientes objetivos de comunicación:

- Difundir las ideas clave del nuevo decreto de Convivencia Escolar.
- Poner en valor cómo inciden las medidas en los centros educativos y en las familias-Repercusión positiva.
- Dar a conocer el VII congreso Estatal de Convivencia: “Aprender y Convivir”.

##### Público objetivo

Se establecen como público primario para esta campaña, a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.811 personas, de las que 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres. Concretamente dentro de toda la sociedad sería prioritario llegar al profesorado de los centros educativos y Equipos de Orientación, sobre todo en lo que respecta a la difusión del Decreto y a la promoción del Congreso.

También nos planteamos como público objetivo a las familias con hijos en edad escolar (infantil, primaria, secundaria o bachillerato), especialmente aquellas que han sido objeto de acoso, bullying o cualquier otra forma de violencia en las aulas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 11 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727		
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora		
1 Directora de Publicidad Institucional					
2 Consejero					
3					

\* Datos del IER a 1.7.2021

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 01
- Denominación de campaña: Convivencia escolar.
- Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud.
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: primero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 28 de marzo al 23 de abril de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 35.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 33.090,91euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2022/convivencia-escolar>

### **CP 22 02 Fomento de Autoconsumo y Eficiencia Energética**

#### Descripción

Campaña dirigida a la promoción del autoconsumo y eficiencia energética en diferentes sectores de la sociedad, empresas, viviendas y ayuntamientos, y difusión de la convocatoria gestionada por la DG de Transición Energética y cambio climático sobre autoconsumo y almacenamiento.

La campaña de comunicación sitúa los siguientes objetivos de comunicación:

- **Promover el autoconsumo en las viviendas, empresas y ayuntamientos** como herramienta que favorece la transición energética y que aporta beneficios a sus usuarios.
- **Informar sobre la convocatoria y condiciones de las ayudas** para la ejecución de instalaciones ligadas al autoconsumo y al almacenamiento, con fuentes de energías renovables (EERR), así como a la implantación de sistemas térmicos renovables en el sector residencial.
- **Explicar las ventajas económicas, sociales y medioambientales** de este tipo de instalaciones tanto para particulares como para empresas o entidades locales. Respecto a las económicas, por ejemplo, destacar la disminución de la factura de la luz y la independencia de futuras oscilaciones de precios.
- **Proporcionar información sobre el contacto** (teléfono, correo electrónico u otros puntos de información) puesto a disposición de los ciudadanos por parte de la Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica para asesorarles.

#### Público objetivo

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 12 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				



Se establece como público objetivo para la campaña de comunicación institucional a la sociedad riojana. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.811 personas, de las que 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres.

Y principalmente, a personas físicas que posean una vivienda y sean propietarias del edificio (segundas viviendas, casas en entorno rural, etc.). También a empresas, autónomos, organizaciones y ayuntamientos.

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 02
- Denominación de campaña: Fomento del autoconsumo y eficiencia energética
- Órgano de la Administración: Consejería de Sostenibilidad, Transición ecológica y Portavocía del Gobierno
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: primero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 4 al 17 de abril de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 35.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 34.363,64euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[Fomento del autoconsumo y eficiencia energética - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 03 Día Internacional de la mujer

#### Descripción

Campaña en el marco del Día Internacional de la Mujer dirigida a sensibilizar a la población riojana sobre el papel fundamental que ocupan las mujeres en todos los aspectos esenciales de la sociedad para el mantenimiento de la vida del conjunto de la ciudadanía. La campaña de comunicación sitúa los siguientes objetivos de comunicación:

- Difundir los valores de igualdad real y efectiva entre mujeres y hombres en La Rioja
- Promover el empoderamiento de las mujeres para alcanzar dicha igualdad.
- Trasladar la idea de que, mediante políticas feministas se aportan soluciones a las necesidades del conjunto de la sociedad de La Rioja en materia de: conciliación, la brecha salarial, el acceso al empleo de las mujeres, agresiones sexuales, violencia machista, salud sexual y reproductiva, Igualdad efectiva, mujeres en espacios de representación

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 13 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			

- Concienciar a la sociedad acerca de la importancia de conseguir una comunidad más feminista que se traduzca, en definitiva, en una comunidad mejor.

### Público objetivo

Se establecen como público primario para la campaña, a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **316.176 personas**, de las que 155.772 son hombres y 160.404 son mujeres.

Al definirse un grupo primario con tanta amplitud, se concluye en la necesidad de desagregarlo por segmentos más concretos de edad:

- **Público primario:** Riojanas y riojanos en edad activa, que comprende **entre los 16 hasta los 65 años**. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de población está formado por 204.084 personas, de las que 102.564 son hombres y 101.516 son mujeres.
- **Público secundario:** Resto de la ciudadanía de la comunidad autónoma.

\* Datos del IER a 1.1.2021

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 03
- Denominación de campaña: Día Internacional de la mujer
- Órgano de la Administración: Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: primero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 2 al 9 de marzo de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 28.036,37euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[Día Internacional de la Mujer - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 04 Ley de Igualdad

#### Descripción

Campaña que dará a conocer a la sociedad riojana que la región contará por primera vez con una ley de igualdad entre mujeres y hombres de La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 14 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			

El principal objetivo de la campaña es informar a la ciudadanía de que la región contará por primera vez con una Ley de Igualdad necesaria y urgente, así como difundir el contenido de dicha ley.

Esta ley pretende dotar a la Comunidad Autónoma de La Rioja de los instrumentos necesarios para lograr una sociedad igualitaria, justa, solidaria y democrática, en la que las mujeres y los hombres tengan, realmente, los mismos derechos y oportunidades. La finalidad es eliminar la discriminación por razón de sexo en todos los ámbitos de la vida pública y privada, y más concretamente en la vida económica, política, social, laboral, cultural y educativa.

### Público objetivo

Se establece como público primario para la campaña de comunicación a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.896 personas, de las que, 155.538 son hombres y 160.357 son mujeres.

\*Datos del INE a 1.1.2021

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 04
- Denominación de campaña: Ley de Igualdad
- Órgano de la Administración: Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña pendiente de ejecutar.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 28.712,72euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2022>

### CP 22 05 Estrategia de Agenda 2030 La Rioja

#### Descripción

Campaña que dará a conocer el trabajo que está haciendo el Gobierno de La Rioja en su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, situando en nuestra comunidad como una referencia en el aterrizaje de la Agenda 2030

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 15 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			

El principal objetivo de la campaña es:

- Difundir la información de la estrategia de desarrollo sostenible “La Rioja 2030” periodo de duración, características de los retos y las metas.

Pero también se quieren conseguir los siguientes objetivos de comunicación secundarios:

- Divulgar la importancia de la Agenda 2030 para la sociedad riojana.
- Dar a conocer los 17 objetivos de desarrollo sostenible a nivel nacional
- Divulgar la importancia de esta agenda local, entrelazada en lo global.

### Público objetivo

Se establece como público objetivo para la campaña de comunicación a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo en 315.896 personas, de las que 155.538 son hombres y 160.357 son mujeres.

\* Datos del IER a 1.7.2021

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 05
- Denominación de campaña: Estrategia de Agenda 2030 La Rioja
- Órgano de la Administración: Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña en ejecución
- Duración: Del 28 de noviembre al 11 de diciembre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.482 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 29.927,79euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2022>

### **CP 22 06 Feria de Formación Profesional**

#### Descripción

Campaña dirigida a reforzar el interés de los jóvenes por las posibilidades de estudio y formación para el empleo que la Formación Profesional ofrece y posicionarla como una opción de éxito con un alto nivel de empleabilidad. Difundir la celebración de la Feria de Formación Profesional los días 23 y 24 de marzo donde se mostrará la oferta formativa de FP en La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 16 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			

El objetivo principal de esta campaña es difundir la celebración de la Feria de FP así como la oferta educativa de Formación Profesional en nuestra comunidad.

Otros objetivos que se quieren conseguir son:

- Romper con los estereotipos de género en la elección de las familias profesionales.
- Mostrar el alto potencial de empleabilidad con los estudios de Formación Profesional.

### Público objetivo

Se establecen como público objetivo primario al alumnado de centros educativos de La Rioja cuyo rango de edad (entre 15 y 18 años principalmente) está abierto a la Formación Profesional. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 12.910 personas, de los cuales 6.313 son mujeres y 6.595 son hombres.

Como público objetivo secundario, a la sociedad riojana en general y especialmente a familias y empresas.

\* Datos del IER a 1.7.2021

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 06
- Denominación de campaña: Feria de Formación Profesional
- Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud
- Tipología de campaña: Formación y empleo
- Cuatrimestre: primero
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 10 al 24 de marzo de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 35.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 32.454,55 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2022/feria-formacion-profesional>

### CP 22 07 Una PAC más sostenible

#### Descripción

Difusión de la campaña de la PAC 2022 para informar del inicio y finalización del periodo de presentación de solicitudes, las herramientas disponibles para una tramitación electrónica y una monitorización de las solicitudes más fácil y ágil y para divulgar la importancia de esta política comunitaria para el sector agrario, el medio rural y la sociedad.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 17 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

El principal objetivo de la campaña es:

- Difundir la **información práctica de la campaña de la PAC 2022**: periodo de solicitud, características de las ayudas, tramitación, disponibilidad de apps, novedades campaña 2022.

Pero también se quieren conseguir los siguientes objetivos de comunicación secundarios:

- **Divulgar la importancia de la PAC** para un sector imprescindible en la sociedad como son los agricultores y ganaderos.
- Transmitir que es una **campaña sostenible de transición hacia una nueva PAC** con un **importante compromiso medioambiental**.
- Informar a los **públicos objetivos** de las herramientas disponibles para **gestionar una tramitación electrónica** y una **monitorización de las solicitudes más fácil y ágil**.
- **Divulgar la importancia de esta política comunitaria** para el **sector agrario, el medio rural y la sociedad**.

### Público objetivo

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

- Público primario: El público al que se dirige esta campaña es el sector agrario riojano, formado por agricultores y ganaderos con grandes o pequeñas explotaciones (individuales y cooperativas).
- 4 de cada 10 solicitantes son mayores de 65 años. Y un 8% cobran complemento de jóvenes.

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 07.
- Denominación de campaña: Una PAC más sostenible.
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: primero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 23 de marzo al 1 de abril de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 27.637.00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 25.627,04 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto abreviado simplificado.

### Más información y documentación

[Una PAC mas sostenible - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 08 Empresa Pública de Transporte

### Descripción

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 18 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

La campaña va dirigida a dar a conocer a la ciudadanía riojana la nueva gestión corporativa del transporte sanitario en La Rioja, trasladando a los riojanos y las riojanas las ventajas que el nuevo modelo de transporte sanitario conlleva para la atención de todos aquellos usuarios del servicio.

La campaña de comunicación tendrá como objetivos los siguientes ejes:

- Insistir en que la gestión del transporte sanitario por parte de la Sociedad está asentada en el interés público.
- Trasladar que la nueva organización del transporte garantizará la equidad del servicio.
- Informar de que estamos ante un servicio esencial para la ciudadanía, por lo que el Gobierno ha decidido asumirlo. Poner en valor las **tareas de cuidado**, empoderando a quienes las llevan a cabo, las mujeres, y resignificando dichas tareas para darles un valor fundamental en la sociedad.

### Público objetivo

Se establece como público primario para la campaña de comunicación a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.811 personas, de las que, 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres.

En el caso del transporte programado, también el 100% de los ciudadanos de la comunidad pueden ser usuarios, pero en este caso hay un público mucho más habitual, con un perfil de edad más avanzada (personas con patologías crónicas, por ejemplo).

\* Datos del IER a 1.7.2021

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 08
- Denominación de campaña: Empresa Pública de Transporte.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud.
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: primero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 19 de abril al 1 de mayo de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 28.909,10 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 19 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2022/empresa-publica-transporte-ejecucion>

## **CP 22 09 Salud 2030**

### **Descripción**

Campaña dirigida a la difusión de las principales líneas de trabajo incluidas en el Plan de Salud 2030, cuyo principal objetivo es ganar años de vida y vida a los años, potenciando las acciones frente a los determinantes de la salud, la prevención de la enfermedad y el diagnóstico precoz, reduciendo la carga de enfermedad y sufrimiento en la sociedad riojana.

Los principales objetivos de la campaña son:

- Difundir el objetivo, los principios y las líneas estratégicas del plan, presentando la salud desde una perspectiva positiva e integradora, haciendo hincapié en el papel activo de la ciudadanía para la construcción individual y comunitaria de la salud.
- Insistir en la importancia de los determinantes de salud, las políticas y entornos saludables, la promoción de la salud y los estilos de vida saludables.

### **Público objetivo**

Se establece como público primario para la campaña de comunicación a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.896 personas, de las que, 155.538 son hombres y 160.357 son mujeres.

\* Datos del IER a 1.1.2022

### **Datos descriptivos de campaña**

- Código de campaña: CP 22 09
- Denominación de campaña: Salud 2030.
- Órgano de la Administración: Consejería de salud.
- Tipología de campaña: Servicio Público
- Cuatrimestre: primero
- Estado: Campaña en ejecución.
- Duración: Del 19 al 30 de diciembre
- Estimación previa de inversión publicitaria: 35.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 33.409,09 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado abreviado

### **Más información y documentación**

[Servicios Sociales públicos - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 20 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			

## CP 22 10 Igualdad en el empleo

### Descripción

La campaña va dirigida a incidir en la importancia de la perspectiva de género y la **igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el ámbito laboral**.

Esta campaña se plantea como principal objetivo de comunicación:

- **Difundir la perspectiva de género y el principio de igualdad en el empleo**

Otros objetivos secundarios de la campaña serían:

- Visibilizar las **ventajas para las empresas de contar con un plan de igualdad y de contratar tanto a hombres como a mujeres**, apoyándose en el asesoramiento que desde el Gobierno se puede ofrecer en este sentido.
- **Sensibilizar a la ciudadanía sobre la conciliación** (corresponsabilidad) y la importancia de incorporar la **perspectiva de género** en materia de empleo.

### Público objetivo

Se establecen como públicos primarios para esta campaña a:

- **la población riojana ocupada**. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo en 141.119 personas, de las que 74.248 son hombres y 66.871 son mujeres.
- **las empresas riojanas**. El número de empresas en La Rioja se contabiliza\*\* en 22.357

Como público secundario tenemos a la **sociedad riojana en general**, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\*\*\* este público objetivo en **315.811 personas**, de las que 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres.

\* Datos de la encuesta de Población Activa en el cuarto trimestre de 2021

\*\* Datos del directorio de empresas del INE a 1.1.2021

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 10
- Denominación de campaña: Igualdad en el empleo.
- Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Autonomico.
- Tipología de campaña: Empleo y Formación.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 24 de mayo al 1 de junio de 2022 (ambos inclusive).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 21 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

- Estimación previa de inversión publicitaria: 20.000,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 18.890,92 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2022/igualdad-empleo>

### CP 22 12 EL valor de lo próximo

#### Descripción

Campaña para divulgar el valor de los alimentos de proximidad y la importancia de unos hábitos de compra y consumo de producciones locales por sus atributos de alimentos de calidad, sanos, sabrosos y sostenibles cuyo cultivo y elaboración contribuye a mantener un medio rural vivo.

Los objetivos de comunicación de la campaña son:

- Promover un hábito de compra consciente, reflexiva, sobre la importancia que tiene la elección del producto de proximidad como reconocimiento a su valor intrínseco como producto de calidad, sano, nutritivo y sostenible y extrínseco como apoyo al modelo de producción del pequeño productor local y familiar que mantiene vivos nuestros pueblos y abastece nuestras mesas.
- Concienciar de que el acto de compra es una oportunidad de generar un medio rural próspero.
- Prestigiar al agricultor y ganadero, al productor local, como primer eslabón, el eslabón decisivo, en nuestra cadena agroalimentaria, que contribuye a que los pueblos sean pueblos vivos, prósperos y sostenibles.

#### Público objetivo

Se establece como público objetivo primario para la campaña de comunicación a la población riojana de ambos sexos entre los 20 y 75 años. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 223.075 personas, de los cuales 111.651 son mujeres y 111.426 son hombres.

\* Datos del IER a 1.7.2021

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 12
- Denominación de campaña: EL valor de lo próximo.
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: primero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 25 de abril al 8 de mayo de 2022 (ambos inclusive).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 22 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				



- Estimación previa de inversión publicitaria: 35.000,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 33.727,27 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[El valor de lo próximo \(en ejecución\) - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 13 Comercio y Artesanía

#### Descripción

Campaña dirigida a la difusión de la importancia del comercio y la artesanía en el mantenimiento de la economía local y en la vida de pueblos y ciudades. Difundir el mensaje que con pequeñas acciones locales podemos contribuir a un gran cambio global. Se puede ser ejemplo de economía circular y sostenible potenciando el comercio local y la artesanía.

Como objetivo específico de campaña, difundir el mensaje de que **con pequeñas acciones locales podemos contribuir a un gran cambio global**. Se puede ser ejemplo de economía circular y sostenible potenciando el comercio local y la artesanía.

Otros objetivos que se quieren conseguir son:

- **Promoción de los comercios y de los productos artesanos en La Rioja.** Mostrar que son un elemento fundamental en la actividad comercial de la región, pero también como un eje imprescindible en la vida de las personas porque dan respuesta a sus necesidades.
- **Implicar a la sociedad** en acciones de sostenibilidad y economía circular, hacerles sentir parte importante de la recuperación económica.
- Importante mostrar, también de alguna manera, que el comercio local y la artesanía **son sectores verdes, sostenibles y responsables con el medio ambiente.**

#### Público objetivo

Se establece como público objetivo para la campaña de comunicación institucional a la sociedad riojana. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **315.811 personas**, de las que 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres.

\* Datos del IER a 1.7.2021

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 13
- Denominación de campaña: Comercio y Artesanía.
- Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Autonómico

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 23 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: primero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 1 al 8 de abril de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 18.104,03 euros.
- Tipo de contratación pública: contrato menor.

### Más información y documentación

[Comercio y artesanía en La Rioja - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 14 Programas Operativos FEDER y FSE

#### Descripción

Campaña dirigida a divulgar y ejemplificar la presencia e importancia de los Fondos Europeos en el día a día de los riojanos, fundamentalmente en los servicios públicos.

Los objetivos principales de la campaña son:

- Mostrar la presencia y la eficacia de los Fondos Europeos en el día a día de la ciudadanía. De esta manera, se concientia a la ciudadanía de que Europa está en sus calles, empresas, colegios, centros de mayores....
- Informar de la aprobación del Programa Operativo de La Rioja 2021-2027, y de la apuesta de la UE y del Gobierno de La Rioja por la cohesión territorial y la recuperación económica y social.

#### Público objetivo

Se establece como público primario para la campaña de comunicación a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.896 personas, de las que, 155.538 son hombres y 160.357 son mujeres.

\* Datos del IER a 1.1.2022

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 14
- Denominación de campaña: Programas Operativos FEDER y FSE
- Órgano de la Administración: Consejería de Hacienda y Administración Pública
- Tipología de campaña: Corporativa.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña en ejecución
- Duración: Del 12 al 24 de diciembre de 2022 (ambos inclusive).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 24 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				



- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 28.622,72euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[Servicios Sociales públicos - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 15 Servicios Sociales Públicos

#### Descripción

La campaña tiene el objetivo de informar sobre la labor de los Servicios Sociales Públicos

La comunicación de esta campaña se debe dirigir a tres aspectos fundamentales:

- Transmitir la universalidad de los servicios sociales, unos servicios de todos y para todos.
- Erradicar la estigmatización ya que cualquiera de nosotros podemos ser usuarios de estos servicios en algún momento de nuestra vida. Los servicios sociales están ahí para **apoyarnos y acompañarnos** en distintos momentos de la vida de las personas; desde la infancia (atención temprana) hasta los últimos momentos de la vida (residencia de personas mayores) pasando por la atención a la discapacidad, a la dependencia, a los problemas en el ámbito familiar.
- Concienciar a la sociedad de que detrás de los servicios sociales hay profesionales especializados y formados para acompañar en la búsqueda de las mejores alternativas. Una sociedad solidaria y avanzada socialmente.

#### Público objetivo

Se establece como **público objetivo primario** para la campaña de comunicación a la población riojana de ambos sexos entre los 30 y 50 años. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 92.779 personas, de los cuales 46.121 son mujeres y 46.662 son hombres. Ya que conociendo ellos las posibilidades que ofrecen los servicios sociales del Gobierno de La Rioja pueden detectar necesidades en su entorno.

Y como público secundario tenemos a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanas y ciudadanos residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.811 personas, de las que 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres.

\* Datos del IER a 1.7.2021

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 15

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 25 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			

- Denominación de campaña: Servicios Sociales Públicos
- Órgano de la Administración: Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública
- Tipología de campaña: Corporativa.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada
- Duración: La campaña se desarrolla en dos olas, la primera del 16 al 29 de mayo de 2022 (ambos inclusive) y la segunda entre el 26 de septiembre y 9 de octubre del 2022 (ambos inclusive)
- Estimación previa de inversión publicitaria: 60.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 56.727,28euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[Servicios Sociales públicos - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 16 Especies y espacios protegidos

#### Descripción

La campaña va dirigida a dar a conocer y concienciar sobre la importancia de proteger espacios como los pertenecientes a Red Natura 2000, áreas singulares, reservas y parques naturales, así como especies amenazadas y vulnerables de nuestra comunidad.

La campaña de comunicación cuenta con los siguientes objetivos de comunicación:

- El principal objetivo de la campaña es el de dar a conocer los diferentes espacios naturales de La Rioja y la rica biodiversidad de nuestra Comunidad, a través del proyecto Pasea La Rioja y la red de Centros de Interpretación de la Naturaleza que lo integran.

Otros objetivos secundarios de la campaña son:

- Promover la educación ambiental. Concienciar sobre la importancia de la biodiversidad y los ecosistemas y necesidad de conservación para nuestra sociedad, economía y bienestar.
- Difundir la posibilidad de reservar una experiencia de educación ambiental en un solo clic. Pasea La Rioja ([www.pasealarioja.org](http://www.pasealarioja.org)) es una herramienta sencilla que permite a los usuarios reservar actividades en la naturaleza a través del ordenador o de un dispositivo móvil las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

#### Público objetivo

Se establece como público objetivo primario para la campaña de comunicación institucional a la sociedad riojana en general. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.811 personas, de las que 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 26 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

Como público secundario a familias y centros educativos para involucrar a los escolares en el cuidado de los espacios naturales y en la importancia de la biodiversidad, su valor y los beneficios que nos aporta. Y a público de ciudades limítrofes que deseen disfrutar de una experiencia de educación ambiental y conocer los valores naturales de la región.

\* Datos del IER a 1.7.2021

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 16
- Denominación de campaña: Espacios y espacios protegidos, Pasea La Rioja
- Órgano de la Administración: Consejería de Sostenibilidad, Transición Ecológica y Portavocía del Gobierno
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada
- Duración: Del 2 al 10 de junio de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 25.157,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 23.556,10 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[Campañas de 2022 - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 17 Día de Europa

#### Descripción

La campaña va dirigida a difundir el Día de Europa y la importancia que juega la UE en la vida de los ciudadanos.

Los principales objetivos de la campaña son:

- Visibilizar, poniendo especial foco en los jóvenes, la Unión Europea y sus valores, fundamentalmente la solidaridad, la democracia y la paz.
- Informar sobre las medidas que ha adaptado la UE frente a la crisis del COVID (fondos europeos Next Generation); y frente a la guerra de Ucrania (fondos europeos, recogida de refugiados, sanciones, diplomacia)

#### Público objetivo

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 27 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

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

- **Público primario:** jóvenes de entre 18 y 35 años. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **56.554 personas**, de las que 28.365 son hombres y 28.190 son mujeres.
- **Público secundario:** la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **315.811 personas**, de las que 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres.

\* Datos del IER a 1.7.2021

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 17
- Denominación de campaña: Día de Europa
- Órgano de la Administración: Consejería de Hacienda y Administración Pública
- Tipología de campaña: Corporativa.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada
- Duración: Del 2 al 15 de mayo de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 28.772,72 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[Día de Europa - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

#### CP 22 18 Servicio a empresas

#### Descripción

Campaña dirigida a la difusión de los Servicios que desde el Gobierno de La Rioja se ofrecen a las empresas, relacionados con la búsqueda de perfiles, ayudas a la contratación, planes de formación, inversiones, innovación e internacionalización, prevención de riesgos o planes de igualdad, entre otros.

Esta campaña se plantea como principal objetivo de comunicación:

- **Dar a conocer y difundir el nuevo Servicio a Empresas** puesto en marcha desde las Oficinas de Empleo de La Rioja con la incorporación de la figura del Agente de Empresa.

Otros objetivos a conseguir son:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 28 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

- Promocionar todos los servicios que se ofrecen a empresas desde el Gobierno de La Rioja, relacionados con la búsqueda de perfiles, ayudas a la contratación, planes de formación, inversiones, innovación e internacionalización, prevención de riesgos y planes de igualdad, entre otros, para ayudarles en su crecimiento, en la incorporación de talento, así como en nuevas oportunidades.
- Ofrecer a las empresas servicios de calidad y gratuitos, que les ayuden a resolver sus retos o necesidades con profesionales y ayuda personalizada a medida.

### Público objetivo

Se establecen como público primario para esta campaña, a las pequeñas y medianas empresas riojanas, especialmente a sus departamentos de Recursos Humanos y gerencias. El número de empresas de La Rioja se contabiliza\* en 22.357.

También es necesario que el mensaje alcance, como público objetivo secundario, a **la sociedad riojana en general**, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\*\* este público objetivo en **315.811 personas**, de las que 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres.

\* Datos del directorio de empresas del INE a 1.1.2021

\*\* Datos del IER a 1.7.2021

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 18
- Denominación de campaña: Servicio a empresas
- Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Autonómico
- Tipología de campaña: Empleo y formación.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada
- Duración: Del 15 al 28 de junio de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 27.818,18euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[Campañas de 2022 - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 20 Por una democracia cuidadora

### Descripción

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 29 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones			Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



El objetivo de la campaña es poner de manifiesto que, en una “democracia cuidadora” el cuidado no es una responsabilidad exclusiva del Estado ni de las Administraciones Públicas y de que la administración tiene sus obligaciones con respecto a la protección de las personas mayores que necesitan cuidados, pero no puede ser la única responsable

Otro objetivo de esta campaña es trasladar a las distintas partes implicadas la necesidad de que cada una asuma su cuota de responsabilidad, empezando por el propio autocuidado de la persona, pasando por las personas que están alrededor (familia, hijos e hijas) y la administración en determinados aspectos. En lo que respecta a las personas que están alrededor, es importante destacar los pluses de cariño, atenciones y apoyo familiar.

### Público objetivo

La campaña va dirigida a la población mayor de edad en general por la posibilidad de ejercer el deber de cuidar y de ofrecer a la persona cuidada atenciones y un apoyo familiar, afecto y cariño que, difícilmente, pueden recibir a través de las instituciones. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 261.603 personas, de las que 127.582 son hombres y 134.023 son mujeres.

\* Datos del IER a 1.7.2021

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 20
- Denominación de campaña: Por una democracia cuidadora
- Órgano de la Administración: Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada
- Duración: Del 28 de junio al 11 de julio de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 25.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 23.409,09euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[Campañas de 2022 - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 21 vivienda asequible

### Descripción

El objetivo de la campaña es la difusión de las políticas públicas de vivienda social para favorecer un acceso asequible a un derecho básico constitucional como es el de la vivienda y **aportar información clara y precisa** a las personas jóvenes sobre las condiciones de acceso al **Bono de Alquiler Joven**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 30 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



## Público objetivo

Se establece como público objetivo para la campaña de comunicación a la población riojana de ambos sexos entre los 18 y 35 años. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 56.590 personas, de las que, 28.459 son hombres y 28.126 son mujeres.

\* Datos del IER a 1.1.2022

## Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 21
- Denominación de campaña: Vivienda asequible
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada
- Duración: Del 5 al 18 de septiembre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 27.512,72 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

## Más información y documentación

[vivienda asequible - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

## CP 22 23 Movilidad sostenible

### Descripción

Campaña dirigida a potenciar la movilidad sostenible, incrementar la popularidad del sistema de transporte público y, en consecuencia, aumentar el número de viajeros en las líneas metropolitanas, interurbanas y rurales.

### Público objetivo

Se establecen como público objetivo para la campaña de comunicación institucional a la sociedad riojana en general ya que se trata de un servicio útil para todas las franjas de edades y colectivos usuarios del servicio (trabajadores, familias, estudiantes, mayores de 65 años...). El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.896 personas de las que 155.538 son hombres y 160.357 son mujeres.

## Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 23
- Denominación de campaña: Movilidad sostenible

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 31 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

- Órgano de la Administración: Consejería de Sostenibilidad, Transición Ecológica y Portavocía del Gobierno
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada
- Duración: Del 1 al 11 de septiembre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 25.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 23.750,00euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[Movilidad sostenible - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 24 Integra en la escuela

#### Descripción

Difusión de programa de divulgación y sensibilización social sobre la discapacidad y promoción de la igualdad en los centros educativos de La Rioja de Educación Primaria y Secundaria.

#### Público objetivo

Se establece como público objetivo para la campaña de comunicación de Integra en la Escuela a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo en 315.896 personas, de las que 155.538 son hombres y 160.357 son mujeres.

Al definirse un grupo primario con tanta amplitud, se concluye en la necesidad de concretar el público objetivo en:

Público primario: familias con hijos de cualquier edad porque son estos progenitores los que van a poder replicar y seguir trabajando con sus hijos en casa los objetivos del programa Integra en la Escuela.

Público secundario: alumnado de 3º de Educación Infantil y de 4º de Educación Primaria.

\* Datos del IER a 1.1.2022

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 24
- Denominación de campaña: Integra en la escuela
- Órgano de la Administración: Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 32 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

- Duración: Del 3 al 12 de octubre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 25.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 23.863,63euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[Integra en la escuela - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### **CP 22 25 G#30 LA RIOJA**

#### Descripción

Campaña de apoyo institucional al proyecto G#30 La Rioja de despoblación, realizado de manera conjunta por las Direcciones Generales de Reto demográfico e IRJ.

Los objetivos de comunicación de la campaña son los siguientes:

- Presentar el G30 y darlo a conocer: ¿Qué es? ¿quién lo forma? ¿por qué es necesario?
- Explicar todo el proceso de trabajo de los últimos meses y las conclusiones obtenidas.
- Poner sobre la mesa el debate sobre el mundo rural, la lucha contra la despoblación y las posibles soluciones.

#### Público objetivo

Se establecen como público objetivo primario la población general de La Rioja, con el objetivo de dar a conocer la existencia del G30, qué significa, qué persigue y qué está consiguiendo. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo en 315.896 personas, de las que, 155.538 son hombres y 160.357 son mujeres.

Como público objetivo secundario se establece la población del medio rural, ya que este es el lugar de referencia para el desarrollo de los proyectos.

\* Datos del IER a 1.1.2022

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 25
- Denominación de campaña: G#30 La Rioja
- Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada
- Duración: Del 19 al 30 de diciembre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 28.636,36euros (IVA incluido).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 33 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[Campañas de 2022 - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 26 Ciencia e innovación

#### Descripción

Campaña dirigida a impulsar el interés por la ciencia, el conocimiento y la innovación.

El principal objetivo de campaña es promover el interés por la ciencia, la investigación, el desarrollo y la innovación entre toda la sociedad riojana con especial incidencia entre las personas jóvenes para potenciar la creatividad y el talento innovador de la comunidad estudiantil, así como fomentar las vocaciones científicas.

#### Público objetivo

Se establecen como público primario para la campaña de comunicación a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.896 personas, de las que 155.538 son hombres y 160.357 son mujeres.

Tenemos como público objetivo secundario a las familias con hijos de cualquier edad, pero principalmente las familias con hijos en primaria y secundaria, ya que son ellos los que en primer lugar pueden inculcarles la curiosidad e inquietud por la ciencia. Corresponden al grupo formado por mujeres y hombres de los 32 a los 65 años. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por 154.096 personas de las que 77.192 son hombres y 76.905 son mujeres.

\* Datos del IER a 1.1.2022

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 26
- Denominación de campaña: Ciencia e innovación
- Órgano de la Administración: Desarrollo Autonómico
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 7 al 13 de noviembre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 18.137,00 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento contrato menor.

### Más información y documentación

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 34 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			

[Campañas de 2022 - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)
**CP 22 28 Eliminación de la violencia de género contra la mujer**
**Descripción**

Campaña dirigida a la sensibilización e información para la eliminación de la violencia contra la mujer.

El objetivo general consiste en dar a conocer a la población la reciente aprobación de la primera ley en materia de violencia de género en el ámbito de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

Se pretende, además, que la ciudadanía conozca en qué se traduce dicha aprobación, esto es, cuáles son los grandes hitos que dicha nueva legislación aborda y, desde un punto de vista material, en qué se traduce dicha aprobación: los recursos y servicios que, tras la aprobación de este texto, se ponen a disposición de las víctimas y sus familiares.

Otros objetivos que se quieren conseguir son:

- Mostrar a la sociedad que la violencia de género no solo se ejerce por medio de su expresión más evidente como puede ser el maltrato físico, si no que existen distintos tipos de violencia, que se manifiestan en diversas formas.
- Trasladar el elenco de recursos, preventivos y reparadores, al servicio de las mujeres víctimas para que no solo puedan ser propuestos por las propias instituciones y organismos públicos encargados de su gestión, sino por la propia sociedad también.
- Transmitir la idea de que la violencia de género que la mujer está sufriendo es una situación puntual, momentánea, una situación de la que se puede salir, independientemente de que el proceso sea duro, largo y que será siempre acompañada por las instituciones y organismos a su disposición.

**Público objetivo**

La campaña va dirigida a la población riojana en general de ambos sexos. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.896 personas, de las que 155.538 son hombres y 160.357 son mujeres.

\* Datos del IER a 1.1.2022

**Datos descriptivos de campaña**

- Código de campaña: CP 22 28
- Denominación de campaña: Eliminación de la violencia contra la mujer
- Órgano de la Administración: Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 35 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				



- Duración: Del 14 al 25 de noviembre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 28.636,36euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[Campañas de 2022 - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 29 Un sector agrario del siglo XXI

#### Descripción

Campaña para concienciar que **la transformación digital, a través de la agricultura de precisión, no es una opción, es una necesidad para la competitividad y sostenibilidad del sector agrario.** E inspirar al sector agrario para realizar este **cambio cultural en la era digital** que permitirá un modelo de producción más competitivo y sostenible.

La campaña tiene, por tanto, el objetivo de llamar a la acción para abordar esta **transformación digital a través de la agricultura de precisión** en favor de **un sector agrario de futuro** que incorpora la **investigación, la innovación y las nuevas tecnologías** para ser **más sostenible social, económica y medioambientalmente en la producción de alimentos.**

La campaña de publicidad cuenta con el principal objetivo de:

- **Difundir y concienciar** que la **agricultura de precisión** es ya el **presente y una oportunidad** para desarrollar **una actividad agrícola más sostenible y competitiva.**

#### Público objetivo

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

- **Público primario:** El público al que se dirige esta campaña es el sector agrario riojano, formado por agricultores/as y ganaderos/as con grandes o pequeñas explotaciones (individuales y cooperativas).
- Se establece también como **público secundario** para la campaña de comunicación la población riojana de ambos sexos entre los 20 y 65 años, que según datos del INE es de 190.666 personas, de las que 95.674 son hombres y 94.990 son mujeres.

\* Datos del IER a 1.1.2022

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 29
- Denominación de campaña: Un sector agrario del s. XXI
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 36 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			

- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada
- Duración: Del 26 de julio al 8 de agosto de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 28.090,90euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2022/sector-agrario-siglo-xxi>

### CP 22 40 40º aniversario Estatuto de Autonomía y Día de La Rioja

#### Descripción

Campaña institucional con motivo de la celebración del 40 aniversario del Estatuto de Autonomía de La Rioja.

Los principales objetivos de comunicación de la campaña son:

- Conmemorar el 40 Aniversario del Estatuto de Autonomía de La Rioja, coincidiendo con la celebración del Día de La Rioja el 9 de junio, y fomentar su conocimiento por parte de la ciudadanía.
- Acercar los principios básicos sobre los que se construyó el Estatuto de Autonomía y sus señas de identidad.
- Difundir las diferentes actividades programadas.

#### Público objetivo

Se establecen como público primario para la campaña, a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **316.176 personas**, de las que 155.772 son hombres y 160.404 son mujeres.

\* Datos del IER a 1.7.2021

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 40
- Denominación de campaña: 40º Aniversario del Estatuto de Autonomía y Día de La Rioja
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 37 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

- Duración: Del 16 de mayo al 12 de junio de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 80.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 74.181,81euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado.

### Más información y documentación

[40º Aniversario Estatuto de Autonomía del Día de La Rioja - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 42 Campaña de vacunación

#### Descripción

La inmunización es un logro ejemplar de la salud y el desarrollo a escala mundial que salva millones de vidas cada año. Las vacunas reducen el riesgo de contraer enfermedades gracias a que refuerzan las defensas naturales del organismo y le ayudan a protegerse. Cuando una persona se vacuna, se activa su sistema inmunitario.

Se hace, por tanto, imprescindible subrayar la necesidad de la vacunación como una acción colectiva y solidaria para proteger a la sociedad y superar la pandemia, además de promover el uso de vacunas frente a otras enfermedades para proteger a las personas de todas las edades.

La campaña de comunicación tendrá como objetivos los siguientes ejes:

- Trasladar a la sociedad riojana que las vacunas salvan vidas y que nos permiten ser más fuertes frente a los virus y vivir con normalidad nuestro día a día.
- Captar la atención de la población menos comprometida con las vacunas para lograr que se vacunen y poder garantizar así la protección de toda la sociedad.

#### Público objetivo

Se establece como público primario para la campaña de comunicación a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.896 personas, de las que, 155.538 son hombres y 160.357 son mujeres.

Y como público secundario a la población que puede mostrarse fatigada o desencantada con las vacunas. Que volvamos a lograr las exitosas tasas de vacunación de anteriores campañas (COVID y GRIPE, etc) es lo que nos va a permitir mantener la actual 'normalidad'.

\* Datos del IER a 1.1.2022

#### Datos descriptivos de campaña

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 38 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

- Código de campaña: CP 22 42
- Denominación de campaña: Campaña de vacunación
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada
- Duración: Del 2 al 15 de noviembre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 25.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 24.057,22euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[Campañas de 2022 - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 43 Recuperación de servicios públicos

#### Descripción

Los servicios públicos son esenciales para reducir desigualdades y avanzar hacia una sociedad con mayor equidad. Por eso, es prioritario reforzar las capacidades de lo público, especialmente, en el ámbito de Salud para impulsar el Estado del Bienestar y garantizar un futuro mejor a los ciudadanos.

La campaña de comunicación tendrá como objetivos los siguientes ejes:

- Informar a la ciudadanía riojana de las **mejoras** implementadas en la sanidad pública riojana. Destacar que el refuerzo de la sanidad pública tiene como objetivo hacerla **más fuerte y dotarla de mayor calidad**. Que se trata de servicios esenciales que se refuerzan para **reducir desigualdades** y avanzar hacia una sociedad con **mayor equidad**.
- Resaltar especialmente que **público quiere decir de todos para todos**. Poner en valor que el objetivo es colocar al **ciudadano en el centro** de todas las políticas que se están llevando a cabo en materia sanitaria, como usuario de un derecho fundamental **accesible, universal y gratuito**.
- Señalar que la apuesta por el refuerzo del sistema pública es la vía para atraer a más y mejores profesionales a la sanidad de todos.

#### Público objetivo

Se establece como público primario para la campaña de comunicación a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.811 personas, de las que, 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 39 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



\* Datos del IER a 1.7.2021

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 43
- Denominación de campaña: Recuperación de servicios Públicos
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña en ejecución
- Duración: Del 13 al 27 de julio de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 35.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 32.772,73 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[Recuperación de servicios públicos - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 47 Plan de Transformación

#### Descripción

El Plan de Transformación plantea no solo el reto de **acelerar la recuperación** de la comunidad autónoma, sino también de impulsar su transformación y su modernización con el objetivo de construir **La Rioja de la próxima generación**.

Para ello, contempla **cuatro grandes proyectos estratégicos**, que están fundamentados en características diferenciales de la comunidad autónoma, que son intensivos en **digitalización y sostenibilidad** y cuyo despliegue conlleva un impacto global en el desarrollo de la región. Los cuatro proyectos son Enorregión, Valle de la Lengua, Ciudad del Envase y el Embalaje y Territorio Digital de Servicios.

Esta campaña tiene por objeto **explicar las claves** del Plan de Transformación de La Rioja y sus cuatro grandes proyectos estratégicos y comunicar las líneas de actuación que se encuentran ya **en proceso de desarrollo** y aquellas que van a ponerse en marcha, para que el sector empresarial y la sociedad en general conozcan los objetivos y propuestas de los proyectos, se sumen a su despliegue y aprovechen las posibilidades de financiación o apoyo que se vayan activando, tanto a nivel regional como nacional o europeo.

Esta campaña busca los siguientes objetivos:

- Difundir los **objetivos** y las **actuaciones** que se están llevando a cabo en el marco del Plan de Transformación de La Rioja y los cuatro proyectos estratégicos que lo integran.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 40 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Directora de Publicidad Institucional					
2 Consejero					
3					



- Informar sobre las **líneas de actuación** en las que se está trabajando y los avances concretos registrados en cada una de ellas, así como sus consecuencias en el desarrollo de la región y las oportunidades que ofrecen.

### Público objetivo

Se establece como público objetivo primario para la campaña de comunicación institucional a la sociedad riojana en general el instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.811 personas, de las que 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres.

\* Datos del IER a 1.7.2021

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 47
- Denominación de campaña: Plan de Transformación
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña en ejecución
- Duración: entre los meses de noviembre de 2022 a febrero 2023.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 80.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 76.727,26euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado.

### Más información y documentación

[Campañas de 2022 - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 48 Acreditaciones profesionales

#### Descripción

Campaña dirigida a informar, en Rioja Alta y Rioja Baja, acerca del proceso de acreditación de competencias profesionales por experiencia y recordar que continúa abierto el procedimiento.

La campaña de comunicación cuenta con el objetivo de informar de que existe este proceso de acreditaciones profesionales, y que tiene importantes beneficios para aquellos trabajadores que carecen de cualificación acreditada. Además de incentivar para que los interesados se dirijan a las oficinas de empleo y/o a los agentes sociales para recibir asesoramiento para gestionarlo. Se trata de informarles de que es un proceso serio y riguroso y que es importante que pasen por él, que cuenta con el aval del Gobierno de La Rioja y los agentes sociales, y que su tramitación va a redundar en la mejora de su situación en el mercado laboral, en el corto, medio y largo plazo.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 41 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			

## Público objetivo

Se establece como **público objetivo** para la campaña de comunicación institucional al público riojano ocupado y desempleado que poseen experiencia o formación relacionadas con las competencias a acreditar.

Se plantean también la posibilidad de dirigirnos a públicos más específicos:

- Franja de adultos trabajadores de edad más avanzada (50 años en adelante), dado que pertenecen a una generación donde fue frecuente el abandono escolar temprano, por lo que carecen de estudios, pero a la vez tienen una larga trayectoria laboral. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo de trabajadores de 50 a 65 años en **45.457 personas**, de las que 24.071 serían hombres y 21.386 mujeres.

- Parados: hay una estrecha vinculación entre el desempleo y la falta de cualificación. El reconocimiento de las competencias de estos perfiles de personas mejoraría de forma sustancial su empleabilidad y aumentaría sus opciones de volver a encontrar un empleo. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo de riojanos parados en **15.654 personas** de las que 6.382 serían hombres y 9.272 mujeres.

\* Datos del INE a 04.04.2022

## Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 48
- Denominación de campaña: Acreditaciones profesionales
- Órgano de la Administración: Educación, Cultura, Deporte y Juventud
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: primero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 20 de abril al 10 de mayo de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 4.500,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 4.500euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento contrato menor.

## Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2022/acreditaciones-profesionales-ejecucion>

## CP 22 57 Plan Corresponsables

## Descripción

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 42 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

Campaña para dar a conocer las ayudas del Gobierno de La Rioja a la conciliación laboral y familiar en el marco del Plan Corresponsables.

El principal objetivo de la campaña es:

- Generar en los hombres la idea de la necesidad de corresponsabilizarse como una cuestión de justicia. E impulsar la redistribución equitativa de las tareas domésticas y de los cuidados de menores y/o dependientes para que estos no recaigan solamente en las mujeres.
- Contemplar la idea de que detrás de cada una de las tareas invisibles hay una persona que cuida y que merece ser cuidada (eslogan de la campaña de navidad en el marco de corresponsables del Ministerio) o que las cosas no se hacen solas o que no son gratuitas, aunque no se remuneren.

### Público objetivo

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

- **Público primario:** El público al que se dirige esta campaña es a los hombres a partir de 16 años principalmente. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **130.964 personas**.
- **Público secundario:** a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **315.811 personas**, de las que 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres.

\* Datos del IER a 1.7.2021

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 57
- Denominación de campaña: Plan Corresponsables
- Órgano de la Administración: Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada
- Duración: Del 18 al 31 de julio de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 35.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 32.772,73euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2022/plan-corresponsables>

### CP 22 52 Especies invasoras

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 43 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				



## Descripción

Campaña dirigida a difundir información sobre las especies invasoras que ponen en peligro nuestros ecosistemas y mostrar a la ciudadanía el peligro que suponen y su necesaria colaboración para evitar su propagación y contribuir a su erradicación.

El objetivo de la campaña es:

Mostrar a la ciudadanía el peligro de las especies invasoras y su necesaria colaboración para evitar su propagación y contribuir a su erradicación.

## Público objetivo

Población general de La Rioja

## Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 52
- Denominación de campaña: Especies invasoras
- Órgano de la Administración: Consejería de Sostenibilidad, Transición Ecológica y Portavocía del Gobierno
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 20 al 29 de noviembre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 50euros euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 50euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Campaña difundida íntegramente en redes sociales.

## CP 22 53 La Rioja con memoria

## Descripción

Campaña dirigida a dar visibilidad a las acciones de Memoria Democrática y trasladar a la sociedad la importancia de cuidar y proteger nuestra historia democrática como Comunidad y como país.

Los objetivos de la campaña son:

- Dar visibilidad a las acciones del Gobierno en materia de memoria democrática.
- Trasladar a la sociedad la importancia de cuidar y proteger nuestra historia democrática como comunidad y como país.

## Público objetivo

La sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.811 personas, de las que 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 44 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 53
- Denominación de campaña: La Rioja con memoria
- Órgano de la Administración: Consejería Igualdad, Participación y Agenda 2030
- Tipología de campaña: social.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 6 al 21 de mayo de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 60 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 50euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento contrato menor.

### CP 22 54 Conocer la normativa y estrategia de prevención de riesgos laborales

#### Descripción

Campaña dirigida a la difusión del Plan Director para la Estrategia Riojana de Seguridad y Salud Laboral 2021-2023 en torno al 28 de abril (Día Mundial de la Salud y Seguridad en el Trabajo). La difusión de la campaña es exclusivamente en redes sociales.

Difundir los objetivos del Plan Director para la reducción de la siniestralidad, garantizar la seguridad y la salud de los trabajadores e impulsar una gestión eficiente y efectiva de la prevención de riesgos laborales que permita, a su vez, mejorar la competitividad de las empresas:

- Reto 1: Integración efectiva de la prevención de riesgos laborales en las empresas
- Reto 2. Poner en valor la cultura de la prevención
- Reto 3. Actuar frente a los desafíos futuros

#### Público objetivo

Hombres y mujeres de entre 18-66 años

Ubicación geográfica: La Rioja

Otras características: empresas y personas trabajadoras.

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 54
- Denominación de campaña: Conocer la normativa y la estrategia de prevención de Riesgos Laborales
- Órgano de la Administración: Consejería Desarrollo Autonómico

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 45 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 28 de abril al 5 de mayo de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 200,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 160,66euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento contrato menor.

### **CP 22 56 Familias de acogida**

#### **Descripción**

Campaña dirigida a concienciar e informar a la sociedad sobre la labor de las familias de acogida, en qué consiste y explicar el proceso para convertirse en una de ellas. También se busca trasladar la necesidad de incrementar la bolsa de acogida para poder darles a estos niños y niñas una segunda oportunidad ya que sus progenitores, por las razones que sean, no están preparados para ofrecerles todos los cuidados que requieren.

Los objetivos de la campaña son:

- Informar a la sociedad en qué consiste ser familia de acogida y cómo convertirse en una.
- Captar potenciales familias de acogida.

#### **Público objetivo**

Familias riojanas de edades comprendidas entre 30 y 60 años que puedan potencialmente ser familias de acogida.

#### **Datos descriptivos de campaña**

- Código de campaña: CP 22 56
- Denominación de campaña: Familias de acogida
- Órgano de la Administración: Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 20 noviembre al 12 de diciembre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 400euros euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 74,37euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Campaña difundida íntegramente en redes sociales.

### **CP 22 58 #porquenosimportas**

#### **Descripción**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 46 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



Campaña dirigida a la difusión de los servicios ofrecidos desde las Oficinas de Empleo para ayudar en la búsqueda de empleo y la mejora profesional a las personas en desempleo o en mejora. Orientación laboral basada en posibilidades de formación, acreditación de la experiencia, upskilling, reskilling, oportunidades de emprendimiento y ofertas de trabajo propias.

Los objetivos de la campaña son:

- Posicionarse como un servicio de valor en la orientación profesional ofreciendo oportunidades adaptadas al mercado laboral actual y de futuro, tanto de formación, como de emprendimiento y empleo.
- Ofrecer un servicio profesional, con sesiones individualizadas de acompañamiento en el que se orienta a la persona ofreciendo servicios gratuitos para la búsqueda de oportunidades profesionales y la mejora de su trayectoria laboral.
- Hacer calar en la sociedad el mensaje de que el trato que se recibe es #porquenosimportas, porque la persona que le atiende está por y para el demandante de empleo y su futuro laboral.

### Público objetivo

Sociedad riojana y personas en búsqueda de empleo

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 58
- Denominación de campaña: #porquenosimportas
- Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Autonómico
- Tipología de campaña: Empleo y Formación.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 26 noviembre al 12 de diciembre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 100euros euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 90,75euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Campaña difundida íntegramente en redes sociales.

### CP 22 59 Consumo de alcohol en jóvenes

#### Descripción

El alcohol sigue siendo la droga con mayor prevalencia de consumo en España, un problema de salud pública, y causa de grave daños social. Las personas que empiezan a consumir a los 14 años tienen más riesgo de desarrollar dependencia. Existe relación entre el consumo elevado de alcohol y los resultados académicos, la incidencia de accidentes, lesiones y relaciones sexuales de riesgo.

Esta campaña se dirige a concienciar a la población joven de La Rioja y sus familias sobre los peligros relacionados con el consumo de alcohol (botellón, binge drinking) y retrasar la edad de inicio.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 47 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

Los objetivos de la campaña son:

- Proporcionar información fiable, de calidad y basada en la evidencia sobre los riesgos relacionados con el consumo de alcohol.
- Retrasar la edad de inicio de consumo de alcohol.

### Público objetivo

Población general joven de entre 14 a 25 años de ambos sexos y sus familias.

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 59
- Denominación de campaña: Consumo de alcohol en jóvenes
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 2 al 26 de noviembre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 300 euros euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 121euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Campaña difundida íntegramente en redes sociales.

### CP 22 60 Contra la trata y explotación sexual

#### Descripción

Campaña extraordinaria de publicidad incluida como Adenda en el Plan Anual de Publicidad 2022 mediante Resolución nº 1002 del Consejero de Hacienda y Administración Pública de fecha 12 de julio de 2021 por la que se aprueba la campaña CP 22 60 "Contra la trata y explotación sexual" propuesta por la Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030.

El objetivo de la campaña es sensibilizar a la población riojana, sobre los derechos humanos que se están vulnerando a causa de la trata con fines de explotación sexual que perpetúan los hombres sobre las mujeres en contextos de trata-prostitución.

#### Público objetivo

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

- Público primario: principalmente hombres a partir de 16 años. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **131.108 personas**.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 48 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

- **Público secundario:** la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en **315.896 personas**, de las que 155.538 son hombres y 160.357 son mujeres.

\* Datos del IER a 1.1.2022

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 60
- Denominación de campaña: Contra la trata y explotación sexual
- Órgano de la Administración: Consejería Igualdad, Participación y Agenda 2030
- Tipología de campaña: social.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 12 al 25 de septiembre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 28.090,90 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[Contra la trata y la explotación sexual - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### **CP 22 61 Prevención y sensibilización sobre sumisión química asociada a la violencia sexual en mujeres.**

#### Descripción

Campaña extraordinaria de publicidad incluida como Adenda en el Plan Anual de Publicidad 2022 mediante Resolución nº 892 del Consejero de Hacienda y Administración Pública de fecha 19 de junio de 2022 por la que se aprueba la campaña CP 22 61 " Prevención y sensibilización sobre sumisión química asociada a la violencia sexual en mujeres" propuesta por la Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública.

Campaña extraordinaria cuyo principal objetivo es el de informar y sensibilizar a los profesionales del ocio y población joven en particular sobre la sumisión química y su relación con la violencia sexual en mujeres, así como a toda la sociedad en general.

Otros objetivos que se quieren conseguir a través de la campaña son los siguientes:

-Fomentar y formar a trabajadores y trabajadoras del ocio nocturno y la hostelería en la adquisición de recursos para prevenir, detectar, atender e intervenir ante posibles episodios por sumisión química (camareros/as, personal de seguridad, guardarropías, DJs, etc.). Así como lograr su implicación con la campaña para que asuman un rol activo contra este tipo de violencia.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 49 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				



-Contribuir a la creación de espacios de ocio más seguros, basados en los valores de libertad, igualdad de derechos, respeto y consentimiento, con el fin último de disminuir el riesgo de que se pueda ejercer violencia sexual sobre las mujeres.

-Favorecer la activación de los recursos oportunos en situaciones de sumisión química. Activar al personal de seguridad del local, contactar con los servicios de emergencia 112, con fuerzas y cuerpos de seguridad (Policía Local y/o Nacional, Guardia Civil), urgencias sanitarias, servicios de urgencias sociales, etc.

### Público objetivo

Se establece como **público objetivo primario** para la campaña de comunicación a responsables y profesionales del ocio nocturno de La Rioja (bares, discotecas, salas, festivales y otros locales-espacios de ocio) y como **público objetivo secundario** a la población riojana joven de ambos sexos de entre 14 y 35 años. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 69.746 personas, de los cuales 34.595 son mujeres y 35.151 son hombres. Ya que son los públicos que mejor pueden prevenir y detectar casos de sumisión química y activar los recursos oportunos.

Y como **público objetivo terciario** tenemos a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanas y ciudadanos residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.811 personas, de las que 155.520 son hombres y 160.291 son mujeres.

\* Datos del IER a 01.07.2021

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 61
- Denominación de campaña: Prevención y sensibilización sobre sumisión química asociada a la violencia sexual en mujeres
- Órgano de la Administración: Consejería Servicios Sociales y Gobernanza Pública
- Tipología de campaña: social.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 6 al 12 de julio de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 18.135,36 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento contrato menor.

### Más información y documentación

[Campañas de 2022 - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### CP 22 64 Mujer rural.

### Descripción

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 50 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				



Campaña dirigida a visibilizar proyectos de vida y de trabajo protagonizados por mujeres en el medio rural que ejemplifiquen la importancia de la mujer en la fijación de población y dinamización del medio rural.

### Público objetivo

Sociedad riojana.

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 64
- Denominación de campaña: Mujer rural
- Órgano de la Administración: Consejería Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 25 al 28 de octubre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 100 euros euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 32,25euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Campaña difundida íntegramente en redes sociales.

### CP 22 65 Orgullo y LGTBI

#### Descripción

Campaña dirigida a celebrar el Orgullo LGTBI, cuyo Día Internacional se celebra el 28 de junio, y a sensibilizar a la población riojana sobre la riqueza de la diversidad, la tolerancia, el respeto y la igualdad. Se realiza íntegramente en redes sociales.

#### Público objetivo

Se establece como público objetivo a la Población riojana en general, pero principalmente mujeres y hombres de entre 16-65 años.

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 65
- Denominación de campaña: Orgullo y LGTBI
- Órgano de la Administración: Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 14 de junio al 2 de julio de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 100 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 59,91euros (IVA incluido).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 51 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				



- Tipo de contratación pública: procedimiento contrato menor.

### **CP 22 71 Edadismo**

#### **Descripción**

Campaña dirigida a concienciar a la sociedad sobre no discriminación de las personas por su edad y poner en valor sus cualidades, capacidades y todo lo que puedan aportar a la sociedad.

Los objetivos de la campaña son:

- Luchar contra el edadismo.
- Sensibilizar sobre el respeto y cuidado hacia las personas mayores.
- Desmontar los estereotipos existentes de las personas mayores.

#### **Público objetivo**

Sociedad riojana.

#### **Datos descriptivos de campaña**

- Código de campaña: CP 22 71
- Denominación de campaña: Edadismo
- Órgano de la Administración: Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública
- Tipología de campaña: social.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 3 de julio a 2 de agosto de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 480 euros euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 2,80euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Campaña difundida íntegramente en redes sociales

### **CP 22 74 Prevención de ETS en jóvenes**

#### **Descripción**

Se está observando un aumento en todas las infecciones de transmisión sexual (ITS) sometidas a vigilancia en los últimos años. El patrón por edad y sexo muestra una mayor afectación entre los 25 y los 34 años, y en los hombres. Las crisis sanitarias, sociales y políticas a lo largo de la historia se han asociado a aumentos de ETS.

Los objetivos de la campaña son:

- Luchar contra el estigma, la discriminación y las barreras al ejercicio en los derechos sexuales.
- Promover las capacidades y habilidades de las personas para propiciar una vivencia de la sexualidad positiva, libre y responsable.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 52 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



## Público objetivo

Población joven y sus familias

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 74
- Denominación de campaña: Prevención ETS en jóvenes
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 13 de octubre al 1 de noviembre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 300 euros euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 55,64euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Campaña difundida íntegramente en redes sociales.

### CP 22 76 Ley de Mecenazgo.

#### Descripción

Campaña extraordinaria de publicidad incluida como Adenda en el Plan Anual de Publicidad 2022 mediante Resolución nº 1272 del Consejero de Hacienda y Administración Pública de fecha 2 de septiembre de 2022 por la que se aprueba la campaña CP 22 76 "Ley de Mecenazgo" propuesta por la Consejería de Hacienda y Administración Pública.

El principal objetivo de la campaña es:

- Fomentar las donaciones a proyectos sujetos a la Ley de Mecenazgo e informar a la ciudadanía sobre dicha ley.

#### Público objetivo

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

- Público primario: a los contribuyentes riojanos en general. En 2020 se presentaron 173.428 declaraciones de IRPF en La Rioja. La población de ambos sexos de 25 a 70 años. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo en 175.171 personas de las que 87.790 son hombres y 87382 son mujeres.
- Público secundario: Las entidades que pueden ser beneficiarias de mecenazgo son aquéllas sin ánimo de lucro que están domiciliadas en La Rioja; las delegaciones en La Rioja de las de ámbito nacional; y las Administraciones Públicas. El universo es de unas 3.000 entidades.

\* Datos del IER a 1.1.2022

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 53 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Directora de Publicidad Institucional					
2 Consejero					
3					

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 76
- Denominación de campaña: Ley de Mecenazgo
- Órgano de la Administración: Consejería Hacienda y Administración Pública
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 11 al 23 de octubre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 29.181,81euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[Campañas de 2022 - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

#### CP 22 77 Consumo cultural en jóvenes

#### Descripción

Campaña dirigida a promover el consumo cultural en jóvenes; a difundir la cultura, conciertos, teatros, literatura, cine, etc como una actividad a incorporar en las actividades de ocio de los jóvenes como forma de conocimiento, crecimiento y bienestar.

Los objetivos de la campaña son:

- Que los jóvenes incorporen a las actividades que desarrollan, la asistencia a conciertos, teatros, cines, conferencias o lectura.
- Que consideren dichas actividades como positivas o deseables.

#### Público objetivo

Población joven entre los 15 y 30 años.

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 22 77
- Denominación de campaña: Consumo cultural en jóvenes
- Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud
- Tipología de campaña: Cultural.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 13 de octubre al 20 de noviembre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 600 euros euros (IVA Incluido).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 54 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

- Ejecución final: 56,17euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Campaña difundida íntegramente en redes sociales.

### **CP 22 78 Plan de Ahorro energético.**

#### **Descripción**

Campaña extraordinaria de publicidad incluida como Adenda en el Plan Anual de Publicidad 2022 mediante Resolución nº 1507 del Consejero de Hacienda y Administración Pública de fecha 20 de octubre de 2022 por la que se aprueba la campaña CP 22 78 "Plan de ahorro energético" propuesta por la Consejería de Sostenibilidad, Transición Ecológica y Portavocía del Gobierno.

En un contexto de crisis energética se plantea la necesidad de reducir el consumo energético y ahorrar combustible de forma significativa pero voluntaria.

Esta campaña es necesaria para acompañar a la ciudadanía hacia un consumo energético más consciente y eficiente.

El principal objetivo de la campaña es divulgar las razones por las que se plantea un ahorro energético como una política de país donde instituciones, empresas, hogares y servicios deben jugar un papel responsable y solidario para obtener un objetivo común: afrontar la crisis de precios energéticos, reducir la dependencia energética del exterior, lograr un ahorro económico y una reducción de emisiones causantes del efecto invernadero y el cambio climático.

#### **Público objetivo**

Hay tres ámbitos principales sobre los que actuar: la Administración, el sector empresarial y de servicios y los hogares por lo que la campaña va dirigida a la población riojana en general de ambos sexos. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 315.896 personas, de las que 155.538 son hombres y 160.357 son mujeres

\* Datos del IER a 1.1.2022

#### **Datos descriptivos de campaña**

- Código de campaña: CP 22 78
- Denominación de campaña: Plan de ahorro energético
- Órgano de la Administración: Consejería de Sostenibilidad, Transición ecológica y Portavocía del Gobierno
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 24 de noviembre al 7 de diciembre de 2022 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 28.636,36euros (IVA incluido).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 55 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

### Más información y documentación

[Campañas de 2022 - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

## 5. 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 corporativa.

### 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 56 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

- La **duración** de la iniciativa.
- El **retorno de la inversión**, en términos económicos, que pueda cuantificarse del patrocinio institucional.

### 5.1. Patrocinios realizados durante el 2022

Desde la Oficina de la Presidenta y a través de su órgano gestor, la Consejería de Hacienda y Administración Pública, se han realizado los siguientes Patrocinios Institucionales, según las directrices dispuestas en el Plan de Publicidad Institucional previsto para el 2022 cuyo gasto se imputa a la aplicación presupuestaria 12.12.1812.22610 del presupuesto 2022.

Los patrocinios ejecutados durante el 2022 son los siguientes:

#### **PI 22 01 GUIA DE LA COMUNICACIÓN. EDICIÓN DIGITAL**

##### **Descripción**

La Guía de la Comunicación de La Rioja es una iniciativa decana en la Comunidad Autónoma de La Rioja. Se trata de la mayor base de datos de la sociedad civil organizada de esta región. Incluye información detallada y contrastada de 6.400 organismos, instituciones, asociaciones y colectivos de La Rioja. Además de direcciones postales, electrónicas, números de teléfono, páginas web, blogs y perfiles de redes sociales de más de 5.000 nombres propios con los que poder contactar. La Guía de la Comunicación de La Rioja es la mayor base de datos de contactos sobre la sociedad civil organizada de nuestra región. Se trata de una herramienta que facilita las relaciones institucionales y el encuentro entre ciudadanos, sociedad civil y el sistema mediático, transparentando los contactos de los profesionales de la información y la comunicación riojana, al objeto de favorecer las relaciones ciudadanas y horizontales en nuestra Comunidad Autónoma.

La Guía de la Comunicación de La Rioja se reestructura a fondo anualmente desde 1989 y se actualiza de forma continua en su edición digital [www.guiadelacomunicaciondelarioja.com](http://www.guiadelacomunicaciondelarioja.com), una web de libre acceso con una versión que va mejorando año tras año y que se mantiene activa desde 1999 con sus correspondientes adaptaciones a las nuevas tecnologías. Además, cuenta con su propia APP de libre descarga disponible en Google Play, Apple Store y en Microsoft Store.

##### **Datos descriptivos del Patrocinio**

- Código de patrocinio: PI 22 01
- Denominación de patrocinio: Guía de la comunicación. Edición Digital
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 71.892,00 euros (IVA no incl.)

##### **Más información y documentación**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 57 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinos/patrocinos-2022/guia-comunicacion-2022>

## **PI 22 02 Agro Rioja**

### **Descripción**

La propuesta que plantea el patrocinio “PI 22 02 Agro Riojano” es un patrocinio anual con la publicación de un suplemento mensual dedicado al mundo agrario de la región con información específica del mismo. Información práctica, técnica, laboral, de formación y demás materias relacionadas con los agricultores, ganaderos, medio rural y agroalimentario de nuestra región. El compromiso con el reto demográfico se refleja de igual modo.

El objeto que se persigue con este patrocinio es dar a conocer todas las noticias relacionadas con el mundo agrícola, ser una ventana con toda la información de interés para el sector y para la sociedad riojana

### **Datos descriptivos del Patrocinio**

- Código de patrocinio: PI 22 02
- Denominación de patrocinio: Agro Rioja.
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 14.520,00 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 36.099 euros (IVA no incluido).

### **Más información y documentación**

[Agro Rioja - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

## **PI 22 04 Jornadas FP**

### **Descripción**

Se plantea el patrocinio “PI 22 04 Jornadas FP” con la realización cara al público de los programas de radio SER, de carácter local y regional, el día 23 de marzo desde RIOJAFORUM dando protagonismo a las FERIA de Formación Profesional.

El objetivo es comunicar la celebración de la Feria entre los oyentes y potenciar la difusión del evento.

### **Datos descriptivos del Patrocinio**

- Código de patrocinio: PI 22 04
- Denominación de patrocinio: Jornadas FP
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: Patrocinio realizado.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 58 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				



- Cuantía económica del patrocinio: 4.779,5euros (IVA incl.).
- Retorno de la inversión: 10.914,00 euros (IVA no incluido)

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2022/fp-opcion-presente-mirar-futuro>

### PI 22 06 La Rioja en femenino

#### Descripción

La propuesta formulada planteaba el patrocinio “PI 22 06 La Rioja en femenino” como una iniciativa que se basa en la necesidad de que la igualdad sea un eje transversal, dando visibilidad a la mujer en todos los ámbitos.

Los objetivos previstos son:

- Aumentar la presencia y la voz de las mujeres en los medios de comunicación. Apareciendo de forma más recurrente como fuentes informativas expertas y aportando su punto de vista en todos los ámbitos de la sociedad.
- Visibilizar la realidad de las mujeres en diferentes ámbitos de la sociedad riojana: la política el periodismo, el deporte, los cuidados, la educación, la corresponsabilidad...

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 06
- Denominación de patrocinio: La Rioja en femenino
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta.
- Cuatrimestre: anual.
- Estado: Patrocinio en ejecución.
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: No valorado

### Más información y documentación

[La Rioja en femenino - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### PI 22 07 Qué vida

#### Descripción

La propuesta formulada planteaba el patrocinio “PI 22 07 QUÉ VIDA” como la publicación cada jueves de un reportaje que acercará a los lectores a un municipio de La Rioja. Su historia, como es el día a día en el pueblo, como han cambiado las cosas con el paso de los años, como ven el futuro y cuales son las tradiciones que han pasado de padres a hijos. El reportaje incluirá una breve reseña con los datos más

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 59 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

destacados de la localidad y que descatará los aspectos más importantes de su historia, situación actual y retos de futuro.

El objetivo del patrocinio es contribuir a la preservación y divulgación del patrimonio cultural, social y personal que atesora cada uno de los municipios de la región

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 07
- Denominación de patrocinio: Qué vida
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: anual
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 52.350,00 euros (IVA no Incluido)

#### Más información y documentación

[Qué vida - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

#### PI 22 08 Semana Santa 2022

##### Descripción

La propuesta planteaba el patrocinio “PI 22 08 SEMANA SANTA LOGROÑO 2022” como colaboración entre Hermandad de cofradías de la ciudad de Logroño y Gobierno de la Rioja para la promoción de la Semana Santa en Logroño.

El objetivo es promocionar la Semana Santa en Logroño, La Rioja y resto de España.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 08
- Denominación de patrocinio: Semana Santa
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Primero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 4.840,00 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 15.035,06 euros (IVA no Incluido)

#### Más información y documentación

[Semana Santa 2022 - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

#### PI 22 10 Premios mujer La Rioja 2022

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 60 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				



## Descripción

La propuesta formulada planteaba el patrocinio “PI 22 10 Premio Mujer La Rioja 2022” como la búsqueda, a través de las emisoras de Atresmedia Radio en La Rioja y a lo largo de 2022, y el reconocimiento de la trayectoria personal y profesional de una mujer de La Rioja- o vinculada a La Rioja- que haya destacado a lo largo de su vida en cualquier ámbito, ya sea social, docente, profesional, deportivo, empresarial, humano, etc.

El objetivo que se persigue con el patrocinio es dar a conocer historias de mujeres pioneras, inspiradoras, que han peleado por la igualdad de género y que sirven de ejemplo para concienciar a la sociedad riojana sobre la importancia de la paridad en todos los ámbitos.

### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 10
- Denominación de patrocinio: Premios mujer La Rioja 2022
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 8.470,00 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 187.736,00 euros (IVA no incluido)

### Más información y documentación

[Premios mujer La Rioja 2022 - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### PI 22 11 Mercancías al tren

#### Descripción

Se planteaba el patrocinio “PI 22 11 Mercancías al tren” como una iniciativa para despertar conciencias ya que, en España solo el 4 % de las mercancías que se transportan se hace por ferrocarril. Esta cifra sigue igual desde hace ya 15 años. El ferrocarril es un aliado estratégico clave para la lucha contra el cambio climático y para reducir las emisiones del sector transporte, pero hay que actuar ya. Un trayecto similar realizado por ferrocarril emite un 80 % menos de CO2 que la carretera, supone un 50 % menos de costes externos.

### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 11
- Denominación de patrocinio: Mercancías al tren
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 6.050 euros (IVA incluido).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 61 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			

- Retorno de la inversión: 1.544.629,00euros (IVA no incluido)

### Más información y documentación

[Mercancías al tren - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### PI 22 12 Semana de Europa en La Rioja

#### Descripción

Se planteaba el patrocinio “PI 22 12 LA SEMANA EUROPEA EN LA RIOJA”, como una iniciativa que se concentra en una semana ciclo previo al día 9 de mayo, día de Europa, para la promoción de ese día con programación especial, en la que se proponen videoconferencias y entrevistas con personas de gran prestigio para hablar de Europa y de los Fondos logrados.

El objetivo que se persigue es conmemorar el día de Europa a través de videoconferencias, actos, análisis..., incidiendo en la importancia de Europa y de los fondos aportados por el organismo europeo. Poner en valor el trabajo desarrollado por el Gobierno Regional para la captación de dichos fondos que transforman la Comunidad Autónoma a través de proyectos emprendidos o que se emprendan gracias a ellos.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 12
- Denominación de patrocinio: Semana de Europa en La Rioja
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 6.050 euros (IVA incluido).
- Retorno de la inversión: 19.138,00euros (IVA no incluido).

### Más información y documentación

[Semana de Europa 2022 - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### PI 22 13 Imaginext

#### Descripción

Se planteaba el patrocinio “PI 22 13 IMAGINEXT. TECNOLOGÍA APLICADA AL SECTOR DEL VINO” como la 8ª edición de IMAGINEXT que se desarrollará en el restaurante Delicatto, donde se produce el encuentro de referencia del sector que aúna tecnología y vino. Es una jornada en la que se debate dentro del paraguas de sostenibilidad, dos de los ejes estratégicos fundamentales para el desarrollo económico de nuestra Comunidad en torno al vino.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 62 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

Estas jornadas tienen como objetivo promover la importancia de la sostenibilidad, digitalización e innovación en La Rioja, los cuales constituyen una oportunidad clave para mejorar la competitividad de la industria española en un mercado cada vez más global. Bajo esta idea se han celebrado diversos encuentros que han permitido convertir a La Rioja, en sede de Imaginext, encuentro tecnológico más importante de la geografía española en el ámbito del sector vitivinícola.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 13
- Denominación de patrocinio: Imaginext
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 9.075,00 euros (IVA incluido).
- Retorno de la inversión: 28.402,40 euros (IVA no incl.)

#### Más información y documentación

Imaginext 2022 - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja

#### PI 22 14 Foro de la España despoblada

#### Descripción

Se planteaba el patrocinio “PI 22 14 Foro de la España Despoblada” como una iniciativa en la que se lleva a cabo un foro por la España despoblada en La Rioja como forma de apoyo y búsqueda de los puntos de encuentro dentro del mundo rural, así como la exploración de soluciones y alternativas a través de un foro de encuentro con todos sus protagonistas

El objetivo que se persigue es difundir y compartir soluciones, recursos, plataforma y difusión del mundo rural. El foro se presenta como un altavoz para dar voz a sus vecinos, sus alcaldes, responsables del Gobierno Regional y conversar sobre los distintos aspectos del mundo rural, buscando sus claves, su filosofía y sus soluciones

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 14
- Denominación de patrocinio: Foro de la España despoblada
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 12.100,00 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 397.470,00 euros (IVA no incluido)

#### Más información y documentación

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 63 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				



[Foro de la España Despoblada - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

**PI 22 15 Biodiversidad y lucha contra el cambio climático**

**Descripción**

Se planteaba el patrocinio “PI 22 15 Biodiversidad y lucha contra el cambio climático”, dedicado al Día Internacional del Medio Ambiente (5 de junio) en el programa radiofónico “A Vivir que son dos días La Rioja”, como forma de lucha contra el cambio climático y por la conservación de nuestra biodiversidad. Se pretende así mismo, hacer pedagogía en la búsqueda de los puntos de encuentro de los distintos ámbitos medio ambientales. De esta forma, sensibilizados con los ODS, conscientes de su importancia, se exploran las soluciones y alternativas a través de una semana de propuestas detalladas y temáticas diversas que van desde el 30 de mayo al 5 de junio.

El objetivo que se persigue con el patrocinio es servir como difusor para la concienciación de la problemática del cambio climático y la importancia de la búsqueda de soluciones, en el Día Mundial del Medio Ambiente.

**Datos descriptivos del Patrocinio**

- Código de patrocinio: PI 22 15
- Denominación de patrocinio: Biodiversidad y lucha contra el cambio climático
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 6.050,00euros euros (IVA incluido).
- Retorno de la inversión: 28.084,00euros (IVA no incluido)

**Más información y documentación**

[Biodiversidad y lucha contra el cambio climático - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

**PI 22 16 Ecomov**

**Descripción**

Se planteaba el patrocinio “PI 22 16 Ecomov” como una oportunidad de promover la ecomovilidad o el transporte sostenible como alternativa al transporte tradicional, que causa problemas que impactan sobre el medio ambiente, los recursos naturales y la calidad de vida de las personas. La ecomovilidad fomenta y promueve el uso de transportes eficientes, responsables, ecológicos y sostenibles con la protección del medio ambiente. Todos los modelos de vehículos eléctricos, así como el fomento, la investigación y mejora de todos los campos de la movilidad, incluyendo puntos de recarga y autonomía de la batería, tienen cita en ECOMOV.

Este patrocinio tiene como objetivos:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 64 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			

- Promover un estilo de vida saludable y sostenible mejorando la salud física y psicológica de las personas.
- Reducir los problemas que causan los combustibles fósiles y gases efecto invernadero evitando el calentamiento global y el efecto invernadero.
- Fomentar las energías renovables y la tecnología ambiental promoviendo la eficiencia energética.
- Fomentar el uso de transportes ecológicos como la bicicleta y vehículos eléctricos.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 16
- Denominación de patrocinio: Ecomov
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80,00 euros (IVA incluido).
- Retorno de la inversión: 47.374,40 euros (IVA no incluido)

#### Más información y documentación

[Ecomov - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

#### PI 22 17 Julia en la Onda

##### Descripción

Se planteaba el patrocinio “PI 22 17 Julia Otero en la onda” con la emisión, en directo desde La Rioja, del programa nacional vespertino de la radio Julia en la Onda que se emitirá el día 5 de julio desde el Centro Tecnológico de la Rioja “La Fombera”.

El objetivo es entre otros, abordar el tema del emprendimiento y la importancia de éste para el tejido empresarial y social del territorio. Este programa tendrá vida y personalidad propia, sin olvidar la actualidad y los espacios y colaboradores habituales del programa.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 17
- Denominación de patrocinio: Julia en la Onda
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 53.992,00 euros (IVA no incluido)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 65 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				



### Más información y documentación.

Julia en la Onda - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja

#### PI 22 18 Foro Económico Joaquín Almunia

##### Descripción

Se planteaba el patrocinio “PI 22 18 Foro Económico Joaquín Almunia” con la organización de un Foro económico, el día 21 de junio, en formato desayuno en el restaurante Delicatto, con un aforo de 100-150 personas y una duración aproximada de hora y media con una ponencia de D. Joaquín Almunia cuya temática lleva por título “Retos económicos de España y Europa”. Tras la ponencia se abrirá un turno de preguntas.

El objetivo del patrocinio es poner al alcance de los empresarios y representantes institucionales de nuestra región, el conocimiento y la opinión de una personalidad del mundo económico nacional e internacional.

##### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 18
- Denominación de patrocinio: Foro económico Joaquín Almunia
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 36.016,00 euros (IVA no incluido)

### Más información y documentación

Foro económico Joaquín Almunia - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja

#### PI 22 19 Archiletras 16

##### Descripción

Se planteaba el patrocinio “PI 22 19 Archiletras 16” como la publicación del número 16 de Archiletras, revista trimestral de divulgación en torno a la lengua y la literatura en español.

El objetivo que se pretende conseguir con este patrocinio es fomentar la difusión de las actividades del Observatorio Global del Español.

##### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 19
- Denominación de patrocinio: Archiletras 16

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 66 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				



- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 4.840,00euros euros (IVA incluido)
- Retorno de la inversión: 20.000euros (sin IVA incl.)

### Más información y documentación

[Archiletras 16 - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### PI 22 20 Espacios Renques

#### Descripción

Se planteaba el patrocinio “PI 22 20 Espacio Renques” como la publicación de una sección denominada Renques, que todas las semanas, durante los meses de junio, julio y agosto, acercará a los lectores del Día de La Rioja la actualidad del sector agrícola y ganadero de la región. El espacio realizará un repaso a las noticias más destacadas, así como reportajes y entrevistas para conocer la realidad de la agricultura y ganadería riojanas.

El objetivo que se persigue con este patrocinio es el de apoyar el desarrollo del sector primario como uno de los principales sustentos de la economía de La Rioja.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 20
- Denominación de patrocinio: Espacio renques
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80euros euros (IVA incluido).
- Retorno de la inversión: 52.350,00euros euros (IVA no incluido).

### Más información y documentación

[Espacio Renques - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### PI 22 21 Gira dial verano

#### Descripción

Se planteaba el patrocinio “PI 22 21 Gira verano dial”, con la celebración de un concierto gratuito en Arnedo, dentro de la gira de verano dial que recorrerá 15 ciudades españolas, el día 30 de junio, en el que participarán 6 artistas de música hispana.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 67 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				



El objeto del patrocinio a través de este evento musical es el de promocionar La Rioja y Arnedo dentro de la Gira Verano dial y potenciar la presencia de La Rioja en el panorama de la música de habla hispana.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 20
- Denominación de patrocinio: Gira verano dial
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 6.050,00 euros (IVA incluido).
- Retorno de la inversión: 130.440,00 euros (IVA no incluido)

#### Más información y documentación

[Gira Verano Dial Arnedo - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

#### PI 22 23 XXV Aniversario larioja.com

#### Descripción

Se planteaba el patrocinio “PI 22 23 XXV Aniversario de larioja.com” como la celebración del XXV Aniversario del nacimiento de la versión web de Diario la Rioja (larioja.com), medio líder de información de esta Comunidad, el grupo Multimedia Nueva Rioja va a desarrollar para celebrar el aniversario las siguientes actividades, enfocadas a hablar del futuro próximo de la Comunidad a nivel empresarial y enfocándose también en los jóvenes riojanos.

Los objetivos que se persiguen con este patrocinio son los siguientes:

-Afianzar la información digital como la más demandada por los distintos perfiles de usuarios, tratar temas de futuro de nuestra Comunidad dándonos a conocer como Comunidad referente, próspera y de futuro.

-Hablar de innovación, tecnología y digitalización en La Rioja.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 23
- Denominación de patrocinio: XXV Aniversario larioja.com
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero y cuarto
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 66.961,00 euros (IVA no Incluido)

#### Más información y documentación

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 68 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				



[25 Aniversario larioja.com - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

**PI 22 24 La economía del futuro**

**Descripción**

Se planteaba el patrocinio “PI 22 24 La economía del futuro” como iniciativa para la celebración con motivo de su 44º Aniversario, una publicación especial cuyo contenido principal será: LA ECONOMIA DEL FUTURO que el diario económico Cinco Días realizará el 30 de junio 2022.

Tendrá versión digital, además de versión revista y recogerá las tendencias empresariales en el futuro en España.

El objetivo del patrocinio es difundir las principales tendencias de la economía española de cara al futuro (transición energética, digitalización, etc..).

**Datos descriptivos del Patrocinio**

- Código de patrocinio: PI 22 24
- Denominación de patrocinio: La economía del futuro
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 9.680,00euros euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 44.300 euros (IVA no Incluido)

**Más información y documentación**

[La economía del futuro - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

**PI 22 25 Más salud**

**Descripción**

Se planteaba el patrocinio PI 22 25 Más salud” como la creación de un espacio entre julio y septiembre de 2022 para divulgar las funciones que realizan los servicios sanitarios en La Rioja, tras los cambios realizados en los mismos durante la pandemia de COVID-19.

El objetivo del patrocinio es el siguiente:

Hacer una radiografía de la sanidad riojana dando voz a los profesionales y también mostrando las políticas públicas puestas en marcha desde las instituciones para reforzar las capacidades del sistema sanitario, impulsando también el Estado del Bienestar y garantizando un futuro mejor.

**Datos descriptivos del Patrocinio**

- Código de patrocinio: PI 22 25
- Denominación de patrocinio: Más Salud

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 69 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			

- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo y Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 6.050,00euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 12.700 euros (IVA no Incluido)

### Más información y documentación

[Más salud - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

#### PI 22 26 Concéntrico

##### Descripción

El Festival Internacional de Arquitectura y Diseño de Logroño, Concéntrico, propone anualmente reflexionar sobre el ámbito urbano y la ciudad. El Festival invita a recorrer la ciudad mediante instalaciones, exposiciones, encuentros y actividades que proponen nuevos usos colectivos fortaleciendo la idea de comunidad en el espacio público.

Desde 2015, el festival ha reunido en sus cinco ediciones 91 instalaciones urbanas creadas por equipos de arquitectos y diseñadores nacionales e internacionales que experimentan nuevos campos del diseño del entorno. De esta forma se establece un diálogo entre la ciudad, el patrimonio y la arquitectura contemporánea que activa la reflexión de los ciudadanos sobre esos espacios.

La octava edición se celebrará del 1 al 6 de septiembre de 2022 en Logroño.

El objetivo propuesto en Concéntrico es abrir esos lugares simbólicos y reinterpretarlos por los diferentes equipos de arquitectura y diseño que realizan con sus intervenciones un proyecto específico para cada localización, de modo que se desvele, la íntima relación existente entre la arquitectura contemporánea y la capacidad transformadora en la vida de las personas.

##### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 26
- Denominación de patrocinio: Concéntrico
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 648.253,00 euros (IVA Incluido)

### Más información y documentación

[Concentrico - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

#### PI 22 27 Deporte Base

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 70 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				



## Descripción

Se plantea el patrocinio como la publicación en el Diario La Rioja de un suplemento informativo de 8 páginas monográfico de deporte base dando cobertura a los resultados de cada una de las jornadas de Juegos Deportivos. Es un patrocinio anual que finaliza en junio de 2023.

Los objetivos que se persiguen con esta actividad es la de promover el deporte tanto en su vertiente formativa como competitiva, además de fomentar el hábito de la lectura entre los más jóvenes acercándose a los medios de comunicación escritos.

### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 27
- Denominación de patrocinio: Deporte base
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo y tercero
- Estado: Patrocinio en ejecución
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: No valorado

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2022/deporte-base>

### PI 22 28 XII Foro de Futuro en Español

## Descripción

Se plantea el patrocinio como un espacio para la reflexión en torno al presente y el futuro del idioma compartido por cientos de millones de hispanohablantes en dos continentes. La iniciativa parte de una Comunidad que quiere liderar el posicionamiento del español como lengua influyente en la esfera digital, el desarrollo de la Inteligencia Artificial, la educación y el conocimiento generado en nuestro idioma.

Los objetivos que se persiguen son los siguientes:

Reivindicar y posicionar a nivel nacional a la Comunidad Autónoma de La Rioja como cuna de nuestro idioma, defendiendo la importancia y el carácter estratégico de la lengua española como trascendental activo de la economía, la cultura y la sociedad. Mostrar al conjunto de la sociedad el fuerte, consolidado y heterogéneo sector TIC riojano, como empresa e instituciones de gran relevancia y fomentar un debate sobre el desarrollo de la Inteligencia Artificial en español y la educación digital.

### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 28

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 71 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones			Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



- Denominación de patrocinio: XII Foro de futuro en español
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 465.895,31,00 euros (IVA no Incluido)

### Más información y documentación

[XII Foro de Futuro en Español - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### PI 22 29 XLIII Jornadas Automática

#### Descripción

Se plantea el patrocinio como Congreso: “XLIII Jornadas de Automática” con la celebración de las Jornadas de Automática. Las JA 2022 se celebran en Logroño, capital de La Rioja, región mundialmente conocida por la calidad de sus vinos de Denominación de Origen y que ha asumido el desafío de poder ganar competitividad a través de la transformación verde y digital. Pero también por ser la cuna del castellano e impulsar el Valle de la Lengua con la ayuda de las nuevas tecnologías, entre ellas la Automática Inteligente.

Los objetivos que se persiguen son los siguientes:

- Visibilizar la importancia de la rama de la ingeniería conocida como automática.
- Dar a conocer el potencial científico-técnico y cultural de La Rioja, Logroño y la Universidad de La Rioja. Fundamentalmente, a través de los grupos de investigación, los estudiantes e instituciones implicados en la organización, a través de la participación de empresas riojanas en las actividades, las actividades culturales incluidas en el programa, y la propia sede que alberga el evento.
- Tecnología abierta e inclusiva para toda la sociedad. Participan representantes de instituciones, académicos y profesionales. Se incluyen actividades con protagonistas seniors y estudiantes. Actividades técnicas, divulgativas, y culturales. Fomentar y premiar la participación femenina.
- Alineados directamente con la estrategia RIS3 de la Rioja, especialmente con Valle de la Lengua, Ecorregión, Ecorregión sostenible. Actividades relacionadas con estas estrategias se incluyen el programa técnico y social

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 29
- Denominación de patrocinio: XLIII Jornadas Automática

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 72 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 4.235 euros euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 14.980 euros (IVA no Incluido)

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2022/xliii-jornadas-automatica>

### **PI 22 30 Foro Económico Miguel Sebastián**

#### Descripción

Se plantea el patrocinio como un foro económico que se celebra en formato desayuno el 5 de octubre de 2022, en el restaurante Delicatto y una duración prevista de hora y media. La temática de la ponencia de Miguel Sebastián será perspectivas económicas en tiempos de incertidumbre.

El objetivo del foro es poner al alcance de los empresarios y representantes institucionales de nuestra región, el conocimiento y la opinión de una personalidad del mundo económico nacional e internacional.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 30
- Denominación de patrocinio: Foro Económico Miguel Sebastián
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 39.938,00euros (IVA no Incluido)

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2022/foro-economico-miguel-sebastian>

### **PI 22 31 Proyecto HimELAya**

#### Descripción

El patrocinio se planteaba como parte de un proyecto para lograr que un enfermo de ELA llegue a la mayor altura que jamás haya podido lograr una persona con esta enfermedad, el Campo Base del Everest con, 5.364 m de altitud; una vez allí, lance su grito de lucha por su derecho a vivir. Se realizará en octubre del 2022. Un equipo de alpinistas y comunicación, acompañará a la expedición para conseguir llegar a este lugar y difundirlo al máximo nivel.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 73 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

El objeto del patrocinio es el comunicar y dar visibilidad a esta enfermedad y avanzar en la investigación sobre la misma.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 31
- Denominación de patrocinio: Proyecto HimELAya
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 7.260,00 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 26.000 euros (IVA Incluido)

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2022/himelaya>

#### PI 22 32 Diario de vendimia 2022

##### Descripción

El patrocinio se define como la realización de diferentes actos y actividades entre los meses de septiembre y noviembre entorno al mundo del vino y su día a día bajo el paraguas de DIARIO DE VENDIMIA 2022.

Tiene como objetivo hacer una radiografía y seguimiento del mismo, dando voz a los agricultores, viticultores y resto de profesionales (industria auxiliar, turismo, hostelería, gastronomía...), así como de las diferentes iniciativas públicas puestas en marcha desde las instituciones para impulsar esta sección económica tan importante.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 32
- Denominación de patrocinio: Diario de vendimia 2022
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 27.700 euros (IVA no Incluido)

#### Más información y documentación

[Diario de vendimia - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

#### PI 22 33 Aula en positivo

##### Descripción

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 74 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

El patrocinio se planteaba como una propuesta divulgativa para promover la buena convivencia en la educación escolar de La Rioja. Constará de un Programa monográfico desde la Consejería de Educación, para presentar la campaña que contará con la participación de la Ministra de Educación del Gobierno de España: Pilar Alegría, y la Presidenta del Gobierno de La Rioja.

El objetivo que se persigue con el patrocinio es crear una concienciación en toda la sociedad riojana, a través de la comunicación de la radio, que ayude a mejorar la convivencia escolar en los centros educativos a través de la comunicación profesores- alumnos, una convivencia positiva en el aula divulgando y contando a través de nuestras ondas las experiencias de los centros escolares riojanos.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 33
- Denominación de patrocinio: Aula en positivo
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 17.999,99euros (IVA incluido).
- Retorno de la inversión: 54.390 euros (IVA no Incluido)

#### Más información y documentación

[Aula en positivo - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

#### PI 22 34 IV Edición EnClaro

#### Descripción

El patrocinio se planteaba como la celebración de la cuarta edición de EnClaro, las jornadas sobre lenguaje claro, que tendrán lugar del 3 al 7 de octubre de 2022 en modalidad virtual. Cuatro charlas de una hora y una mesa redonda de hora y media de la mano de expertos en lenguaje claro. En la cuarta edición se hablará textappeal, lectura fácil, accesibilidad, y visitaremos el Observatorio argentino del Lenguaje Claro.

Los objetivos que se persiguen con esta iniciativa son:

El lenguaje claro es el mayor logro en la comunicación. Dota a los textos —en su redacción, estructura y diseño— de tal claridad que la audiencia a la que se dirige puede encontrar fácilmente lo que necesita, comprender lo que encuentra y utilizar esa información. Esta corriente de comunicación se está implantando poco a poco en organismos, empresas e instituciones para ganar la confianza de ciudadanos y clientes, y para que estos puedan decidir, elegir y ejercer sus derechos. Es una corriente internacional en la que nos estamos sumando. Por eso EnClaro es el punto de encuentro del lenguaje claro: para intercambiar las experiencias de quienes ya lo han implantado, para conocer lo que se puede lograr, y para descubrir los recursos para conseguirlo.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 75 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



- Código de patrocinio: PI 22 34
- Denominación de patrocinio: EnClaro
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 7.260,00 euros (IVA incluido).
- Retorno de la inversión: 24.300 (IVA no incluido)

### Más información y documentación

[En claro - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

#### PI 22 35 Semana del ahorro energético

##### Descripción

El patrocinio se planteaba como una iniciativa en la que las emisoras de Atresmedia Radio en La Rioja dedicarán la semana del 24 al 30 de septiembre a concienciar a los oyentes sobre el ahorro energético. Para ello, las emisoras dedicarán una semana de su programación a potenciar dichos consejos, a través de espacios informativos y publicitarios de las antenas de Onda Cero y Europa FM.

Con esta iniciativa se busca dar a conocer a los oyentes la importancia del ahorro energético para ser más responsables con el Medio Ambiente.

##### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 35
- Denominación de patrocinio: Semana del ahorro energético
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 5.553,90euros (IVA incluido).
- Retorno de la inversión: 14.321euros (IVA no incluido).

### Más información y documentación

[Semana del ahorro energético - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

#### PI 22 37 La Rioja como un territorio de oportunidades

##### Descripción

El patrocinio se planteaba como un encuentro con la sociedad riojana a través de un foro de actualidad, en el que se mostrará a La Rioja como una tierra para invertir y de grandes oportunidades. La Rioja es un punto estratégico del territorio español y en especial de la zona norte. Nuestra comunidad impulsa ayudas para

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 76 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			

que las empresas más relevantes de nuestro entorno vengan y vean a La Rioja, como un punto neurálgico para su asentamiento. Geoestratégicamente, situada a tres horas de Madrid, y a menos de dos horas de enclaves estratégicos como Bilbao, Zaragoza o la frontera con Francia, el momento actual y las decisiones de presente y futuro que se vayan a tomar, son importantísimas y claves, para el crecimiento económico de nuestra comunidad.

El objetivo del patrocinio es mostrar a la Rioja como Territorio ideal para acoger inversiones empresariales, debido a la agilidad, flexibilidad y cercanía que le confiere su tamaño, así como a su inmejorable coordinación interinstitucional.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 37
- Denominación de patrocinio: La Rioja como un territorio de oportunidades
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA incluido)
- Retorno de la inversión: 159.585,00euros (IVA no incluido)

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2022/rioja-territorio-opportunidades>

#### PI 22 38 Premios del campo VI Edición

##### Descripción

El patrocinio se planteaba como una iniciativa que se basa en la convocatoria, organización y desarrollo por Diario La Rioja, de la VI Edición de los Premios del Campo en el que se establecen 7 categorías.

El objetivo previsto es reconocer el compromiso con el mundo rural y el sector agrario premiando a través del galardón que reconoce la profesionalidad y la labor de quienes, día a día, trabajan en un medio, que tiene como tarea principal la de alimentar a la población, y labrando con su trabajo el ADN de nuestra Región, referente en el sector agroalimentario.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 38
- Denominación de patrocinio: Premios del campo VI Edición
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 4.840 euros (IVA incluido)
- Retorno de la inversión: 35.365,00 euros (IVA no incluido)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 77 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Directora de Publicidad Institucional					
2 Consejero					
3					



### Más información y documentación

[Premios del Campo - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

#### PI 22 39 Fair Saturday La Rioja

##### Descripción

El patrocinio se planteaba como la celebración de un festival basado en la organización abierta y participativa de eventos culturales de todo tipo, cada uno de los cuales contribuye a una causa social elegida por los propios organizadores. En esta edición, Fair Saturday contará más de 50 artistas, espacios y organizaciones culturales/sociales confirmadas para el festival.

El objetivo del patrocinio es crear un día positivo alrededor de la cultura y los proyectos sociales, precisamente al día siguiente del día más consumista del año. En resumen, se persigue la reflexión social sobre la capacidad ciudadana de provocar pequeños cambios, además de valorar la riqueza social generada por las asociaciones culturales y artistas de cada ciudad y territorio.

##### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 39
- Denominación de patrocinio: Fair Saturday
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA incluido)
- Retorno de la inversión: 32.855,72 euros (IVA no incluido)

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2022/fair-saturday>

#### PI 22 40 Mediodía COPE

##### Descripción

El patrocinio se planteaba, con motivo del día de la Ciencia celebrado el día 10 de noviembre, con la emisión en directo desde el ICVV del programa de radio Mediodía COPE presentado por Pilar García Muñiz el 17 de noviembre de 13:00 a 16:00.

El objetivo del patrocinio es dar visibilidad al día mundial de la ciencia desde el ICVV, dando a conocer su trabajo

##### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 40
- Denominación de patrocinio: Mediodía COPE

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 78 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				



- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA incluido)
- Retorno de la inversión: 30.000,00 euros (IVA no incluido)

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2022/mediodia-cope>

### PI 22 42 Foro de la juventud

#### Descripción

El patrocinio se planteaba como la celebración de las II Jornadas de la Juventud destinadas a conocer, analizar, reflexionar y dar soluciones a los problemas que viven los jóvenes, presente y futuro de nuestra sociedad y, sobre todo darles cabida para la escucha y el análisis de los temas que les preocupan.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 42
- Denominación de patrocinio: Foro de la juventud
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 9.075 euros (IVA incluido)
- Retorno de la inversión: 45.746,60 euros (IVA no incluido)

### Más información y documentación

[Foro Juventud - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

### PI 22 43 Next Spain- Educación

#### Descripción

El patrocinio se planteaba como una jornada celebrada el 2 de diciembre retransmitida en streaming. Next Spain es un nombre optimista y positivo con un guiño a Europa. Bajo este paraguas se han celebrado foros en distintas ciudades españolas, cada una con un tema: talento digital e innovación, fortalecimiento de pymes, ciencia y sostenibilidad y la Rioja será una de las ciudades donde se celebrará el último foro bajo el tema "Educación".

El objetivo del patrocinio es potenciar una educación innovadora y de calidad con nuevos perfiles que escucha las necesidades del mercado laboral y la demanda de una formación orientada al empleo además de poner en común y compartir reflexiones en torno a bases, fórmulas para mejorar la empleabilidad, skills

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 79 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

necesarios para un futuro inmediato que encaran hoy instituciones públicas, empresas privadas, estudiantes y sociedad.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 43
- Denominación de patrocinio: Next Spain- Educación
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA incluido)
- Retorno de la inversión: 298.740,00 euros (IVA no incluido)

#### Más información y documentación

[Next Spain - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

#### PI 22 45 Más de uno. Fondos Europeos

##### Descripción

El patrocinio se planteaba con la emisión de un programa especial el día 20 de diciembre, desde las instalaciones del Gobierno de La Rioja para abordar las políticas de los fondos europeos que se gestionan desde la administración.

El objetivo del patrocinio es trasladar a los ciudadanos la información sobre cómo acceder a los fondos europeos.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 45
- Denominación de patrocinio: Más de uno. Fondos Europeos
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 2.933,04 euros (IVA incluido).
- Retorno de la inversión: 8.542,25 euros (IVA no incluido)

#### Más información y documentación

[Más de uno Fondos Europeos - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

#### PI 22 46 Hoy por hoy. Fondos Europeos

##### Descripción

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 80 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



El patrocinio se planteaba como una propuesta que busca mostrar la importancia de los fondos europeos, a través de la emisión del programa Hoy por Hoy La Rioja. Además de la emisión del programa, éste se verá reforzado con una campaña de promoción en las distintas emisoras de la Cadena SER en La Rioja, invitando a la sociedad riojana a seguir el espacio desde el lugar desde donde se plantee su realización.

El objetivo del patrocinio es mostrar y demostrar la importancia de los Fondos Europeos en nuestras vidas. Dar a conocer, a los riojanos y riojanas, las acciones emprendidas gracias a los Fondos Europeos, potenciar la imagen de Europa en la Comunidad Autónoma de La Rioja. Y todo ello, desde la Dirección de Fondos Europeos de La Rioja y de la mano de los responsables políticos y de protagonistas individuales.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 22 46
- Denominación de patrocinio: Hoy por hoy. Fondos europeos
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 1.815 euros (IVA incluido)
- Retorno de la inversión: no valorado

#### Más información y documentación

[Hoy por hoy Fondos Europeos - Publicidad institucional - Portal del Gobierno de La Rioja](#)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 81 / 81
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2023/002206	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2023/0024727	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				