



# INFORME ANUAL DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DEL AÑO 2020

## 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 2020.

La Consejería de Hacienda y Administración Pública es competente en la materia de comunicación y publicidad institucional, de acuerdo con 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, publicado en el Boletín Oficial de La Rioja, nº 116, de 4 de septiembre de 2020.

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:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



- El objetivo de cada campaña.
  - El coste previsible.
  - El periodo de ejecución.
  - Los canales de comunicación que se prevea utilizar.
  - Los públicos objetivos.
  - Los organismos y entidades afectadas, en su caso.
3. El Plan 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 2020 se compone de 62 campañas de publicidad, de las que 58 corresponden a los órganos de la Administración General de la Comunidad Autónoma de La Rioja y 4 a los entes públicos.

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



El coste total de las campañas de la Administración General, coordinadas desde la Consejería de Hacienda y Administración Pública competente en la materia desde cambio de estructura, asciende a 1,15 millones de 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 2020, esto es, aquellas incluidas en el Plan de Publicidad Institucional para 2020. Por último, el cuarto apartado incluye todos y cada de los patrocinios institucionales realizados en el año de referencia.

#### 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



### Contenidos del Plan Anual

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

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

## 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 4 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



- Las disposiciones jurídicas que, por su novedad o repercusión social, aconsejen medidas complementarias para su conocimiento general.
- Los programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social.
- Los servicios que se prestan y las actividades que desarrollan las administraciones anunciantes, su funcionamiento y las condiciones de acceso y uso.
- Los valores, señas de identidad, o cualidades del territorio o de la población de la Administración anunciante.
- La adopción de medidas de orden o seguridad pública cuando afecten a una pluralidad de personas destinatarias, así como las medidas que contribuyan a la prevención de riesgos y protección de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas y el patrimonio natural.
- El apoyo a sectores económicos, especialmente en el exterior, promover la comercialización de productos, atraer inversiones, así como el fomento del turismo.
- Difundir la cultura, el patrimonio histórico-artístico y la riqueza natural y paisajística de la Comunidad Autónoma de La Rioja.
- Difundir ofertas de empleo público u otras cuya importancia e interés así lo aconsejen.

### 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 5 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



	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 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 y puestas en marcha por la Oficina de la Presidenta a través de la Consejería de Hacienda, Consejería competente en esta materia de acuerdo al Decreto 37/2019, de 10 de septiembre, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Hacienda 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, hasta la aprobación del 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 la Consejería de Hacienda y Administración Pública.

#### 3.1. Campañas ejecutadas y finalizadas durante 2020

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 6 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Código	Denominación	Órgano proponente	Importe <sup>1</sup>	Cuatrimestre
CP 20 004	Vacunación contra la Gripe	Consejería de Salud	32.725,01 € (IVA incluido)	Tercero
CP 20 007	Día Internacional de la Mujer	Gobernanza Pública	18.137,90 € (IVA incluido)	Primero
CP 20 009	Explotación sexual y trata de personas	Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030	16.487,90 € (IVA incluido)	Tercero
CP 20 013	Día Internacional de los Derechos Humanos	Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030	17.477,47 € (IVA incluido)	Tercero
CP 20 014	Hipoteca del Gobierno de La Rioja	Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población	17.312,58 € (IVA incluido)	Tercero
CP 20 015	Solicitud de la PAC	Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población	16.977,07 € (IVA incluido)	Primero
CP 20 022	Formación Profesional Integrada	Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud	11.640,70 € (IVA incluido)	Segundo
CP 20 031	Memoria Democrática	Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030	16.941,60 € (IVA incluido)	Segundo
CP 20 035	Fondos Europeos	Consejería de Hacienda y Administración Pública	17.312,58 € (IVA incluido)	Tercero
CP 20 037	Día de La Rioja	Oficina de la Presidenta a través de la Consejería de Hacienda	62.802,72 € (IVA incluido)	Segundo
CP 20 038	La Rioja vaciada, Agenda Rural	Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población	33.028,08 € (IVA incluido)	Segundo
CP 20 040	Agresiones sexuales y violencia hacia mujeres	Consejería de Gobernanza Pública	7.992,05 € (IVA incluido)	Segundo
CP 20 041	Violencia de Género	Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública	39.258,78 € (IVA incluido)	Tercero

<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. 7 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



CP 20 043	Servicio de Integración Ambiental	Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica	16.854,55 € (IVA incluido)	Segundo
CP 20 045	Gestión de Residuos	Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica	17.312,58 € (IVA incluido)	Tercero
CP 20 047	Transporte Público	Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente	17.724,78 € (IVA incluido)	Tercero
CP 20 055	Actual Festival	Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud	39.643,67 € (IVA incluido)	Tercero

**B. Campañas extraordinarias de Publicidad Institucional ya ejecutadas en el 2020:**

Código	Denominación	Órgano proponente	Importe <sup>2</sup>	Cuatrimestre
CP 20 063	Coronavirus	Consejería de Salud	384.675,80 € (IVA incluido)	Primero
CP 20 064	LGTBI Fobia	Consejería de Gobernanza Pública	17.352,61 € (IVA incluido)	Segundo
CP 20 065	Explotación laboral en el mundo rural	Consejería de Participación, Cooperación y Derechos Humanos.	16.982,53 € (IVA incluido)	Segundo
CP 20 067	Las no fiestas responsables	Oficina de la Presidenta a través de la Consejería de Hacienda	11.860,42 € (IVA incluido)	Segundo
CP 20 068	Nuevas Medidas COVID 19	Consejería de Salud	227.743,46 € (IVA incluido)	Tercero

<sup>2</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.			Pág. 8 / 42
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			





### 3.2. Tipología de campañas realizadas

Tipo	TOTAL CAMPAÑAS
Institucionales	6
Corporativas	1
De servicio público	3
Culturales	1
Sociales	10
De formación y empleo	1

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

	Contratos de creación publicitaria		Contratos de difusión publicitaria			
	Contratación menor	Procedimiento abierto simplificado	Contratación menor	Procedimiento abierto simplificado	Contrato de emergencia	Negociado sin publicidad
<b>2020</b>	18	0	15	4	2	1

<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 / 42</b>
<b>Expediente</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedimiento</b>	<b>Nº Documento</b>
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
<b>Cargo</b>	<b>Firmante /Observaciones</b>		<b>Fecha/hora</b>
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



### 3.4. Resumen de campañas

#### **CP 20 004 Vacunación contra la gripe**

##### **Descripción**

Campaña publicitaria sobre la vacunación de la gripe cuyo objeto es reducir la incidencia de la gripe en la población a través de la vacunación de los sectores con más riesgo de contagio.

##### **Público objetivo**

- Público primario: Personas de edad igual o superior a 60 años de edad. En este rango de edad y según los datos aportados por el Instituto de Estadística de La Rioja hay 81.463 personas en nuestra comunidad. Se hará especial énfasis en aquellas personas que conviven en instituciones cerradas.
- Público secundario. distinguimos diferentes grupos de población a los que dirigimos como los enfermos crónicos, las personas que pueden transmitir la gripe a aquellas con alto riesgo de presentar complicaciones, personas que trabajan en servicios públicos esenciales y personas con exposición laboral directa a aves domésticas o a cerdos en granjas o explotaciones avícolas o porcinas y también a aves silvestres.

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

- Código de campaña: CP 20 004
- Denominación de campaña: Vacunación contra la gripe
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud y Portavocía del Gobierno
- Tipología de campaña: Social
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 2 al 15 de noviembre de 2020
- Estimación previa de inversión publicitaria: 35.000 (IVA Incluido).
- Ejecución final: 32.725,01 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado abreviado

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 10   42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



**Más información y documentación**

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

**CP 20 007 Día Internacional de la Mujer**

**Descripción**

Campaña de concienciación con motivo del Día Internacional de la Mujer, con el objetivo de exaltar la importancia de este día entre la sociedad riojana y concienciar a la población riojana sobre la necesidad de avanzar en la igualdad de género y fortalecer el papel de las mujeres en la sociedad riojana.

**Público objetivo**

- Público primario: Sociedad Riojana en general

**Datos descriptivos de campaña**

- Código de campaña: CP 20 007.
- Denominación de campaña: Día Internacional de la Mujer.
- Órgano de la Administración: Consejería de Gobernanza Pública.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 2 al 8 de marzo de 2020.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.800 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 18.137,90 euros (IVA incluido)
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

**Más información y documentación**

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2020/dia-internacional-mujer>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 11 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



### CP 20 009 Explotación sexual y Trata de Personas

#### Descripción

Campaña de publicidad con motivo del Día Internacional Contra la Explotación Sexual y la Trata de Personas celebrado el día 23 de septiembre y con el objeto de concienciar y sensibilizar contra estas acciones, fomentando los derechos humanos.

#### Público objetivo

El público objetivo son personas entre 18 y 65 años (ambos incluidos). La mayoría de edad, situada en 18 años, permite la consolidación de la ciudadanía y el disfrute pleno del sistema de derechos en la Comunidad Autónoma de La Rioja. Este público objetivo está conformado por 199.008 personas, de los cuales 100.250 son hombres y 98.758 son mujeres.

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 20 009.
- Denominación de campaña: Explotación Sexual y Trata de Personas.
- Órgano de la Administración: Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030.
- Tipología de campaña: Social
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 15 al 24 de septiembre de 2020.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 15.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 16.487,90€ euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2020/explotacion-sexual-trata-personas>

### CP 20 013 Día Internacional de los Derechos Humanos

#### Descripción

La campaña publicitaria tiene como mensaje central la idea de que para garantizar los derechos humanos se necesitan políticas públicas para su consecución y una vigilancia constante por parte de las instituciones. Este mensaje central se

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 12 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



debe apoyar en los siguientes argumentos: Es obligación del Gobierno garantizar los derechos humanos; en La Rioja se producen vulneraciones de los derechos humanos; El Observatorio de Derechos Humanos trabaja para garantizar los derechos humanos.

#### **Público objetivo**

- Público objetivo: para la campaña de comunicación institucional a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo en 315.675 personas, de las que 155.758 son hombres y 159.917 son mujeres.

\* Datos del INE a 1.1.2019: total 316.798 (hombres 156.179 y mujeres 160.619)

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

- Código de campaña: CP 20 013
- Denominación de campaña: Día Internacional de los Derechos Humanos.
- Órgano de la Administración: Consejería de Igualdad, Participación y Agenda de 2030
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 1 al 10 de diciembre de 2020.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137 (IVA Incluido).
- Ejecución final: 17.477,47 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor

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

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2020/dia-internacional-derechos-humanos>

#### **CP 20 014 Hipoteca del Gobierno de La Rioja**

#### **Descripción**

Campaña publicitaria informativa sobre los servicios y condiciones de la Hipoteca del Gobierno de La Rioja que amplía el radio de acción para adaptarse a las necesidades sociales en materia de vivienda, como es el hecho de apoyar también la rehabilitación en esta convocatoria, y para abrirse a toda la ciudadanía sin límite de edad.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 13 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



### Público objetivo

- Público objetivo Primario: la población riojana de entre 20 y 65 años (ambos incluidos). El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo en 191.392 personas, de las que 96.070 son hombres y 95.321 son mujeres.

\* Datos del INE a 1.1.2020

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 20 014
- Denominación de campaña: Hipoteca del Gobierno de La Rioja
- 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 26 de noviembre al 4 de diciembre de 2020
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 17.312,58 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/hipoteca-gobierno-rioja>

### CP 20 015 Solicitud de la PAC

### Descripción

Campaña informativa para la presentación de la Solicitud Única de las ayudas de la Política Agraria Común (PAC). Con esta campaña se pretende informar sobre los plazos hábiles de presentación, así como las oficinas y entidades habilitadas para presentar las ayudas. E informar sobre todas las ayudas directas incluidas en la misma solicitud así como otras ayudas pertenecientes al Programa de Desarrollo Rural.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 14 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



### **Público objetivo**

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 20 015
- Denominación de campaña: Solicitud de la PAC.
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.
- Tipología de campaña: Corporativa.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 9 al 23 de marzo de 2020.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.700 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 16.977,07 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

### **Más información y documentación**

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2020/solicitud-pac>

### **CP 20 022 FP Integrada ( FP inicial, para empleo, profesional)**

#### **Descripción**

Campaña corporativa sobre la FP y la oferta formativa para el curso académico 2020/2021 con el objetivo de incrementar el número de estudiantes matriculados en Formación Profesional y potenciar la imagen de los estudios de FP.

#### **Público objetivo**

- Público objetivo primario: El alumnado de Educación Secundaria interesado en la Formación Profesional para los ciclos formativos de grado medio y al alumnado de Bachillerato para los ciclos formativos de grado superior. En particular, a los que cursan 4º de ESO y de 2º de Bachillerato.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 15 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



- Público objetivo secundario: Familias, para que orienten a sus conocidos a estos estudios. Teniendo en cuenta que, según los últimos datos del Instituto de Estadística de La Rioja, la edad media de maternidad en la Comunidad Autónoma de La Rioja está en 32 años en 2019, seleccionaremos nuestro público objetivo como aquel grupo formado por mujeres y hombres desde los 32 años hasta los 65 años. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por 154.916 personas

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 20 022.
- Denominación de campaña: FP Integrada (FP inicial, para empleo, profesional).
- Órgano de la Administración: Consejería de Educación y Cultura.
- Tipología de campaña: Empleo y Formación.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 25 de junio al 2 de julio de 2020.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 7.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 11.640,70 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2020/fp-integrada-fp-inicial-empleo-profesional>

#### CP 20 31 Memoria Democrática

#### Descripción

Campaña publicitaria de información sobre la Memoria Histórica, cuyo objetivo de comunicación es el reconocimiento de todas las víctimas que padecieron persecución o violencia, por razones políticas, ideológicas, de conciencia o creencia religiosa, de orientación e identidad sexual, durante el período comprendido entre el golpe de Estado de 1936, la Guerra Civil y la Dictadura franquista.

Dejar clara la idea de que sin memoria no hay democracia. Un país no puede desarrollarse de manera democrática sin unas labores de dignificación y reparación con las víctimas. Debemos de aprender del pasado para no repetirlo.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 16 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			





### **Público objetivo**

- 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 315.675 personas, de las que 155.758 son hombres y 159.917 son mujeres.

\* Datos del INE a 1.1.2019: total 316.798 (hombres 156.179 y mujeres 160.619)

### **Datos descriptivos de campaña**

- Código de campaña: CP 20 031
- Denominación de campaña: Memoria Democrática
- Órgano de la Administración: Consejería de Igualdad, Participación y Agenda de 2030
- Tipología de campaña: Social
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 30 de octubre al 8 de noviembre de 2020
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 16.941,60 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor

### **Más información y documentación**

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

### **CP 20 35 Fondos Europeos**

#### **Descripción**

La campaña de comunicación fondos europeos persigue varios objetivos de comunicación: Poner en valor la Unión Europea con motivo del 35 aniversario de la entrada de España en la UE en 2021. Informar sobre importancia de pertenencia a Unión Europea en el día a día de la ciudadanía e informar sobre la aportación de La Rioja al proyecto europeo. Dar a conocer la importancia de los Fondos FEDER y la implicación de los mismos en el desarrollo de la región.

Indicar los principales mecanismos de financiación de la UE en nuestra región y promover una mayor participación de todos los actores de La Rioja en las oportunidades europeas.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 17 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



### Público objetivo

- 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 315.675 personas, de las que 155.758 son hombres y 159.917 son mujeres.

\* Datos del INE a 1.1.2019: total 316.798 (hombres 156.179 y mujeres 160.619)

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 20 035.
- Denominación de campaña: Fondos Europeos.
- Órgano de la Administración: Consejería de Hacienda y Administración Pública.
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 9 al 15 de noviembre de 2020.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137 (IVA Incluido).
- Ejecución final: 17.312,58 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

### Más información y documentación

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

### CP 20 037 Día de La Rioja

### Descripción

Campaña institucional por el Día de La Rioja, con el objetivo de difundir las señas de identidad riojana y fomentar el conocimiento del Estatuto de Autonomía e informar de las diferentes actividades programadas por las instituciones regionales.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 18 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



#### Público objetivo

- 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 316.798 personas, de las que 156.179 son hombres y 160.619 son mujeres.

\* Datos del INE a 1.1.2019: total 316.798 (hombres 156.179 y mujeres 160.619)

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 20 037.
- Denominación de campaña: Día de La Rioja.
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta a través de la Consejería de Hacienda.
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 6 al 9 de junio de 2020.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 90.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 62.802,72 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Negociado sin publicidad.

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2020/dia-rioja>

#### CP 20 038 La Rioja Vacuada, Agenda Rural

#### Descripción

Campaña institucional para dar a conocer la acción de Gobierno en materia de reto demográfico, con el objetivo de facilitar la divulgación del programa de gobierno a favor de la lucha contra la despoblación y del plan de acción sostenible para las zonas rurales riojanas.

#### Público objetivo

- Público objetivo primario: Jóvenes a partir de 18 hasta 30 años, que puedan encontrar en el medio rural una oportunidad laboral en profesiones rurales que necesiten relevo generacional. Según el Instituto de Estadística

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 19 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



de La Rioja contabiliza este público objetivo en 39.193 personas, de las que 19.782 son hombres y 19.408 son mujeres.

- Público objetivo secundario: Adultos jóvenes de 31 a 45 años para despertar el interés en emprender en el medio rural y la preferencia por la calidad de vida en los pueblos para desarrollar un proyecto laboral y de vida. Según el Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 66.728 personas, de las que 33.525 son hombres y 33.204 son mujeres.
- Otros públicos: Mayores de 65 años hasta 75 años, que se planteen la vida en los pueblos como una opción de bienestar tras finalizar su vida laboral. Según el Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 35.120 personas, de las que 17.120 son hombres y 18.000 son mujeres.

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 20 038.
- Denominación de campaña: La Rioja vaciada, Agenda Rural.
- Órgano de la Administración Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población
- Tipología de campaña: Institucional
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 14 al 28 de septiembre de 2020.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 38.800 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 33.028,08 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Abierto simplificado abreviado.

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2020/rioja-vaciada-agenda-rural>

#### **CP 20 040 Agresiones sexuales y violencia hacia mujeres**

#### Descripción

Campaña de sensibilización contra las agresiones sexuales en época estival. Dirigida a concienciar a los hombres jóvenes de que existen límites en las prácticas sexuales, promover una respuesta social ante las agresiones sexuales que muestre un rechazo al agresor y visibilizar que las agresiones sexuales existen y se dan entre personas que ya se conocen con anterioridad.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 20 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



#### Público objetivo

- Público objetivo primario: riojanas y riojanos en edad activa, que comprende entre los 16 hasta los 35 años. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de población está formado por 63.649 personas, 31.972 hombres y 31.677 mujeres (datos a 2019)

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 20 040
- Denominación de campaña: Agresiones sexuales y violencia hacia la mujer.
- Órgano de la Administración: Consejería de Gobernanza Pública.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 10 al 16 de agosto de 2020.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 10.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 7.992,05 euros (IVA Incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-2020/agresiones-sexuales-violencia-hacia-mujeres>

#### CP 20 041 Violencia de Género

#### Descripción

Campaña publicitaria para la sensibilización Contra la Violencia de Género cuyos objetivos son Prevenir la violencia de género mostrando la igualdad, el respeto y el feminismo como herramientas contra los estereotipos sexistas y la discriminación hacia las mujeres. Además de remover obstáculos machistas y discriminatorios hacia las mujeres que persisten y sostienen la desigualdad. Concienciando sobre la necesidad de actuar y responder socialmente contra la violencia de género

#### Público objetivo

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 21 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



- Público objetivo prioritario: En general, a toda la sociedad riojana y en concreto a las mujeres. Según el Instituto de Estadística de La Rioja mujeres riojanas de 16 a 75 años, ambos incluidos, contabiliza este público objetivo en 117.514 mujeres. Y como objetivo concreto de esta campaña, a mujeres víctimas de violencia de género teniendo en cuenta principalmente a las mujeres especialmente vulnerables a la violencia. Como son:
  - Mujeres jóvenes de 16 a 25 años. Según el Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 14.936 mujeres.
  - Mujeres mayores de 64 años hasta 80 años. Según el Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 26.211 mujeres.
  - Mujeres riojanas de entre 16 y 65 años nacidas en el extranjero. Según el Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 21.140 mujeres.
  - Además de otros dos grupos como son las mujeres con discapacidad y las mujeres del ámbito rural.

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 20 041.
- Denominación de campaña: Día Internacional de la 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.
- Duración: Del 19 al 30 de noviembre de 2020.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 42.337,90 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 39.258,78 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Abierto simplificado abreviado

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/dia-internacional-eliminacion-violencia-mujer>

#### CP 20 43 Integración Ambiental

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 22 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



### Descripción

Campaña institucional para dar a conocer las acciones que realiza el Gobierno de La Rioja en materia de medio ambiente, informar del futuro Programa Marco de Medio Ambiente para así fomentar la participación en su diseño.

### Público objetivo

- 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 315.926 personas, de las que 155.656 son hombres y 160.270 son mujeres a 1 de enero de 2020.

### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 20 043
- Denominación de campaña: Servicio de Integración Ambiental.
- Órgano de la Administración: Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica.
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 20 de julio al 2 de agosto de 2020.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 23.800 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 16.854,55 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2020/integracion-ambiental>

### CP 20 045 Gestión de Residuos

### Descripción

La campaña de publicidad Gestión de Residuos pretende informar y concienciar sobre la eliminación de bolsas de plástico a partir del 1 de enero de 2021, se cobrarán todas las bolsas de plástico (excepto las muy ligeras, necesarias por

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 23 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



motivos de higiene, o que se suministran como envase primario para alimentos a granel). Además de informar de la progresiva eliminación de otros productos de plástico de un solo uso.

Otro objetivo es concienciar sobre las alternativas a las bolsas de plástico. Son de fácil sustitución por recipientes duraderos y ecológicos: bolsas de tela, de papel, biodegradables... y la necesidad de utilizar el contenedor adecuado (contenedor amarillo) para depositar las bolsas de plástico y embalajes una vez que se convierten en residuo.

#### **Público objetivo**

- Público objetivo prioritario: la sociedad riojana en general ya que el uso de bolsas de plástico se extiende a todas las franjas de edad, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo en 316.798 personas, de las que 156.179 son hombres y 160.619 son mujeres.
- Público objetivo secundario: Con especial enfoque en el comercio local y grandes superficies que utilizan las bolsas en sus compras. También ayuntamientos y entidades ciudadanas como prescriptores para animar al consumidor y a la población a utilizar alternativas a las bolsas de plástico

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

- Código de campaña: CP 20 045
- Denominación de campaña: Gestión de Residuos.
- Órgano de la Administración: Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica.
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 14 al 21 de diciembre de 2020.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137 (IVA Incluido).
- Ejecución final: 17.312,58 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 24 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			





### Más información y documentación

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

### CP 20 47 Transporte Público

#### Descripción

Campaña informativa sobre las diferentes bonificaciones que se ofertan para el uso del Transporte Público con un doble objetivo: informar sobre las diferentes bonificaciones o reducción de precios, que se ofertan para viajar en Transporte Público y fomentar su uso.

#### Público objetivo

- Público objetivo: 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...).

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 20 047
- Denominación de campaña: Transporte Público.
- Órgano de la Administración: Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica.
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 31 de agosto al 6 de septiembre de 2020.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137 (IVA Incluido).
- Ejecución final: 17.724,78 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2020/transporte-publico>

### CP 20 55 Actual Festival

#### Descripción

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 25 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



Campaña publicitaria para la promoción del Festival Actual 2021, Festival de Cultura Contemporánea.

Los objetivos de campaña en este contexto tan especial debido a la situación de la pandemia originada por el coronavirus, deberán ir encaminados, no sólo a la difusión del festival y puesta en conocimiento del público de su realización, sino sobre todo de su proyección como entorno de Cultura Segura, su riojanismo y el esfuerzo de una región por mantener viva su cultura en un contexto muy complicado.

#### **Público objetivo**

Una vez cambian los mensajes y objetivos en una edición tan particular, los públicos también pueden cambiar en el sentido de buscar un espectro más amplio de la sociedad riojana en su conjunto, para contar que la cultura sigue adelante y se hace segura.

De forma más específica, y dado que la programación sí va a seguir con un enfoque de parecido corte a las últimas ediciones, el festival sí que mantiene sus públicos habituales:

Personas residentes en La Rioja de 25 a 60 años de edad con carácter general, e interesadas en la cultura y los espectáculos en vivo.

Público interesado en estilos modernos de música: indie, rock, pop, modern jazz, soul, rap...

Acciones puntuales (espectáculos determinados): personas residentes en La Rioja mayores de 60 años.

Acciones puntuales (espectáculos determinados): adolescentes residentes en La Rioja de 18 a 25 años de edad.

Acciones puntuales (espectáculos determinados): Público familiar con hijos pequeños con edades comprendidas entre los 2-3 y los 10-11 años.

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

- Código de campaña: CP 20 055
- Denominación de campaña: Actual Festival.
- Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud.
- Tipología de campaña: cultural
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 25 de diciembre de 2020 al 4 de enero de 2021

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 26 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Estimación previa de inversión publicitaria: 42.337,90 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 39.643,67 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Abierto simplificado abreviado

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2020/actual-festival-2021>

### CP 20 063 Coronavirus

#### Descripción

Campaña de emergencia ante el estado de alarma decretado por la pandemia COVID 19 que genera una emergencia sanitaria a nivel nacional. Con el objetivo de dar difusión a todas las medidas de contingencia y concienciar sobre la responsabilidad social.

#### Público objetivo

- Público objetivo: toda la sociedad riojana, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo en 316.798 personas, de las que 156.179 son hombres y 160.619 son mujeres.

\* Datos del INE a 1.1.2019: total 316.798 (hombres 156.179 y mujeres 160.619)

#### Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 20 063.
- Denominación de campaña: Coronavirus.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: campaña ejecutada.
- Duración: Desde el 12 de marzo hasta el 27 de julio de 2020
- Estimación previa de inversión publicitaria: 384.675,80 €
- Ejecución final: 384.675,80€
- Tipo de contratación pública: Contratación de emergencia.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 27 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2020/coronavirus>

### **CP 20 064 LGTBI Fobia**

#### **Descripción**

Campaña de concienciación para la eliminación de la LGTBI fobia, con varios objetivos como el de visibilizar el colectivo LGTBI en el abanderamiento de la igualdad y la tolerancia para conseguir una sociedad mejor dentro del respeto a la pluralidad. A demás de erradicar estereotipos que persisten y generan desigualdad basada en la orientación sexual y por último, la idea de que la igualdad desde la diversidad es algo que nos beneficia como sociedad.

#### **Público objetivo**

- Público primario: riojanas y riojanos, en edad adulta, que residan en nuestra Comunidad Autónoma y también en el exterior. En líneas generales, el público objetivo son personas entre 18 y 65 años. La mayoría de edad, situada en 18 años, permite la consolidación de la ciudadanía y el disfrute pleno del sistema de derechos en la Comunidad Autónoma de La Rioja. Este público objetivo está conformado por 196.285 personas.

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

- Código de campaña: CP 20 064.
- Denominación de campaña: LGTBI Fobia.
- Órgano de la Administración: Consejería de Gobernanza Pública.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 15 al 28 de junio de 2020.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 17.352,61€.
- Tipo de contratación pública: Contratación menor.

### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2020/lgtbi-fobia>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 28 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



**CP 20 065 Explotación laboral en el ámbito rural**

**Descripción**

Campaña de concienciación dirigida a sensibilizar a la población sobre la explotación laboral y la trata de personas en el ámbito rural, promoviendo contrataciones legales y los beneficios que estas tienen para la sociedad. La campaña se produce en coordinación con la campaña de inspecciones de la Guardia Civil a las explotaciones agrícolas.

**Público objetivo**

- Público objetivo primario: riojanas y riojanos, en edad adulta, que residan en nuestra Comunidad Autónoma, especialmente en zonas rurales. En concreto el público objetivo son personas entre 18 y 65 años. La mayoría de edad, situada en 18 años, permite la consolidación de la ciudadanía y el disfrute pleno del sistema de derechos en la Comunidad Autónoma de La Rioja. Este público objetivo está conformado por 196.285 personas.

**Datos descriptivos de campaña**

- Código de campaña: CP 20 065.
- Denominación de campaña: Explotación laboral y la trata de personas en el ámbito rural.
- Órgano de la Administración: Consejería de Participación, Cooperación y Derechos Humanos.
- Tipología de campaña: Social
- Cuatrimestre: Segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 17 al 30 de agosto de 2020
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 16.982,53 euros (IVA Incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación 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. 29 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2020/explotacion-laboral-ambito-rural>

### **CP 20 067 Las No Fiestas Responsables**

#### **Descripción**

Campaña de concienciación sobre la importancia de la responsabilidad en el cumplimiento de las normas en las no fiestas.

#### **Público objetivo**

- Público primario: Se establecen como público objetivo para la campaña de comunicación a toda la sociedad riojana, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo en 316.798 personas, de las que 156.179 son hombres y 160.619 son mujeres.

\* Datos del INE a 1.1.2019: total 316.798 (hombres 156.179 y mujeres 160.619)

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

- Código de campaña: CP 20 067
- Denominación de campaña: Las no fiestas responsables
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Tipología de campaña: Institucional
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: días 18 de septiembre y 25 de septiembre
- Estimación previa de inversión publicitaria: 15.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 11.860,42 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación menor

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 30 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



**Más información y documentación**

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2020/fiestas-responsables>

**CP 20 068 Nuevas medidas Covid 19**

**Descripción**

En las últimas semanas, la presión asistencial hospitalaria en nuestro sistema de salud autonómico se ha disparado. Este aumento tiene efectos negativos en la atención a los ingresados a causa del coronavirus pero también en la atención sanitaria respecto al resto de patologías, que ya sufrieron trastorno a causa de la primera ola.

Por ello, el Consejo de Gobierno decreta, a 17 de septiembre de 2020, nuevas medidas de contingencia con el único objeto de frenar la preocupante tendencia de contagios en La Rioja y anticiparnos al descontrol del repunte de casos para frenar la curva de positivos COVID 19.

Ante la nueva situación, y con el objetivo de frenar la curva de contagios, se cree necesaria una campaña de publicidad de emergencia que motive, conciencie de la gravedad de la situación.

**Público objetivo**

- Público primario: Se establecen como público objetivo para la campaña de comunicación a toda la sociedad riojana, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza\* este público objetivo en 316.798 personas, de las que 156.179 son hombres y 160.619 son mujeres.

\* Datos del INE a 1.1.2019: total 316.798 (hombres 156.179 y mujeres 160.619)

**Datos descriptivos de campaña**

- Código de campaña: CP 20 068
- Denominación de campaña: Nuevas Medidas Covid.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud y Portavocía del Gobierno.
- Tipología de campaña: Institucional
- Cuatrimestre: tercero
- Estado: Campaña ejecutada

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 31 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Duración: desde el 19 de septiembre y durante 6 semanas.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 227.743,46 euros (IVA Incluido).
- Tipo de contratación pública: Contratación de emergencia.
- Ejecución final: 227.743,46 euros (IVA Incluido).

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2020/nuevas-medidas-covid>

## 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 corporativas.

#### Política de patrocinios institucionales

De la concepción del patrocinio institucional como un instrumento de comunicación corporativa, se concluye que cualquier soporte a iniciativas debe tener una vinculación con la carta de identidad del Gobierno de La Rioja.

En ella, se recoge la misión y la visión corporativa, y también los principios y los valores que definen a la Administración regional. Una política de patrocinios eficaz es aquella que va encaminada a reforzar y fortalecer los principios y valores de la identidad corporativa.

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 32 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			





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

### Principios básicos de la política de patrocinios institucionales

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

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

## 5.1. Patrocinios realizados durante el 2020

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 2020 con la siguiente ejecución presupuestaria.

### PI 20 001 Imaginext. Tecnología aplicada al sector del vino

#### Descripción

La 6ª edición que se celebran estas jornadas que se desarrollarán en el restaurante Delicatto en las que se analiza la relación entre un sector estratégico en La Rioja, el vitivinícola, con las novedades tecnológicas. Expertos analizan, a través de diferentes charlas, mesas redondas y presentaciones, el vínculo entre los dos mundos y cómo ambos pueden beneficiarse.

Estas jornadas tienen como objetivo promover la importancia de la digitalización e innovación en Logroño, los cuales constituyen una oportunidad clave para mejorar la competitividad de la industria española en un mercado cada vez más

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 33 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



global. Bajo esta idea se han celebrado diversos encuentros los cuales han permitido convertir a Logroño en sede de Imaginext, encuentro tecnológico más importante de la geografía española en el ámbito del sector vitivinícola.

Desde la jornada de Imaginext se ponen en contacto a las bodegas y resto de representación del sector con las entidades líderes mundiales en el ámbito digital con el fin de promover la digitalización de las bodegas y conocer los avances tecnológicos.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 20 001.
- Denominación de patrocinio: Imaginext.
- 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: 84.558,80 euros (IVA Incluido).

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2020/imaginext-rioja-tecnologia-aplicada-sector-vino>

#### PI 20 002 Lovisual

#### Descripción

Lovisual busca responder al momento actual y para ello plantea una evolución de su formato para contribuir de una forma más firme, si cabe, a su idea de base: la ciudad, en conjunto, está abierta. Una imagen conjunta, a través del trabajo de la diseñadora Andrea Santamarina, que visibilice Logroño, sus comercios y bares como ventanas abiertas que contribuyen a través del arte a generar un imaginario colectivo, solidario y optimista. Balcones, ventanas que se dibujan para construir un vínculo comunitario con todos esos personajes anónimos (principalmente personas y mujeres de mediana y avanzada edad) que han contribuido a hacer ciudad.

Los objetivos que se persiguen son los siguientes:

- LOVISUAL es un evento que busca vincular y visibilizar a comercios y espacios gastronómicos a través de intervenciones en fachadas y escaparates.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 34 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



•Es una oportunidad para aproximarse a 57 de espacios comerciales y gastronómicos que aportan un valor añadido a través de la especialización y el diseño.

•En LOVISUAL la ciudad se transforma en una galería abierta al arte y la creación: una forma de vincular la cultura, la creatividad y el diseño con el comercio de la ciudad.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 20 002.
- Denominación de patrocinio: Lovisual.
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 13.141,21 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 68.000 euros (IVA Incluido).

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2020/lovisual-2020>

#### PI 20 003 Guía de la Comunicación

##### 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 se actualiza, reestructura y edita anualmente desde 1989 en su edición impresa y se renueva continuamente en su edición digital.

Los objetivos que se persiguen son los siguientes:

- Favorecer las relaciones entre ciudadanos, la sociedad civil organizada y los medios de comunicación.
- Contribuir a las relaciones horizontales entre los profesionales de la Comunicación y los ciudadanos riojanos.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 35 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante /Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



- Favorecer las relaciones institucionales en La Rioja y propiciar nuevas relaciones público-públicas y público-privadas.
- Ofrecer un repositorio gratuito y de libre acceso sobre la sociedad civil organizada de nuestra Comunidad Autónoma.

#### Datos descriptivos de Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 20 003.
- Denominación de patrocinio: Guía de la Comunicación.
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Fecha: De septiembre a diciembre.
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 68.668 euros (IVA incluido).

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2020/guia-comunicacion-2020-ediciones-impresa-digital>

#### PI 20 005 Foro de Futuro en Español

#### Descripción

Futuro en Español es 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAeS. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 36 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



Mostrar al conjunto de la sociedad el fuerte, consolidado y heterogéneo sector TIC riojano, con 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 20 005.
- Denominación de patrocinio: 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: 25.541,57 euros (IVA Incluido).

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2020/x-edicion-foro-futuro-espanol>

#### PI 20 008 Premio de la Mujer

##### Descripción

Las emisoras de Atresmedia Radio en La Rioja buscan en 2020 el reconocimiento de la trayectoria 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. Para localizar a la premiada, las emisoras de Atresmedia Radio en La Rioja desarrollarán una amplia campaña de promoción de este premio entre los meses de julio y diciembre. Por tal motivo, las emisoras de Onda Cero y Europa FM insertarán un mínimo de 500 promociones al mes en las que se anunciará la convocatoria del premio, se comunicarán las bases, forma de participar, etc. En total, se emitirán cerca de 3.000 promociones en las dos emisoras.

Este año, con motivo de la situación actual provocada por la pandemia, no habrá evento abierto al público y la entrega del galardón a la mujer premiada se realizará en un acto privado, en el transcurso de un programa especial de “Más de uno La Rioja” que se dedicará en exclusiva a la galardonada.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 20 008.
- Denominación de patrocinio: Premio de la Mujer.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 37 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 11.797,50 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 44.644,00 euros (IVA Incluido).

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2020/especial-mujer-rioja-2020>

#### PI 20 010 Seguridad en la Información

##### Descripción

Con motivo de la celebración el próximo 30 de noviembre del Día Internacional de la Seguridad de la Información. Una jornada que se conmemora desde 1988 cuando apareció el primer malware de propagación en red. El Día de La Rioja, periódico gratuito de ámbito regional en la comunidad autónoma de La Rioja, que cuenta con una tirada diaria de 7.000 ejemplares, va a publicar el lunes 30 de noviembre un Suplemento Especial sobre el Día Internacional de Seguridad de la Información.

##### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 20 010.
- Denominación de patrocinio: Seguridad en la Información.
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 3.630 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 8.550 euros (IVA Incluido).

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2020/seguridad-informacion>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 38 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



### PI 20 011 Vinos de Rioja

#### Descripción

Con la publicación de los suplementos del vino en los periódicos líderes en las regiones de: País Vasco (El Correo + El Diario Vasco), Cantabria (El Diario Montañés), Asturias (El Comercio+ La Voz de Avilés), La Rioja (Diario La Rioja + larioja.com) y en Suplemento Viajar de ABC Nacional, se persiguen los siguientes objetivos:

Promocionar la Comunidad de La Rioja en las zonas donde más penetración y sinergias tienen nuestros vinos, gastronomía, rutas turísticas, cultura, historia, etc. Promover el interés en el lector, de estos medios líderes, en el conocimiento de nuestra región vitivinícola, la más diversa, de mayor control, calidad, e importancia de España y promocionar las iniciativas, que se están llevando a cabo en la Comunidad Riojana: culturales, gastronómicas, turísticas, en definitiva, de todo tipo de interés para los usuarios de prensa escrita y digital, para comunicar, promocionar todas estas actividades del ámbito de La Rioja.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 20 011.
- Denominación de patrocinio: Vinos de Rioja.
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 14.520 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 86.890 euros (IVA Incluido).

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2020/vinos-rioja>

### PI 20 012 Gastronomía y Vinos

#### Descripción

La Rioja es una región afortunada en variedad de suelos, confluencia de climas y diversidad de paisajes que explican la riqueza y excelencia de nuestros productos, de nuestra huerta y nos convierte en región vitivinícola referente mundial. Hay un patrimonio de gran valor: nuestros paisajes, nuestros pueblos, nuestras marcas de calidad, nuestros

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 39 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



productores, nuestros elaboradores, nuestras bodegas, nuestros cocineros. Abanderar la calidad, la excelencia, la innovación y la sostenibilidad de un sector agroalimentario y vitivinícola que es identidad de región.

El objetivo que se persigue con este patrocinio es difundir el patrimonio cultural, naturaleza y gastronomía de La Rioja.

#### Datos descriptivos del Patrocinio.

- Código de patrocinio: PI 20 012
- Denominación de patrocinio: Gastronomía y Vinos.
- 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: 112.800 euros (IVA Incluido).

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2020/gastronomia-vinos>

#### PI 20 013 Jantour

#### Descripción

JANTOUR, el suplemento central que se dedica todos los viernes y desde hace ya varias temporadas, con notable incidencia y aceptación en el mercado informativo desde su aparición, al ámbito de la gastronomía, la hostelería y la enología de todo el país, especialmente centrado en el ámbito geográfico que engloba y sobre el que tiene mayor influencia. La propuesta tiene como objetivo promocionar un producto que, a pesar de ser hasta la fecha un gran desconocido, constituye uno de los grandes atractivos de la Comunidad de La Rioja. Se trata del aceite que, curiosamente, mantiene una estrechísima relación con el vino que identifica a la región, no sólo a nivel nacional sino a nivel mundial. La enorme tradición que La Rioja mantiene desde hace siglos con este producto, esencial en la dieta mediterránea y de especial importancia por su condición saludable y gran valor nutritivo, y vital para el sostenimiento de almazaras y trujales que se reparten, fundamentalmente, por poblaciones situadas en el ámbito rural y que, por ende, contribuyen a la estabilización de la población en ese entorno y a la lucha contra el despoblamiento de los pequeños municipios.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 40 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			





#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 20 013
- Denominación de patrocinio: Jantour.
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 6.050 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 19.530 euros (IVA Incluido).

#### Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2020/jantour>

#### PI 20 014 Medio Ambiente

#### Descripción

La UNESCO dedica este 2020 a la biodiversidad y su conexión con el ser humano. Se pretende destacar durante todo el año que la protección y la salud del medio ambiente es una cuestión importante, que afecta al bienestar de los pueblos y al desarrollo económico en todo el mundo.

El objetivo del patrocinio es contribuir a concienciar que la biodiversidad es la base que sustenta toda la vida, y que nuestro comportamiento individual y colectivo como ser humano es imprescindible para mantener el equilibrio de la naturaleza.

#### Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 20 014.
- Denominación de patrocinio: Medio Ambiente.
- 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: 8.550 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. 41 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



**Más información y documentación**

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinos/patrocinos-2020/medio-ambiente>

**PI 20 016 Premios del Campo**

**Descripción**

La propuesta formulada planteaba el patrocinio, como una iniciativa que se basa en la convocatoria, organización y desarrollo por Diario La Rioja, de la IV Edición de los Premios del Campo.

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. Este año, más que nunca homenajean a los profesionales que durante el confinamiento abastecieron las casas de tantos riojanos.

**Datos descriptivos del Patrocinio**

- Código de patrocinio: PI 20 016
- Denominación de patrocinio: Premios del Campo.
- 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: 17.695 euros (IVA Incluido).

**Más información y documentación**

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinos/patrocinos-2020/premios-campo>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE <small>en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.</small>			Pág. 42 / 42
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
00860-2021/023615	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2021/0129268
1	Director de Contenidos, Gestión y Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			