



Informe anual de Publicidad Institucional del año 2021.

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 2021.

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 Contenidos, Gestión y 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:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de 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 2021 se compone de 44 campañas de publicidad, de las que 38 corresponden a los órganos de la Administración General de la Comunidad Autónoma de La Rioja y 6 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

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 4.542.090 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 2021, esto es, aquellas incluidas en el Plan de

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 2 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Publicidad Institucional para 2021. Por último, el cuarto apartado incluye todos y cada uno 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.

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 3 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



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

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
Institucionales	Difundir asuntos vinculados con el concepto territorial de La Rioja, las señas de identidad y otros elementos característicos de la región. Difundir retos y objetivos de la comunidad autónoma, que implica la participación de otras Administraciones o instituciones de La Rioja.
Corporativas	Mejorar la notoriedad y el conocimiento de las instituciones, los órganos y los centros de la Administración. Difundir la misión, la visión, los valores y principios de las instituciones (cartas de identidad).
De servicio público	Difundir los servicios públicos del Gobierno de La Rioja, las convocatorias y las ayudas públicas de la Administración regional. Difundir la iniciativa legislativa y los instrumentos de Planificación del Gobierno de La Rioja.
Culturales	Difundir la oferta cultural del Gobierno de La Rioja. Difundir las iniciativas culturales de La Rioja presentadas a las convocatorias de fomento y promoción de la cultura del Gobierno de La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 4 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo			Fecha/hora
Firmante / Observaciones			
1 Directora de Publicidad Institucional			
2 Consejero			
3			



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

3. Campañas reguladas en el Plan de Publicidad.

En este punto enumeramos las campañas publicitarias previstas en el Plan Anual de Publicidad Institucional 2021 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 2021, 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 2021

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

Código	Denominación	Órgano proponente	Importe ¹	Cuatrimestre
CP 21 001	Mejora de la convivencia escolar	Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud	46.818,18€	Tercero
CP 21 002	Acciones generales del campo riojano	Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.	18.137,00€	Anual
CP 21 006	Campaña familias acogedoras	Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública	48.181,81€	Tercero
CP 21 009	Divulgación Científica	Consejería de Desarrollo Autonomico	29.454,54€	Tercero
CP 21 010	Estrategia de Reto Demográfico	Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población	33.727,27€	Segundo
CP 21 011	Proyecto Geoparque	Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica.	17.312,58€	Primero
CP 21 012	Nueva PAC Sostenible	Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.	31.467,43€	Primero
CP 21 013	Día Internacional de la Mujer	Consejería de Igualdad, Participación y	16.966,34€	Primero

¹ Importe relativo al plan de medios de cada campaña de publicidad.



		Agenda 2030		
CP 20 014	La Mujer y el 14 de abril	Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030	32.875,37€	Primero
CP 21 015	Formación Profesional	Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud	17.972,12€	Segundo
CP 21 016	Centros Riojanos	Consejería de Hacienda y Administración Pública.	17.311,83€	Primero
CP 21 017	Smart Agro	Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población	18.087,54€	Segundo
CP 21 018	Semana de la Inmunización	Consejería de Salud y Portavocía del Gobierno	18.137,00€	Segundo
CP 21 020	Europa en nuestras calles (Fondos y Día de Europa)	Consejería de Hacienda y Administración Pública.	18.137 €	Segundo
CP 21 021	Integra en la escuela	Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública	32.000 €	Segundo
CP 21 022	Transporte público, sostenible y seguro	Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica.	24.318,18€	Segundo
CP 21 023	Día de La Rioja	Oficina de La Presidenta	40.000 €	Segundo
CP 21 024	Día del Orgullo LGTBI	Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030	34.117 €	Segundo
CP 21 025	Bolsa de Alquiler e Hipoteca	Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población	18.087,44€	Segundo
CP 21 026	Servicios de los Ecosistemas	Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica	34.800 €	Segundo
CP 21 028	Sensibilización frente al Edadismo (discriminación por edad)	Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública	19.818,19€	Tercero
CP 21 030	Vacunación gripe 21-22	Consejería de Salud	24.772,72€	Tercero
CP 21 032	Festival Actual	Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud	48.181,82€	Tercero
CP 21 033	Eliminación de la Violencia contra la Mujer	Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública	55.308,59€	Tercero
CP 21 034	Derechos Humanos	Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030	29.454,54€	Tercero
CP 21 036	Vacunación frente al COVID	Consejería de Salud y Portavocía del Gobierno	35.000 €	Segundo
CP 21 037	Protocolo COVID-19	Consejería de Salud y Portavocía del Gobierno	16.706,80€	Primero
CP 21 038	Comercio y artesanía de La Rioja	Consejería de Desarrollo Autonomico	17.312,60€	Tercero
CP 21 039	Prevención de riesgos laborales	Consejería de Desarrollo Autonomico	39.272,72€	Segundo
CP 21 041	Plan de Transformación	Oficina de La Presidenta	39.272,72€	Tercero
CP 21 042	Ciudad del envase y el embalaje	Oficina de la Presidenta	18.120,51€	Tercero
CP 21 043	Enorregión	Oficina de la Presidenta	38.181,81€	Tercero

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



CP 21 044	Territorio digital de servicios	Oficina de La Presidenta	38.545,45€	Tercero
-----------	---------------------------------	--------------------------	------------	---------

B. Campañas extraordinarias de Publicidad Institucional ya ejecutadas en el 2021:

Código	Denominación	Órgano proponente	Importe ²	Cuatrimestre
CP 21 045	Deporte, salud y seguridad	Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud	24.772,73€	Tercero

3.2. Tipología de campañas realizadas

Tipo	TOTAL CAMPAÑAS
Institucionales	10
Corporativas	8
De servicio público	10
Culturales	3
Sociales	12
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
2021	26	0	10	23	0	1

² Importe relativo al plan de medios de cada campaña de publicidad.



3.4. Resumen de campañas

CP 21 001 Mejora de la convivencia escolar

Descripción

Campaña dirigida a la difusión de los protocolos y acciones que la Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud, pretende introducir en el ámbito escolar para la mejora de la convivencia en el aula y en los centros educativos.

La campaña de comunicación plantea como principal objetivo de comunicación:

- Difundir las ideas clave del nuevo decreto de Convivencia Escolar

Otros objetivos que se quieren conseguir son:

- Sensibilizar a la ciudadanía sobre la importancia de la convivencia como elemento clave de la acción educativa.
- Trasladar que la convivencia escolar y la educación en positivo se basan en estudios empíricos serios y rigurosos.
- Destacar la importancia que tiene la convivencia escolar en entornos educativos al mismo nivel que el expediente curricular
- Comunicar el concepto de centros educativos libres de violencia.
- Refutar la idea de que el profesorado pierde su autoridad con el nuevo decreto de Convivencia Escolar. Con este nuevo enfoque se refuerza su autoridad dotándole de las competencias socioemocionales necesarias para gestionar y evitar situaciones de conflicto en las aulas.

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 316.197 personas, de las que 155.766 son hombres y 160.431 son mujeres.

Tenemos como público objetivo secundario 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.

También el profesorado de los centros educativos y los equipos orientadores son un público objetivo de interés para la campaña.

* Datos del IER a 1.1.2021

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 8 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 001
- Denominación de campaña: Mejora de la convivencia escolar.
- Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud.
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 24 de noviembre al 17 de diciembre de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 50.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 46.818,18 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/mejora-convivencia-escolar>

CP 21 002 Acciones generales del campo riojano

Descripción

Se trata de una campaña informativa sobre temas relevantes y de actualidad dirigida al sector agrario, realizada fundamentalmente a través del suplemento mensual Agro de Diario La Rioja. Un suplemento dirigido a las organizaciones profesionales agrarias y cooperativas agrarias, además de incluir grupos de acción local y administración local.

Los objetivos que se persiguen con esta campaña publicitaria son los siguientes:

- Garantizar la difusión de las acciones de Gobierno a favor del sector agrario (ejemplo, convocatorias de ayudas ordinarias en marco PAC y PDR y extraordinarias en contexto COVID-19).
- Difundir campañas específicas que se activen para fomentar los valores de la política agraria del Gobierno de La Rioja (apoyo a jóvenes, mujeres y a la agricultura y ganadería profesional y familiar).
- Transmitir mensajes y aunar voluntad en el sector en objetivos compartidos, como campañas agrarias seguras.

Público objetivo

La campaña está dirigida al sector agrario entre los que se encuentran las organizaciones profesionales agrarias y cooperativas agrarias, grupos de acción local y administración local.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 9 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 002
- Denominación de campaña: Acciones Generales del Campo.
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.
- Tipología de campaña: Corporativa.
- Cuatrimestre: primero.
- Estado: Campaña en ejecución.
- Duración: Desde el mes de marzo al mes de diciembre de 2021
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 18.137€ (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: contrato menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/acciones-generales-campo>

CP 21 006 Campaña familias acogedoras

Descripción

Campaña para sensibilizar a la sociedad para la captación de familias de acogida.

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

- Explicar qué es el acogimiento familiar y las modalidades que hay entre distintos colectivos que puedan ser susceptibles de formar parte de la bolsa de familias de acogida
- Incrementar la bolsa de familias de acogida que ahora mismo hay en La Rioja

Público objetivo

Se establecen como público objetivo 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 316.197 personas, de las que 155.766 son hombres y 160.431 son mujeres.

También establecemos como público objetivo a las familias riojanas con capacidad para acoger a un/a menor y que puedan cumplir con los requisitos solicitados. Corresponden al grupo formado por mujeres y hombres de entre 32 y 65 años. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por 154.823 personas de las que 77.601 son hombres y 77.223 son mujeres.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 10 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 006
- Denominación de campaña: Familias acogedoras.
- Órgano de la Administración: Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública.
- Tipología de campaña: social.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 19 de noviembre al 14 de diciembre de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 50.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 48.181,81 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/campana-familias-acogedoras>

CP 21 009 Divulgación Científica

Descripción

Campaña publicitaria de divulgación para promover el interés por la ciencia, la investigación, el desarrollo y la innovación. La campaña de publicidad cuenta con los siguientes objetivos generales de comunicación:

- Promover el interés por la ciencia y su método, la investigación, el desarrollo y la innovación, especialmente entre los más jóvenes.
- Desarrollar la capacidad de observación y la creatividad.
- Contribuir a descubrir vocaciones científicas.
- Erradicar mitos.
- Facilitar la transferencia de conocimiento desde los centros generadores del mismo a la sociedad en general.

Público objetivo

Se establecen como público primario para la campaña de comunicación institucional Divulgación Científica, 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 316.197 personas, de las que 155.766 son hombres y 160.431 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 11 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



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 154.823 personas de las que 77.601 son hombres y 77.223 son mujeres.

*Datos del INE a 1.1.2021

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 009
- Denominación de campaña: Divulgación Científica.
- Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo autonómico
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 8 al 18 de noviembre de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 29.454,54 €.
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/divulgacion-cientifica>

CP 21 010 Estrategia de Reto Demográfico

Descripción

Campaña Institucional para visibilizar la acción de Gobierno a favor de un medio rural vivo, dinámico, inteligente y atractivo donde las personas puedan desarrollar un proyecto personal y profesional en el siglo XXI. La campaña de publicidad cuenta con los siguientes objetivos generales de comunicación:

- **Posicionar a La Rioja** como región innovadora en la dinamización rural
- **Difundir el impulso de proyectos de emprendimiento e innovación social transversal que el Gobierno de La Rioja** va a acometer (en el contexto de la Estrategia Regional frente al Reto Demográfico y la Despoblación en La Rioja) para crear **valor sostenible** para todo el territorio en la solución de retos sociales en áreas como la economía de los cuidados, economía social en beneficio de la comunidad, formación y capacitación digital de la población rural, acogida de nuevos pobladores en el medio rural para experimentar la vida rural, coworking y coliving en el

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 12 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



medio rural, transporte colaborativo..., con la implicación de las personas y la generación de apoyos desde una nueva gobernanza público-privada.

- Transmitir los **valores de una nueva ruralidad** en la que el medio rural se sitúa en perfecta posición para liderar e innovar en una recuperación verde, digital, con perspectiva de género e inclusiva y en la que hay que eliminar la brecha urbano-rural.
- Generar un **sentimiento compartido** por la sociedad, las administraciones y el tejido social y económico **para transformar los territorios en espacios de oportunidades de desarrollo social y económico**, que aprovechen los recursos locales a través de la generación de actividad económica, el fomento del emprendimiento y el aprovechamiento del talento asociado al entorno, y desde un modelo territorial sostenible que responda a los retos a los que se enfrenta nuestra sociedad.

Público objetivo

Se establecen como público objetivo para la campaña de comunicación institucional a la sociedad riojana de entre 20 y 65 años. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 91.392 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 21 010
- Denominación de campaña: Estrategia de Reto Demográfico.
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.
- Tipología de campaña: Institucional
- Cuatrimestre: segundo
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 19 de julio a 1 de agosto de 2021
- Estimación previa de inversión publicitaria: 35.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 33.727,27 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado abreviado

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/estrategia-reto-demografico>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 13 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



CP 21 011 Proyecto Geoparque

Descripción

Es una campaña institucional de promoción del Geoparque durante el proceso para la declaración por parte de la UNESCO, del patrimonio paleontológico riojano como Geoparque.

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

- Dar a conocer el proyecto de Geoparque de La Rioja entre toda la sociedad riojana, incidiendo especialmente en su área de influencia: Rioja media y Rioja baja.
- Conseguir apoyos para la candidatura de Geoparque de La Rioja e incidir en que éste es un proceso en concurrencia competitiva.
- Transmitir la importancia del patrimonio paleontológico de La Rioja.
- Informar a la sociedad sobre los beneficios que la figura de Geoparque aportaría a la Comunidad y a su desarrollo.
- Transmitir que es un proyecto de todos y esto es esencial para conseguir el reconocimiento.
- Dejar constancia a nivel nacional de la existencia de esta candidatura.

Objetivos secundarios:

- Al tratarse de un reconocimiento internacional, nos gustaría que la campaña se extendiera más allá de las fronteras riojanas y poder optar así a una campaña nacional. Por ejemplo, poder contar con prescriptores de opinión (influencer) que viajen al territorio y hablen de los beneficios de la zona, de los yacimientos y de por qué La Rioja tendría que ser reconocido como Geoparque.
- Conseguir que los ciudadanos, entidades y administraciones que se adhieran al proyecto, a través de cartas de apoyo, se conviertan también en prescriptores del proyecto a la hora de impulsar su difusión.
- Turismo: acercar a la población y turismo los yacimientos paleontológicos, los centros paleontológicos y el trabajo desarrollado en materia científica en la zona. Sería una forma de potenciar el desarrollo económico y social del territorio.

Público objetivo

Se establece como público objetivo para la campaña de comunicación institucional a sociedad riojana en general, pero, sobre todo, a los habitantes de la Rioja Media y Rioja Baja (Logroño, Calahorra, Arnedo, Alfaro y Cervera del río Alhama). El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 203.950 personas, de las que 97.908 son hombres y 106.042 son mujeres.

Como público objetivo secundario están las instituciones, asociaciones, empresas y Ayuntamientos que puedan apoyar la candidatura.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 14 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



* Datos del INE a 1.1.2020

- Datos descriptivos de campaña
- Código de campaña: CP 21 011
- Denominación de campaña: Proyecto Geoparque.
- Órgano de la Administración: Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica.
- Tipología de campaña: institucional
- Cuatrimestre: primero
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 22 al 28 de febrero de 2021
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 17.312,58 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: contrato menor

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/proyecto-geoparque>

CP 21 012 Nueva PAC Sostenible

Descripción

Campaña institucional para difundir la campaña de la PAC de 2021 y el cambio de paradigma que supone la nueva PAC del periodo 2021-2027 con el enfoque prioritario de promover la sostenibilidad social, económica y medioambiental de la agricultura, ganadería y el medio rural riojano.

Los objetivos de la campaña son los siguientes:

- Difundir los **cambios que incorpora la nueva PAC con el eje de género y el eje medioambiental como pilares**, una PAC más justa y más equitativa, que apoya la renta del modelo de agricultura y ganadería profesional y familiar de La Rioja.
- Transmitir la amplitud del **significado de la sostenibilidad** para la agricultura, la ganadería y el medio rural.
- Informar sobre las **novedades que supone la nueva PAC**: una PAC menos burocrática, más simplificada.

Público objetivo

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 15 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- 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 21 012.
- Denominación de campaña: Nueva PAC 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 22 al 31 de marzo de 2021
- Estimación previa de inversión publicitaria: 33.606,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 31.467,43 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto abreviado simplificado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/nueva-pac-sostenible>

CP 21 013 Día Internacional de la Mujer

Descripción

Campaña institucional celebrando el Día Internacional de la Mujer.

La campaña de comunicación pretende sensibilizar a la población sobre el papel fundamental que ocupan las mujeres en todos los aspectos esenciales de la sociedad para el mantenimiento de la vida. Y cuenta con los siguientes objetivos de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- 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.
- Dar visibilidad a las **profesiones y servicios públicos feminizados** que han demostrado ser imprescindibles en esta pandemia.
- Sensibilizar a la sociedad sobre la situación real: **las mujeres son las que asumen las ocupaciones que sostienen la vida** en última instancia

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 16 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Incitar a la reflexión de la sociedad en su conjunto, sobre los **estereotipos sexistas** que reproducen y perpetúan la desigualdad de género.

Público objetivo

Se establecen como público objetivo para la campaña de publicidad 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 315.926 personas, de las que 155.656 son hombres y 160.270 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 203.736 personas, de las que 102.415 son hombres y 101.317 son mujeres.
- Público secundario: Resto de la ciudadanía de la comunidad autónoma.

* Datos del INE a 1.1.2020

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 013
- Denominación de campaña: Día Internacional de la Mujer.
- Órgano de la Administración: Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030.
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: primero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 1 al 8 de marzo de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 16.966,34 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: contrato menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/dia-internacional-mujer>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 17 / 80
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



CP 21 014 La Mujer y el 14 de abril

Descripción

Campaña conmemorativa sobre el papel de la mujer durante la II República.

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

- Poner en valor el papel de las mujeres durante la Segunda República Española, una época de gran apogeo del feminismo.
- Dar a visibilidad la labor de las mujeres a través de algunas de las mujeres relevantes durante dicho período en diferentes ámbitos: políticas, sindicalistas, escritoras, intelectuales, etc.
- Despertar el interés sobre la labor de la mujer en el ámbito de la memoria democrática, fomentar el conocimiento sobre la mujer en la historia.
- Concienciar sobre la labor esencial de estas mujeres en sus ámbitos (la conquista de derechos, la escritura, etc.)

Público objetivo

Se establecen como público objetivo para la campaña de comunicación institucional a la sociedad riojana en general. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 315.926 personas, de las que 155.656 son hombres y 160.270 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 203.736 personas, de las que 102.415 son hombres y 101.317 son mujeres.
- Público secundario: Resto de la ciudadanía de la comunidad autónoma.

* Datos del INE a 1.1.2020

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 014
- Denominación de campaña: La mujer trabajadora y el 14 de abril.
- Órgano de la Administración: Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030.
- Tipología de campaña: Corporativa
- Cuatrimestre: primero

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 18 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Estado: Campaña en ejecución.
- Duración: Del 5 al 14 de abril de 2021
- Estimación previa de inversión publicitaria: 34.115,95 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 32.875,37 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado abreviado

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/mujer-trabajadora-14-abril>

CP 21 015 Formación Profesional

Descripción

Campaña dirigida a la difusión de la Formación Profesional como una vía formativa de elevada calidad y especialización en La Rioja, y con un sobresaliente índice de empleabilidad.

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

- Difundir la FP como una alternativa de formación de alta calidad y especialización, y al mismo nivel de validez que las tradicionales académicas (Universidad, etc.).
- Enaltecer la FP como un espacio sofisticado y moderno, atractivo y lleno de alternativas.
- Trasladar la información de que existe este nuevo proceso lanzado por el Gobierno de La Rioja, y que tiene importantes beneficios para aquellos trabajadores que carecen de cualificación acreditada.

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 pasar por él va a redundar en la mejora de su situación en el mercado laboral, en el corto, medio y largo plazo.

El otro objetivo clave es no solo del comienzo del procedimiento de reconocimiento de competencias, sino también incentivar para que los interesados se dirijan a las oficinas de empleo y a los agentes sociales para recibir información y asesoramiento para realizar la inscripción en el mismo.

Público objetivo

Campaña dirigida a la difusión de la Formación Profesional como una vía formativa de elevada calidad y especialización en La Rioja, y con un sobresaliente índice de empleabilidad.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 19 / 80
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



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

- Difundir la FP como una alternativa de formación de alta calidad y especialización, y al mismo nivel de validez que las tradicionales académicas (Universidad, etc.).
- Enaltecer la FP como un espacio sofisticado y moderno, atractivo y lleno de alternativas.
- Trasladar la información de que existe este nuevo proceso lanzado por el Gobierno de La Rioja, y que tiene importantes beneficios para aquellos trabajadores que carecen de cualificación acreditada.

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 pasar por él va a redundar en la mejora de su situación en el mercado laboral, en el corto, medio y largo plazo.

El otro objetivo clave es no solo del comienzo del procedimiento de reconocimiento de competencias, sino también incentivar para que los interesados se dirijan a las oficinas de empleo y a los agentes sociales para recibir información y asesoramiento para realizar la inscripción en el mismo.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 015
- Denominación de campaña: Promoción de la Formación Profesional.
- Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud.
- Tipología de campaña: Empleo y Formación.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 15 al 23 de mayo de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 17.972,12 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: contrato menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/formacion-profesional>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 20 / 80
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



CP 21 016 Centros Riojanos

Descripción

Campaña informativa para la promoción de los Centros Riojanos.

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

- Dar a conocer a la ciudadanía los centros regionales riojanos existentes en España y en otros países del mundo.
- Transmitir la importancia de la labor desarrollada por estos centros, que se gestionan por asociaciones o personas físicas y solo perciben una subvención por un % de sus gastos de actividad y funcionamiento, el resto es por cuenta de sus socios.
- Informar a la sociedad riojana de la posibilidad de incluir en sus viajes, cuando hacen turismo por alguna de las localidades en las que está constituido, una visita a estos centros.
- Poner de manifiesto cómo el Gobierno de La Rioja valora muy positivamente la labor que desarrollan las colectividades riojanas asentadas fuera de la Comunidad Autónoma de La Rioja, por la permanente defensa y promoción de la identidad riojana.

Público objetivo

Se establece como público objetivo para la campaña de comunicación institucional a la sociedad riojana en general. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 315.926 personas, de las que 155.656 son hombres y 160.270 son mujeres.

También a los propios centros riojanos, para que sean conscientes de que estamos tratando de impulsar su labor dando a conocerlos a nivel nacional e internacional.

* Datos del INE a 1.1.2020

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 016
- Denominación de campaña: Centros Riojanos.
- Órgano de la Administración: Consejería de Hacienda y Administración Pública.
- Tipología de campaña: Corporativa.
- Cuatrimestre: primero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 15 al 21 de marzo de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 17.311,83 euros (IVA incluido).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 21 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Tipo de contratación pública: contrato menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/centros-riojanos>

CP 21 017 Smart Agro

Descripción

Campaña publicitaria para potenciar la transformación digital en el sector agrario riojano.

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

- Difundir y concienciar sobre la importancia de la transformación digital del sector agrario riojano a través de la inversión en digitalización del campo riojano; el fomento del uso de datos; la innovación empresarial basada en una economía verde y digital, y la transformación digital en el intercambio de información entre el agricultor y ganadero y la Administración, siempre desde la colaboración público-privada.
- La digitalización supone un cambio de actitud, hábitos, procesos y procedimientos. La digitalización es rentabilidad, competitividad y sostenibilidad al favorecer un uso más eficiente de los recursos y una producción más sostenible. El sector vitivinícola puede ser punta de lanza para ello a través del proyecto de enorregión.
- Es responsabilidad de todos subirnos al tren de la digitalización. La transformación digital es una realidad en el sector agrario, tiene un avance imparable y son necesarios jóvenes y mujeres que lideren la innovación tecnológica y que configurarán el perfil futuro de agrotecnólogos.
- La cadena alimentaria ya no es cadena sino una red de actores que interactúan y comparten información y conocimiento para la toma de decisiones gracias a la tecnología.

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).

Se establece también como público objetivo para la campaña de comunicación la población riojana de ambos sexos entre 20 y 65 años. 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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 22 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 017
- Denominación de campaña: Smart Agro.
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña en ejecución.
- Duración: Del 10 al 18 de junio de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 18.087,54€.
- Tipo de contratación pública: contrato menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/smart-agro>

CP 21 018 Semana de la Inmunización

Descripción

Campaña para sensibilizar a la población de la importancia de la vacunación con motivo de la celebración de la Semana Europea de la Vacunación que se celebra la última semana de abril.

El objetivo principal de la campaña es instar a un mayor compromiso en torno a la inmunización a nivel mundial y la importancia de la vacunación para mejorar la salud y el bienestar de todos, en todas partes a lo largo de la vida.

- Demostrar el valor de las vacunas para la salud de la población
- La inmunización de rutina es la base para sistemas de salud fuertes y resilientes y una cobertura de salud universal.
- Incrementar la tasa de vacunación, frente al COVID-19 y frente a otras enfermedades.
- Reducir la mortalidad y morbilidad asociada al COVID-19 en nuestra comunidad.
- Incrementar las tasas de vacunación del Calendario Oficial de Vacunación.

Público objetivo

Se establece que la campaña tiene como público objetivo primario a toda la población de La Rioja, incidiendo en aquellas personas con mayor posibilidad de sufrir las consecuencias más graves del COVID o están más expuestos a la enfermedad por motivos laborales. Por ello se establece:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 23 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Público objetivo primario:

Personas de mayor riesgo:

- a. Personas a partir de 50 años. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 135.675 personas, de las cuales 64.135 son hombres y 71.548 son mujeres.
- b. Enfermos crónicos
 - Público objetivo secundario: Profesionales en contacto con el público.
 - Público objetivo terciario: se establecen los menores de 14 años (y sus padres/tutores), ya que este colectivo está incluido en el parte del Calendario Oficial de Vacunación.

* Datos del INE a 1.1.2020

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 018
- Denominación de campaña: Semana Europea de la Inmunización.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud y Portavocía del Gobierno.
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 26 de abril al 2 de mayo de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 18.137,00 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: contrato menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/semana-europea-inmunizacion>

CP 21 020 Europa en nuestras calles

Descripción

Campaña para informar y visibilizar el funcionamiento de los fondos europeos y, en especial los fondos estructurales (FSE y FEDER), así como otros programas operativos de La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 24 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



La campaña de comunicación cuenta con los siguientes objetivos de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Poner en **valor los fondos** MRR, REACT y MFP, como el mayor paquete financiero de la historia de la UE.
- Informar sobre la **apertura del Centro Europe Direct Rioja**, e informar sobre sus funciones y servicios.
- Destacar el **papel de la DGFEyOB** tanto en la gestión de los fondos recibidos de Europa como en la gestión del punto Europe Direct.

Público objetivo

Se establece como **público objetivo** para la campaña de comunicación de Next Generation y MFP 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 315.926 personas, de las que 155.656 son hombres y 160.270 son mujeres.

* Datos del INE a 1.1.2020

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 203.736 personas, de las que 102.415 son hombres y 101.317 son mujeres.
- **Público secundario:** Resto de la ciudadanía de la comunidad autónoma.

La parte de la campaña dedicada a la promoción la apertura de Europe Direct:

- Público primario: riojanas y riojanos en entre los 16 y los 30 años.
- Público secundario: Resto de la ciudadanía de la comunidad autónoma.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 020
- Denominación de campaña: Fondos Europeos y Día de Europa
- Órgano de la Administración: Consejería de Hacienda y Administración Pública.
- Tipología de campaña: Institucional y Servicio Público.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 3 al 16 de mayo de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 18.137,00 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: contrato menor.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 25 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/fondos-europeos-dia-europa>

CP 21 021 Integra en la escuela

Descripción

Es un programa de divulgación y sensibilización social sobre discapacidad y promoción de la igualdad en los centros educativos de la Rioja.

La campaña de comunicación cuenta con los siguientes objetivos de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Poner el foco en las dificultades del colectivo, en las barreras urbanísticas, arquitectónicas, en el transporte, la comunicación y las relaciones en general.
- Sensibilizar y concienciar a la sociedad riojana sobre el colectivo de las personas con discapacidad.
- Incidir, sobre todo, en la importancia de normalizar y sensibilizar, sobre todo, en el periodo educativo

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 315.926 personas, de las que 155.656 son hombres y 160.270 son mujeres.

* Datos del INE a 1.1.2020

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.
- **Otros públicos:** Resto de la ciudadanía de la comunidad autónoma.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 021
- Denominación de campaña: Integra en la Escuela.
- Órgano de la Administración: Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: segundo.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 26 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 24 al 30 de mayo de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 32.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 32.000 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/integra-escuela>

CP 21 022 Transporte público, sostenible y seguro

Descripción

Campaña informativa sobre el transporte público y sus servicios.

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

- Favorecer el uso del transporte público y, por tanto, contribuir al **incremento del número de viajeros**. En especial, se pretende recuperar a usuarios de la tercera edad.
- **Vincular el uso del transporte público a la sostenibilidad** y, por tanto, a disminuir la contaminación. Cuidas el medio ambiente si viajas más en transporte público y si reduces el uso de vehículo particular.
- **Unir el uso del transporte al concepto de salud**. Transmitir la idea de que el autobús, además de ser un vehículo bajo en emisiones y contribuir a luchar contra el cambio climático, contamina menos y no perjudica la salud de las personas.
- Depositar confianza en el transporte público. Transmitir que **el transporte público es seguro** desde el punto de vista de seguridad vial y desde el punto de vista higiénico-sanitario.
- Poner en valor este servicio con la reactivación de actividad acorde con el final del verano y el inicio del curso escolar.
- Acercar el servicio a la sociedad como un servicio de transporte **bajo en emisiones, de calidad, moderno, económico y accesible**.
- **Fidelizar** a las personas que ya son usuarias habituales.

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 316.197 personas, de las que 155.766 son hombres y 160.431 son mujeres.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 27 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



En especial, se pretende recuperar a usuarios de la tercera edad de entre 65 a 85 años. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 56.602 personas, de las que 26.413 son hombres y 30.187 son mujeres. E incorporar a usuarios jóvenes, de entre 18 y 29 años, que son los más permeables a cuestiones de cambio climático y contaminación. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 36.243 personas, de las que 18.376 son hombres y 17.863 son mujeres.

* Datos del INE a 1.1.2020

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 022
- Denominación de campaña: Transporte Público, Sostenible y Seguro.
- Órgano de la Administración: Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica.
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 23 de agosto al 5 de septiembre de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 25.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 24.318,18 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/transporte-publico-sostenible-seguro>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 28 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



CP 21 023 Día de La Rioja

Descripción

Campaña Institucional por el Día de La Rioja

La campaña de comunicación sitúa los siguientes objetivos de comunicación según la ficha básica de campaña:

- Conmemorar el Día de La Rioja y fomentar el conocimiento del Estatuto de Autonomía.
- Difundir las señas de identidad riojana
- Informar de las diferentes actividades programadas por las instituciones regionales.

Público objetivo

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

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

- **Niños y jóvenes.** Incluiremos en este grupo a los niños y jóvenes desde los 10 años hasta los 31 años. Según los datos aportados por el Instituto Riojano de Estadística, este rango de población incluye a **68.948 personas** en La Rioja
- **Familias riojanas.** Teniendo en cuenta que, según los últimos datos del Instituto de Estadística de La Rioja, la edad media de maternidad en la Comunidad Autónoma de La Rioja está en 32 años, seleccionaremos nuestro público objetivo como aquel grupo formado por mujeres y hombres desde los 32 años hasta los 65 años. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por 155.001 personas.
- **Personas mayores de 65 años.** Según los datos aportados por el instituto de Estadística de La Rioja, este grupo de personas con edad superior a 65 años está formado por 63.715 personas en La Rioja.

* Datos del INE a 1.1.2020

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 023
- Denominación de campaña: El Día de La Rioja.
- Órgano de la Administración: Oficina de La Presidenta.
- Tipología de campaña: Institucional.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 29 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 27 de mayo al 9 de junio de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 40.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 40.000 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/dia-rioja>

CP 21 024 Día del Orgullo LGTBI

Descripción

Campaña de concienciación para la eliminación de la LGTBI fobia.

La campaña de comunicación cuenta con los siguientes objetivos de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- Poner en valor la **diversidad, la tolerancia, el respeto y la igualdad**. Estos valores son los valores de la sociedad riojana
- Transmitir la importancia **del amor, en contraposición al odio**
- Sensibilizar a la sociedad sobre la situación real de personas que sufren **discriminación** por tener una identidad u orientación sexual

Público objetivo

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

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 **203.736 personas**, de las que 102.415 son hombres y 101.317 son mujeres.
- Público secundario: Resto de la ciudadanía de la comunidad autónoma.

* Datos del INE a 1.1.2020

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRONICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 30 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 024
- Denominación de campaña: Día Internacional del Orgullo LGTBI.
- Órgano de la Administración: Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030.
- Tipología de campaña: Social
- Cuatrimestre: segundo
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 15 al 28 de junio de 2021
- Estimación previa de inversión publicitaria: 34.117,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 34.117 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado abreviado

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/dia-internacional-orgullo-lgtbi-17d218>

CP 21 025 Bolsa de alquiler e hipoteca

Descripción

Campaña informativa sobre las políticas públicas de vivienda del Gobierno de La Rioja.

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

- Posicionar la rehabilitación, y dentro de ésta la rehabilitación energética especialmente, y la regeneración urbana como oportunidad para construir un futuro más sostenible, más inclusivo y más cohesionado.
- Incidir en que la rehabilitación y la regeneración urbana son una prioridad porque son un compromiso con la reactivación económica, también con el bienestar. Un compromiso con la mejora de los espacios en los que vivimos, nos relacionamos y trabajamos en el medio urbano y en el medio rural y a favor de unos territorios más cohesionados. Generan un reequilibrio territorial y una recuperación socioeconómica de los barrios y entornos.
- Es una oportunidad histórica de alcanzar los niveles de rehabilitación y regeneración urbana de países de nuestro entorno. Es el momento de abordar la rehabilitación y la regeneración urbana para cumplir con los objetivos del Pacto Verde de la UE y la transformación en clave verde de la región. Con la rehabilitación energética, reducimos el consumo final de energía, contribuimos al cumplimiento de los objetivos de energía y clima y, en paralelo, impulsamos la reactivación económica.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 31 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- La rehabilitación y la regeneración urbana es un asunto que engloba a todos para generar un acceso democrático a los servicios y equipamientos. Desde el Gobierno regional, estamos alineados con el Gobierno nacional y con la Unión Europea en la apuesta por aumentar la actividad rehabilitadora en los próximos años con recursos, con una política coordinada entre las administraciones y con la necesaria colaboración público-privada y con un protagonismo del ciudadano y la sociedad en un proceso participativo. Y desde un compromiso con las poblaciones más vulnerables, para no dejar a nadie atrás.
- La actividad rehabilitadora se va ver potenciada también con un tratamiento fiscal favorable vía deducción en IRPF.

Público objetivo

Se establecen como público objetivo para la campaña de comunicación institucional a la población riojana de entre 20 y 75 años, ambos incluidos. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 223.318 personas.

* Datos del INE a 1.07.2021

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 025
- Denominación de campaña: Bolsa de alquiler e hipoteca.
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, Territorio y Población.
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 30 de junio al 7 de julio de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 18.087,54€.
- Tipo de contratación pública: contrato menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/bolsa-alquiler-hipoteca>

CP 21 026 Servicios de los Ecosistemas

Descripción

Campaña para informar y concienciar sobre la necesaria implicación de los ciudadanos y la importancia de proteger los ecosistemas para la economía, la sociedad y el medioambiente.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 32 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



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

- Transmitir la importancia de la biodiversidad, su valor y los beneficios que nos aporta. Los servicios de los ecosistemas son servicios públicos, y la Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica es garante de su calidad y provisión.
- Dar a conocer cuáles son los servicios de los ecosistemas y cómo se distribuyen: servicios de base; servicios de regulación; servicios de suministro y servicios culturales.
- Alertar a la ciudadanía, universidades, centros educativos, administraciones y empresas sobre las consecuencias perjudiciales que conlleva la crisis de biodiversidad sobre nuestro medio ambiente, nuestra economía y sociedad.
- Educación ambiental: concienciar sobre la importancia de la biodiversidad y los ecosistemas sobre nuestra sociedad, economía y bienestar.

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 315.926 personas, de las que 155.656 son hombres y 160.270 son mujeres.

* Datos del INE a 1.1.2020

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 026
- Denominación de campaña: Servicios de los Ecosistemas.
- Órgano de la Administración: Consejería de Sostenibilidad y Transición Ecológica.
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 17 al 26 de mayo de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 34.800,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 34.800 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/servicios-ecosistemas>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 33 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



CP 21 028 Sensibilización frente al Edadismo (discriminación por edad)

Descripción

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

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

- Explicar qué es el edadismo
- Educar, trasladar a la ciudadanía el valor del colectivo de personas mayores tan significativo en nuestra sociedad para erradicar prejuicios y eliminar este tipo de discriminación
- Sensibilizar para eliminar estereotipos negativos o irreales sobre las personas mayores tales como la infantilización de los mismos, la exclusión de su derecho a la participación social, la respuesta paternalista y sobreprotectora ajena a sus capacidades reales, la visión de las personas mayores como personas pasivas y el coste de su atención.
- Difundir una imagen positiva y amable de las personas mayores por su experiencia, conocimientos y de soporte de la economía familiar en situaciones de dificultad del resto de los miembros de la familia, tanto en el plano económico, como en el afectivo, como en los cuidados de la infancia.

Público objetivo

Se establecen como **público objetivo** para la campaña de comunicación institucional a personas de la franja de edad a partir de 16 años a los 65 años. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en **204.128 personas** de las que 102.561 son hombres y 101.563 son mujeres. Se incluiría no solo personas de edad intermedia 30-65, sino también adolescentes y jóvenes, 16-30 años, dada la importancia de una visión positiva de las personas mayores entre los propios jóvenes. Con esta campaña queremos llegar a dos grupos de población. A los más jóvenes, a los que queremos que descubran el valor y potencial del colectivo de personas mayores y al propio colectivo al que también queremos empoderar para que sean conscientes de su labor en la sociedad.

* Datos del INE a 1.1.2021

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 028
- Denominación de campaña: Sensibilización frente al edadismo.
- Órgano de la Administración: Consejería de Servicios Sociales y Gobernanza Pública
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Tercero.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 34 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 23 al 30 de septiembre de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 20.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 19.818,19€.
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/sensibilizacion-frente-edadismo-discriminacion-edad>

CP 21 030 Vacunación gripe 21-22

Descripción

Campaña publicitaria para incentivar la vacunación frente a la gripe

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

Reforzar la captación y vacunación de:

- Personas incluidas en el grupo de edad mayor o igual de 65 años, alcanzando o superando coberturas de vacunación del 75%.
- El personal sanitario y sociosanitario, alcanzando o superando coberturas de vacunación del 75%.
- Embarazadas. Superando coberturas de vacunación del 60%.
- Personas con condiciones de riesgo. Superando coberturas de vacunación del 60%.

Público objetivo

Deberá ir dirigida fundamentalmente a proteger a las personas que tienen un mayor riesgo de presentar complicaciones en caso de padecer la gripe y a las que pueden transmitir la enfermedad a otras que tienen un alto riesgo de complicaciones.

Además, se recomienda vacunar a las personas que, por su ocupación, proporcionan servicios esenciales en la comunidad y a personas con exposición laboral a virus aviares o porcinos.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 35 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Para esta campaña, dada la incertidumbre en torno al comportamiento que pueda presentar el nuevo coronavirus SARS-CoV-2, se realiza un énfasis especial en aumentar las coberturas de vacunación frente a la gripe especialmente en el personal sanitario y sociosanitario, personas mayores, preferentemente a partir de los 65 años y personas de cualquier edad con condiciones de riesgo. El objetivo es proteger a las personas más vulnerables a la gripe, disminuyendo lo máximo posible la incidencia de gripe en estos grupos diana y contribuyendo a reducir el impacto sobre la presión asistencial.

Grupos de población diana de vacunación antigripal

- Personas mayores, preferentemente a partir de los 65 años de edad. Se hará especial énfasis en aquellas personas que conviven en instituciones cerradas. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 67.321 personas de las que 29.926 son hombres y 37.395 son mujeres. * Datos del INE a 1.1.2021
- Personas con menos de 65 años de edad que presentan un alto riesgo de complicaciones derivadas de la gripe.
- Personas que pueden transmitir la gripe a aquellas que tienen un alto riesgo de presentar complicaciones.
- Otros grupos en los que se recomienda la vacunación:
 - a. Personas que trabajan en servicios públicos esenciales, con especial énfasis en los siguientes subgrupos:
 - i. Fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado, con dependencia nacional, autonómica o local.
 - ii. Bomberos.
 - iii. Servicios de protección civil.
 - b. Personas que trabajan en los servicios de emergencias sanitarias.
 - c. Personal de instituciones penitenciarias y de otros centros de internamiento por resolución judicial (incluyendo centros de acogida de inmigrantes).
 - d. 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 21 030
- Denominación de campaña: Vacunación Gripe 21-22.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 2 al 14 de noviembre de 2021.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 36 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Estimación previa de inversión publicitaria: 25.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 24.772,72 €.
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/vacunacion-gripe-21-22>

CP 21 032 Festival Actual

Descripción

Campaña dirigida a la promoción del Festival Actual y de todos sus eventos de música, cine, teatro y artes.

La campaña de comunicación cuenta con el siguiente objetivo de comunicación:

Difundir el desarrollo de un festival renovado y con muchas sorpresas y novedades, y llamar a la ciudadanía a participar en él, a través de alguna o varias de las muchas actividades que va a traer consigo.

Público objetivo

El festival mantiene sus públicos habituales y recupera la llamada a los públicos de regiones limítrofes:

Personas residentes en La Rioja de 25-30 a 55-60 años de edad con carácter general, e interesadas en la cultura y los espectáculos en vivo. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 155.652 personas, de las que 78.241 son hombres y 77.410 son mujeres.

- Público interesado en estilos modernos de música: indie, rock, pop, trap, soul, rap...
- Acciones puntuales (espectáculos determinados): personas residentes en La Rioja mayores de 60 años. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 89.074 personas, de las que 40.809 son hombres y 48.265 son mujeres.
- Acciones puntuales (espectáculos determinados): adolescentes residentes en La Rioja de 18 a 25 años de edad. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 24.229 personas, de las que 12.349 son hombres y 11.877 son mujeres.
- Acciones puntuales (espectáculos determinados): Público familiar con hijos pequeños con edades comprendidas entre los 2-3 y los 10-11 años. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 29.900 personas, de las que 15.468 son niños y 14.434 son niñas.
- Público foráneo: interesa difundir el festival entre público interesado en festivales y residente en regiones limítrofes, como Burgos, Navarra, País Vasco, Zaragoza o incluso Soria. Otra vía es la llamada a pasar unas navidades diferentes, de varios días en Logroño en el entorno de un festival.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 37 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



*Datos IER a 1.01.2021

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 032
- Denominación de campaña: Festival Actual.
- Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud.
- Tipología de campaña: cultura.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 16 de diciembre al 8 de enero de 2022.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 50.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 48.181,81 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

Más información y documentación

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

CP 21 033 Eliminación de la violencia contra la mujer

Descripción

Campaña publicitaria para la sensibilización contra la violencia de género

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

El objetivo general que se pretende alcanzar con esta campaña es involucrar a toda la sociedad en la prevención y erradicación de la violencia de género para alcanzar una sociedad más democrática, más justa y más solidaria, tal y como establecen, respectivamente, la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres y la Ley Orgánica 1/2004, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.

Se pretende que la sociedad reaccione ante la violencia de género, la sienta como cercana (puede sucederle a mi hermana, mi madre, mi amiga, mi compañera), la rechace y adopte como sociedad una postura de empatía con las víctimas, sin prejuzgarlas, apoyándolas para salir de la violencia a través de los recursos disponibles en la propia sociedad. Otros objetivos que se quieren conseguir son:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 38 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Facilitar a la población general la identificación de comportamientos machistas, bien en la pareja o fuera de ella, de acuerdo a los conceptos establecidos en la LO 1/2004 y el Convenio de Estambul, y proponer modelos alternativos de comportamientos afectivos y sexuales, basados en la comprensión y vivencia de conceptos y valores de igualdad de género, de modo que puedan vivir dichos valores de igualdad tanto en sus relaciones de pareja como en otros ámbitos de la vida como el laboral, el escolar, el de amistades, la familia, los espacios personales, u otros ámbitos como el de acceso y uso de las tecnologías, donde las mujeres pueden ser víctimas de acoso sexual, de abuso sexual, amenazas, coacciones, vejaciones, mutilaciones genitales, matrimonio forzado, ciberacoso u otras expresiones de violencia de género.
- Fomentar un cambio de actitudes, que lleve a la implicación de toda la sociedad en la prevención y erradicación de la violencia, manifestado en el apoyo y acompañamiento a las víctimas tanto a nivel de población general como institucional.
- Impulsar la vivencia personal e interpersonal de valores de igualdad en todos los ámbitos, de pareja y fuera de ella, tras el conocimiento generado por la acción sensibilizadora/informativa.

Público objetivo

La campaña va dirigida a la población en general, a toda la sociedad. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 316.197 personas, de las que 155.766 son hombres y 160.431 son mujeres.

* Datos del INE a 1.1.2020

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 033
- 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.
- Duración: Del 23 al 30 de noviembre de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 57.997,56 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 55.308,59€.
- Tipo de contratación pública: procedimiento negociado sin publicidad.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/eliminacion-violencia-mujer>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 39 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



CP 21 034 Derechos Humanos

Descripción

Campaña de concienciación y conmemoración del Día Internacional de los Derechos Humanos.

El principal objetivo de la campaña es:

- Que la población sea consciente de esta lacra y sea capaz de condenar estas graves vulneraciones de los derechos humanos, los delitos de odio. Así como apelar a los valores.

El lema de la campaña debe conectar directamente con la grave vulneración que se está causando contra la ciudadanía cuando se producen este tipo de agresiones ya sean físicas o verbales contra las mujeres, las personas de diferentes razas y etnias, y el colectivo LGTB.

Público objetivo

Se establecen como público primario para la campaña de comunicación institucional “Derechos Humanos”, 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 316.197 personas, de las que 155.766 son hombres y 160.431 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 desde los 14 años en adelante.
- 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 21 034
- Denominación de campaña: Derechos Humanos.
- Órgano de la Administración: Consejería de Igualdad, Participación y Agenda 2030.
- Tipología de campaña: Social
- Cuatrimestre: cuarto
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 30 de noviembre al 10 de diciembre de 2021

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 40 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
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: 29.454,54 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado abreviado

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/derechos-humanos>

CP 21 036 Vacunación frente al Covid

Descripción

Campaña para incentivar la vacunación frente a la Covid-19.

La campaña de publicidad cuenta con los siguientes objetivos generales de comunicación, de acuerdo con la ficha básica de campaña:

- El principal objetivo es incentivar a la población a vacunarse:
 - incidiendo en la seguridad de la vacuna
 - las garantías para su distribución
 - la explicación del proceso vacunal (fases, grupos diana...)
- Convencer a los riojanos que tengan dudas o cierta apatía para que acudan a recibir su dosis correspondiente para protegerse a sí mismos frente al virus.
- Conseguir que el 70% de la población se vacune para alcanzar la inmunidad de grupo.

Público objetivo

Se establecen como público objetivo para la campaña de comunicación institucional a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público objetivo en 15.926 personas, de las que 155.656 son hombres y 160.270 son mujeres.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 036.
- Denominación de campaña: Vacunación Covid-19.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud y Portavocía del Gobierno.
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Desde el 8 al 18 de julio de 2021.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 41 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Estimación previa de inversión publicitaria: 35.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 35.000 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abierto simplificado abreviado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/vacunacion-covid>

CP 21 037 Protocolo Covid-19

Descripción

Campaña para informar e incentivar el cumplimiento de las medidas de prevención sanitaria frente a la Covid-19.

El objetivo de la campaña es la difusión de la activación de los niveles y las medidas de prevención y protección colectiva, previsto en el PMI, en un escenario de cambios en la situación epidemiológica y la presión asistencial.

Público objetivo

Población general de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 037.
- Denominación de campaña: Protocolo Covid-19.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud y Portavocía del Gobierno.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: primero.
- Estado: Campaña en ejecución.
- Duración: Desde la formalización del contrato durante dos meses.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Contrato menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/protocolo-covid-19>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 42 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



CP 21 038 Comercio y Artesanía de La Rioja

Descripción

Campaña publicitaria de dinamización del sector comercial y/o las actividades de artesanía promovidas por el Gobierno de La Rioja.

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

- Estimular la actividad del comercio minorista, poniendo especial atención en aquellos que comercializan productos riojanos artesanos y de kilómetro cero.
- Poner el foco en el consumidor, como pieza clave para reactivar la economía local. Reconocerle como el eslabón necesario para el impulso de los productos artesanos y del comercio minorista que apuesta por estos productos locales.
- Asociar esta actividad de compra en comercio local y de productos artesanos a la sostenibilidad y economía circular. Implicar a la sociedad, hacerles sentir parte importante de la recuperación económica. Con pequeñas acciones locales podemos contribuir a un gran cambio global.

Público objetivo

Se establecen como público objetivo para la campaña de comunicación institucional a la sociedad riojana en general, formada por el conjunto de ciudadanos y ciudadanas residentes en La Rioja. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 316.197 personas, de las que 155.766 son hombres y 160.431 son mujeres.

Al definirse un grupo primario con tanta amplitud, se concluye en la necesidad de establecer un público objetivo secundario y segmentar un tramo más concreto de edad de 20 a 75 años. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 223.402 personas, de las que 111.611 son hombres y 111.788 son mujeres. Dicho intervalo engloba perfiles más específicos para la campaña ya que incluye al público que habitualmente se encarga de las compras diarias y que cuenta con mayor poder adquisitivo. Esta franja comprende a jóvenes independizados o residentes en el hogar familiar, unidades familiares y mayores de 65 años

* Datos del INE a 1.1.2020

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 038
- Denominación de campaña: Comercio y Artesanía de La Rioja.
- Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Autonómico.
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Tercero.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 43 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 13 al 19 de septiembre de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 17.312,60€.
- Tipo de contratación pública: contrato menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/comercio-artesania-rioja>

CP 21 039 Prevención de riesgos laborales

Descripción

Campaña publicitaria de concienciación sobre prevención de riesgos laborales.

La campaña de comunicación sitúa los siguientes objetivos de comunicación:

- Visibilizar la importancia de la seguridad y salud en el trabajo.
- Sensibilizar a toda la sociedad riojana sobre las consecuencias negativas de la NO Prevención de Riesgos laborales.

Público objetivo

Se establecen como público objetivo 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 316.197 personas (a fecha 1 de enero de 2021), de las que 155.766 son hombres y 160.430 son mujeres.

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 039
- Denominación de campaña: Prevención de riesgos laborales.
- Órgano de la Administración: Consejería de Desarrollo Autonómico.
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 30 de agosto al 12 de septiembre de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 40.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 39.272,73€.
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 44 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/prevencion-riesgos-laborales>

CP 21 041 Plan de Transformación

Descripción

El Plan de Transformación de La Rioja es la respuesta del Gobierno de La Rioja ante las oportunidades vinculadas al fondo Next Generation EU, articulado por la Comisión Europea como reacción al impacto de la pandemia, y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia España Puede, diseñado por el Gobierno de España como hoja de ruta para promover el desarrollo económico y social.

Esta campaña de elaboración de contenidos 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.
- Explicar a los ciudadanos y al sector empresarial en qué consiste el Plan de Transformación y sus cuatro grandes proyectos estratégicos, para que los conozcan y contribuyan a su desarrollo, que también va a necesitar de su implicación.
- Comunicar el proceso que ha hecho posible el desarrollo del Plan de Transformación.
- 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.
- Transmitir que el Plan de Transformación es un plan con una dimensión y un impacto excepcional y que responde a una oportunidad extraordinaria en el marco de los fondos Next Generation EU.
- Trasladar que se trata de proyectos complejos, integrados por cientos de acciones y que requieren de un proceso de planificación y ejecución que se va a ir desarrollando en los próximos meses y años.
- Aclarar que son proyectos impulsados desde el Gobierno de La Rioja, pero que implican a multitud de agentes, nacionales y autonómicos, y que competen al conjunto de la ciudadanía.
- Abordar las implicaciones que los proyectos tienen en ámbitos muy cercanos y esenciales para ciudadanos y empresas, como la cohesión social y territorial, el reto demográfico, la generación de oportunidades y la sostenibilidad.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 45 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Público objetivo

Se establece como público primario para la campaña de comunicación institucional Plan de Transformación de La Rioja 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 316.197 personas, de las que 155.766 son hombres y 160.431 son mujeres.

* Datos del IER a 1.1.2021

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 041
- Denominación de campaña: Plan de transformación.
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada
- Duración: Del 20 al 31 de diciembre de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 40.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 39.272,73€.
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/plan-transformacion>

CP 21 042 Ciudad del envase y el embalaje

Descripción

Campaña informativa de contenidos para la difusión del proyecto estratégico Ciudad del Envase y Embalaje que tiene como objetivo situar a La Rioja y España al frente de la necesaria transformación de un sector clave para la economía.

Esta campaña de elaboración de contenidos busca los siguientes objetivos:

- Difundir los objetivos y los resultados esperados del proyecto Ciudad del Envase y el Embalaje.
- Transmitir a la ciudadanía la relevancia, la madurez y el liderazgo del sector del envase riojano.
- Comunicar la relevancia de La Rioja como referente en el sector del envase y el packaging.
- Mostrar la diversidad de subsectores que incluye: madera y corcho, metal, cartón y papel, plásticos, fabricación de etiquetas...

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 46 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Dar cuenta de la dimensión del sector del envase y el embalaje, cuya cadena de valor incluye clientes de sectores estratégicos de La Rioja, como el agroalimentario (conservas, cárnica y vinos), calzado, componentes de automoción, madera y mueble o el sector farmacéutico.
- Profundizar en los retos que afronta el sector, en ámbitos como: packaging conectado, economía circular y reciclabilidad, nuevos diseños con nuevas funciones (como envases comestibles o multisensoriales), materiales alternativos y plásticos sostenibles, industria 4.0 (robótica, inteligencia artificial, big data) y packaging innovador y envases personalizados...

Público objetivo

Se establecen como público primario para la campaña de comunicación institucional Ciudad del Envase y el Embalaje, 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 316.197 personas, de las que 155.766 son hombres y 160.431 son mujeres.

Como público objetivo secundario nos dirigimos al tejido empresarial riojano y más concretamente al sector del envase y su cadena de valor.

* Datos del INE a 1.1.2020

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 042
- Denominación de campaña: Ciudad del envase y embalaje.
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 18 al 31 de octubre de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.137,00 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 18.120,51€.
- Tipo de contratación pública: contrato menor.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/ciudad-envase-embalaje>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 47 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



CP 21 043 Enorregión

Descripción

Campaña informativa para la difusión y promoción del proyecto estratégico Enorregión cuyo objetivo es impulsar una transformación digital y sostenible del sector vitivinícola en La Rioja, y de todas las actividades que conforman su cadena de valor, cultura, patrimonio y enoturismo. La Rioja recibe cada año tantos enoturistas como habitantes tiene y la actividad vitivinícola conforma una parte esencial de la identidad de la región.

Esta campaña de elaboración de contenidos busca los siguientes objetivos:

- Difundir los **objetivos** y los **resultados** esperados del proyecto **Enorregión**.
- Comunicar la **amplitud y diversidad del sector del vino**, desde la viña hasta la comercialización, incluido el canal Horeca, ya que todo el sector debe implicarse en el proceso de transformación que impulsa Enorregión.
- Transmitir a las empresas del sector del vino y su cadena de valor que su **proactividad** y su **implicación** son esenciales para desplegar el proyecto.
- Dar a conocer las **posibilidades de financiación** disponibles, tanto con fondos europeos como con otros fondos, para que empresas, entidades locales u otras organizaciones realicen inversiones en los ámbitos en los que se centra el proyecto: digitalización y sostenibilidad aplicados a la industria, el turismo y la generación de conocimiento.
- Dar a conocer la **red de agentes de Enorregión** planteada por el Gobierno de La Rioja en el marco del proyecto.
- Relatar los **avances** que está registrando el proyecto en sus distintos ejes de trabajo.
- Mostrar el **liderazgo** de La Rioja en **vitivinicultura** a través de ejemplos innovadores en este ámbito, con el fin de movilizar a bodegas, empresas o entidades e impulsar la industrialización, la tecnificación y la digitalización del sector.
- Mostrar las posibilidades que ofrece el turismo sostenible y digitalizado, a través de ejemplos y experiencias innovadoras en este ámbito, con el fin de movilizar a bodegas, empresas o entidades e impulsar la transformación verde y digital del enoturismo en La Rioja.
- Contribuir a posicionar a La Rioja como referente para el resto de regiones vitivinícolas en el mundo en investigación, innovación, creación de tendencias, formación diferenciada y destino turístico obligado a nivel mundial.

Público objetivo

Se establecen como público primario para la campaña de comunicación institucional Enorregión, 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 316.197 personas, de las que 155.766 son hombres y 160.431 son mujeres.

También al conjunto del tejido empresarial riojano y más concretamente el sector vitivinícola y su cadena de valor.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 48 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



* Datos del INE a 1.1.2020

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 043
- Denominación de campaña: Enorregión.
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña en ejecución.
- Duración: Del 19 de noviembre al 8 de diciembre de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 40.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 38.181,82€.
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/enorregion>

CP 21 044 Territorio digital de servicios

Descripción

Campaña publicitaria para potenciar el proyecto de Territorio Digital de los servicios, con el objetivo de convertir a La Rioja en un laboratorio de servicios universal y experimental.

Esta campaña de elaboración de contenidos busca los siguientes objetivos:

Como objetivo principal dar a conocer el proyecto Territorio Digital de Servicios a la ciudadanía, para que comprenda sus distintas líneas de actuación y sus objetivos.

Otros objetivos que también se quieren conseguir son:

- Difundir los objetivos y los resultados esperados del proyecto Territorio Digital de Servicios.
- Contribuir a la difusión de los proyectos concretos que se estén desarrollando en el marco del proyecto.
- Difundir el despliegue de conectividad a Internet de alta velocidad que se está llevando a cabo en La Rioja y los nuevos sistemas que pueden utilizarse para llegar a áreas remotas.
- Explicar qué posibilidades ofrece la digitalización y las nuevas tecnologías en los cuatro pilares del bienestar:

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 49 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Administración electrónica
 - Educación
 - Salud
 - Servicios sociales
- Mostrar qué ventajas tiene y qué va a permitir un sistema de movilidad regional inteligente y sostenible.
 - Ejemplificar qué servicios se pueden prestar mediante un proyecto de cuidados personalizados coordinado y en red.
 - Incidir en la dimensión de lucha contra la despoblación y reto demográfico del proyecto Territorio Digital de Servicios.
 - Destacar la importancia de la formación en habilidades digitales y las oportunidades que ofrece para personas de cualquier edad y perfil puedan acceder a todos los servicios o para que pongan en marcha negocios digitales.
 - Explicar cómo la generación y recopilación de datos procedentes de cualquier ámbito de la Administración puede contribuir a la toma adecuada de decisiones en infraestructuras y áreas como: control de agua, gestión de residuos, redes viarias, tráfico, agricultura y clima, energía, alumbrado, biodiversidad...

Público objetivo

Se establecen como público primario para la campaña de comunicación institucional "Territorio Digital de Servicios, 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 316.197 personas, de las que 155.766 son hombres y 160.431 son mujeres.

Son también especialmente relevantes como público objetivo para esta campaña los habitantes de poblaciones rurales de La Rioja.

* Datos del IER a 1.1.2021

Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 044
- Denominación de campaña: Territorio digital de servicios.
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada
- Duración: Del 13 al 29 de diciembre de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 40.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 38.545,36€.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 50 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
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

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/territorio-digital-servicios>

CP 21 045 Deporte, salud y seguridad

Descripción

Campaña extraordinaria de publicidad incluida como Adenda en el Plan Anual de Publicidad 2021 mediante Resolución nº 1030 del Consejero de Hacienda y Administración Pública de fecha 14 de julio de 2021 por la que se aprueba la campaña CP 21 045 " Deporte, Salud y Seguridad" propuesta por la Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud, La campaña de comunicación sitúa los siguientes objetivos de comunicación:

- Asociar tres conceptos que son clave: deporte, seguridad y salud.
- Trasladar a la ciudadanía que el deporte en espacios cerrados (gimnasios, centros deportivos, academias...) vuelve a ser seguro, y que estos recintos están preparados para garantizar esa seguridad sanitaria de todos los usuarios. Se trata de quitar el 'miedo' generado por los meses de pandemia a los espacios cerrados, al menos los de carácter deportivo.
- Como objetivo implícito e innegable se encuentra el de seguir fomentando la práctica del deporte como hábito saludable y para mejorar la calidad de vida.

Público objetivo

Se establece como público objetivo para la campaña de comunicación institucional al público riojano de edades comprendidas entre los 30 y los 50 años, de todo tipo y condición. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 93.749 personas, de las que 47.226 son hombres y 46.524 son mujeres.

De forma específica, la campaña se dirige a un público interesado en los hábitos de vida saludables y en el deporte como hábito.

Hay un segmento de público secundario que también es interesante, y es el de a partir de 50 años de edad y hasta los 65 años: muchos de ellos están en la línea de practicar deporte con más o menos intensidad, para mantenerse en forma, y a la vez han sido un colectivo afectado por la pandemia. Es interesante concienciarles de que pueden volver a los recintos cerrados, que son seguros. El instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo en 67.510 personas, de las que 33.588 son hombres y 33.922 son mujeres.

* Datos del INE 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. 51 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Datos descriptivos de campaña

- Código de campaña: CP 21 045
- Denominación de campaña: Deporte, Salud y Seguridad.
- Órgano de la Administración: Consejería de Educación, Cultura, Deporte y Juventud
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 20 de septiembre al 3 de octubre de 2021.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 25.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 24.772,73€.
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/campanas-publicidad/campanas-2021/deporte-salud-seguridad>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 52 / 80
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 53 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



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 2021

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 2021 cuyo gasto se imputa a la aplicación presupuestaria 12.12.1812.22610 del presupuesto 2021.

Los patrocinios ejecutados durante el 2021 son los siguientes:

PI 21 001 Día de los Periodistas con Àngels Barceló

Descripción

Emisión del programa nacional “Hoy por hoy” con Àngels Barceló, desde Logroño, con motivo de la celebración del día de los Periodistas. Lo que no se comunica, no existe. Esta premisa fundamental cobra mayor relevancia en tiempos de pandemia, en donde la información es vital y el papel de los periodistas, como nexo con la sociedad, resulta imprescindible. En España, hablar de periodismo y de credibilidad es hablar de radio, pues según un estudio de Havas Media Group España, “la radio lidera el ranking de credibilidad y confianza en cuanto a la información”.

Es evidente que, en este 2021 más que nunca, resulta necesario celebrar el Patrón de los Periodistas para poder reconocer y valorar la labor esencial que realizan los profesionales de la comunicación. Por este motivo, para La Rioja supone una gran oportunidad conseguir que Àngels Barceló desarrolle, junto a todo el equipo de “Hoy por Hoy”, desde

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRONICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 54 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



La Rioja y para toda España, el programa número uno de la radio española (2.980.000 oyentes diarios). De esta forma, la Cadena SER celebrará, desde La Rioja, el día de los periodistas en toda España.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 001
- Denominación de patrocinio: Hoy por hoy con Àngels Barceló desde Logroño
- 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: 128.682,29 euros (IVA Incluido).

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/dia-periodistas-angels-barcelo>

PI 21 002 Guía de la Comunicación 2021

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. 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, 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 55 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 002
- Denominación de patrocinio: Guía de la Comunicación 2021. 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: 83.088,28 euros (IVA Incluido).

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/guia-comunicacion-2021>

PI 21 003 La Rioja próxima

Descripción

Patrocinio planteado por Contamos La Rioja S.L como un espacio en la web nuevecuatrouno.com durante los meses de enero y febrero, denominado La Rioja próxima, desde donde se accede a artículos y entrevistas relacionadas con el proyecto LA RIOJA PRÓXIMA del Gobierno de La Rioja.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 003
- Denominación de patrocinio: La Rioja próxima
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta.
- Cuatrimestre: Primero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 6.534 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 7.744 euros (IVA Incluido).

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/rioja-proxima>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 56 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



PI 21 004 Mujeres que cuentan

Descripción

Ciclo de una semana para conmemorar el Día Internacional de la mujer. Durante esta serie, Mujeres Riojanas que cuentan reunirá a periodistas, escritoras y mujeres del ámbito de la cultura, para que compartan sus relatos sobre mujeres referentes de nuestra región a través de cuentos, poemas, narraciones,... Son historias que van a ir inundando el programa Hoy por Hoy local durante una semana.

Además, este proyecto va más allá de su emisión, transformándose en Podcasts, publicados en web y redes sociales para que puedan gozar de una escucha más reposada.

El objetivo que se persigue es el de conmemorar el Día Internacional de la Mujer, dando una especial difusión a las mujeres riojanas a través de sus historias y de sus propias narradoras, para que estas mujeres sirvan a su vez de referencia para otras muchas, que día a día luchan por la igualdad.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 004
- Denominación de patrocinio: Mujeres Riojanas que cuentan
- 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: 23.518 euros (IVA Incluido).

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/mujeres-riojanas-cuentan>

PI 21 006 Apoyo al comercio riojano

Descripción

La emisión por Onda Cero de cuatro espacios de 12-15 minutos de duración dentro del programa regional "La Brújula de La Rioja Economía", que se emite todos los martes, de 19.15 a 20.00 horas a través de su circuito regional de emisoras (a través de las sintonías de Onda Cero en La Rioja, 89.1 FM, y Onda Cero La Rioja Baja, 88.8 FM). Estos espacios, patrocinados por el Gobierno de La Rioja y dedicados a apoyar al comercio regional, se emitirán durante el mes de marzo

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 57 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



de 2021 y en ellos se podrá hablar de ayudas al sector, comercios que salen de la crisis, comercios con iniciativas punteras, etc.

La propuesta incluye la emisión en Onda Cero de 100 promociones, en rotación, sobre el apoyo al comercio riojano donde se mencionará al Gobierno de La Rioja. Dichas promociones se emitirán los días previos a la emisión de los espacios dedicados al comercio, en "La Brújula de La Rioja Economía".

El objetivo del patrocinio es dar visibilidad al sector comercial riojano y apoyar a los comerciantes riojanos muy afectados por la pandemia.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 006
- Denominación de patrocinio: Apoyo al comercio riojano
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Primero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 8.470 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 26.354 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/apoyo-comercio-riojano>

PI 21 008 Un lugar para vivir

Descripción

El Día de La Rioja publica el día 26 de marzo un suplemento en el periódico donde enfocándose en los entornos rurales como lugar para vivir, ya que tras el confinamiento de marzo miles de familias se están planteando cambiar de lugar de residencia y optar por zonas rurales. Con este suplemento especial se quiere mostrar a los lectores los beneficios de vivir en el ámbito rural y explicar qué proyectos tienen en marcha los municipios para su mejora y desarrollo. En este proyecto participan 40 municipios de la región.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 58 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Los objetivos que se pretenden son:

Ofrecer la oportunidad a los municipios de la región de que cuenten cuáles son las ventajas de vivir en ellos, dar voz a los pueblos y contribuir en la construcción de una región más vertebrada.

Contribuir a abordar el reto demográfico y promocionar el ámbito rural para fomentar el asentamiento de la población y la cohesión social.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 008
- Denominación de patrocinio: Un lugar para vivir
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Primero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 6.050 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 11.507 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/lugar-vivir>

PI 21 010 Semana Santa

Descripción

El patrocinio se presenta como colaboración entre la Hermandad de cofradías de la ciudad de Logroño y el Gobierno de la Rioja para la difusión de la Semana Santa en Logroño.

El objetivo del mismo es el de Promocionar la Semana Santa en Logroño, La Rioja y el resto de España.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 59 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 010
- Denominación de patrocinio: Semana Santa
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Primero
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 4.000 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 14.875 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/cofradias-semana-santa>

PI 21 011 En Claro (2ª edición primavera)

Descripción

Jornadas sobre lenguaje claro que tendrán lugar del 12 al 16 de abril de 2021 en modalidad virtual. Cinco charlas de una hora de la mano de expertos en lenguaje claro. En la segunda edición se hablará del lenguaje claro en los campos de la medicina y la salud pública, la infancia, los consumidores, la Policía y la visualización de datos.

Los objetivos que se persiguen son los siguientes:

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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 60 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 011
- Denominación de patrocinio: En Claro (2ª edición primavera)
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Primero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 3.630 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 37.752 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/claro-2-edicion-primavera>

PI 21 012 Semana de Europa en La Rioja

Descripción

Iniciativa de Radio Rioja S.A que se concentra en una semana previa al 9 de mayo, día de Europa, en la que se proponen videoconferencias e información para concienciar a los oyentes de la importancia de Europa en La Rioja.

Durante esta serie se propone una semana previa de información, valoración y análisis en el que intervendrán protagonistas de gran prestigio regional, nacional e internacional.

El objetivo que se persigue es conmemorar el día de Europa a través de videoconferencias, actos y análisis, en la labor que desde Bruselas se hace por el bien de España y de las Comunidades Autónomas, en especial de La Rioja.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 012
- 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: 8.470 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 22.577 euros (IVA Incluido).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 61 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/semana-europa-rioja>

PI 21 013 En Claro (3ª edición otoño)

Descripción

Jornadas sobre lenguaje claro celebradas a finales de septiembre en edición mixta: presencial con un canal de streaming. Cinco charlas de una hora de la mano de expertos en lenguaje claro. Los objetivos que se persiguen son los siguientes:

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.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 013
- Denominación de patrocinio: En Claro (3ª edición otoño)
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 3.630 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 40.414 euros (IVA Incluido).

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/claro-3-edicion-otono>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 62 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



PI 21 014 Lovisual

Descripción

El patrocinio se plantea como una evolución de su formato, dónde lo vegetal será el elemento que unificará todo el evento. Se quiere ampliar la influencia del mismo, que irá más allá de la capital de La Rioja, llegando a diferentes espacios singulares y paisajísticos de nuestra comunidad.

Con el creador invitado, Carlos Jiménez Cenamor, Lovisual propone un recorrido a través de la flora y la diversidad vegetal de la ciudad, su entorno y la región.

Tras su visita, estudio y análisis, realizará una re-interpretación plástica de las especies recogidas, proponiendo nuevas piezas e ilustraciones que se presentan en los escaparates de los establecimientos, configurando un relato vegetal continuo, que se expande a través de banderas, mupis y diferentes elementos que suman a toda la comunidad. De esta forma, Lovisual se suma desde su experiencia desde 2016 para conectar con el paisaje urbano, lo natural de la región.

El objetivo que persigue el patrocinio es el siguiente:

Recuperar el sentido de comunidad en las calles a través de una instalación festiva que fomente los valores de convivencia, igualdad, ciudadanía y cultura.

La propuesta de Carlos suma nuevas lecturas de nuestro entorno, dando especial relevancia a la naturaleza al combinar los espacios identificados, tradiciones y esa cultura inmaterial de La Rioja. Se resalta así el valor de la diversidad y la belleza de nuestro paisaje.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 014
- Denominación de patrocinio: Lovisual
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 7.260 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 79.074 euros (IVA Incluido)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 63 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/lovisual-2021>

PI 21 015 Cultum

Descripción

Cultum, suplemento agroalimentario, es un canal riguroso que informa de la actualidad del sector agroalimentario pero dirigido al público generalista. El carácter divulgativo de este Suplemento Agroalimentario le convierte en un medio adecuado para la difusión de la rica variedad agroalimentaria de La Rioja.

El objeto que se persigue con este patrocinio es la información sobre los ámbitos agrícola y ganadero que pretende abordar la actualidad de estos sectores, analizar las claves de futuro de uno de los motores básicos de la economía, sobre todo en la denominada como la "España Vacía", y ofrecer información de servicio como los precios de las diferentes lonjas.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 015
- Denominación de patrocinio: Cultum
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 17.219,51 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 86.394 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/cultum>

PI 21 016 Economía en La Rioja

Descripción

El Diario La Rioja en su edición impresa del día 14 de mayo, publica un especial dedicado a la economía regional y que será volcado íntegramente en la edición digital (larioja.com).

El objetivo de este suplemento es dar a conocer el estado económico de la región, así como el futuro y la evolución de la misma. Se tratará desde el punto de vista de la evolución del comercio y PYME de La Rioja.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 64 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 016
- Denominación de patrocinio: Economía en La Rioja
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 1.815 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 7.079 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/economia-rioja>

PI 21 018 Una pausa con pan y vino

Descripción

El patrocinio se plantea como una iniciativa que trae un recorrido imaginario por todos los puntos que recorren nuestra geografía desde Alfaro hasta Grañón. Se realizarán un total de 23 espacios especiales dedicados a la localidad en este año especial Jacobeo.

En cada microespacio, se resaltarán los lugares más emblemáticos, haciendo referencia a la historia del lugar, la gastronomía, su patrimonio histórico, alojamientos, guía de comercio y bodegas que se puedan visitar.

El objetivo que se pretende con este patrocinio es promocionar las localidades riojanas desde Alfaro hasta Grañón, así como su hostelería, comercio y turismo y actividades de cada municipio. Además, divulgar que La Rioja es tierra del Camino de Santiago

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 018
- Denominación de patrocinio: Una pausa con pan y vino
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 11.721,88 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 44.213 euros (IVA Incluido)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 65 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/pausa-pan-vino>

PI 21 019 La Rioja alimenta

Descripción

La propuesta formulada por CONTAMOS LA RIOJA S.L. se plantea como un proyecto en el que, en un espacio de la web (nuevecuatrouno.com), denominado ALIMENTA LA RIOJA, durante los meses de mayo a noviembre de 2021, se accede a artículos y entrevistas relacionadas con las marcas de calidad del Gobierno de La Rioja.

El objetivo de este patrocinio es la divulgación de los ALIMENTOS DE LA RIOJA y el fomento de su consumo entre la ciudadanía riojana.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 019
- Denominación de patrocinio: La Rioja alimenta
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 9.680 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 15.488 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/rioja-alimenta>

PI 21 020 Conoce tu camino

Descripción

La iniciativa persigue abordar y destacar el Camino de Santiago desde el punto de vista paisajístico, monumental, patrimonial, del folklore y sus gentes y potenciar los diferentes hitos de la ruta jacobea para visitantes regionales, nacionales e internacionales. A lo largo del camino, se mostrarán diferentes valores que jalonan el Camino, desde vestigios del siglo XI a catedrales, iglesias, monasterios, lugares pintorescos, con encanto, personas significativas y todo tipo de atractivos que hacen de la Comunidad Autónoma el mejor de los destinos posibles.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 66 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



El objetivo es revitalizar el Camino de Santiago a su paso por La Rioja, y dar a conocer la ruta Jacobea en toda su extensión en la Comunidad Autónoma, desde la entrada por Logroño hasta la salida en el municipio de Grañón.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 020
- Denominación de patrocinio: Conoce tu camino
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 14.980 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 84.866 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/conoce-camino>

PI 21 021 Diario de vendimia

Descripción

La propuesta formulada por CONTAMOS LA RIOJA S.L. planteaba el patrocinio como la realización de diferentes actividades y actos, entre los meses de septiembre y noviembre, sobre el mundo del vino y su día a día bajo el paraguas de Diario de vendimia 2021.

Los objetivos que se persiguen son los siguientes:

1. Con el comienzo de la vendimia aparecerá en la web www.nuevecuatrouno.com, el espacio DIARIO DE VENDIMIA donde se irán publicando los diferentes artículos que se realicen contando el día a día de la vendimia.
2. Revista DIARIO DE VENDIMIA 2021. Publicación impresa de alta calidad, al igual que las revistas de los años anteriores, se publican los diferentes artículos que se han ido realizando desde el comienzo de la vendimia.
3. Realización del II FORO NueveCuatroUno entorno al mundo del vino, una semana de mesas redondas y charlas con motivo de la presentación de la revista DIARIO DE VENDIMIA. Una de las mesas redondas será ENOREGIÓN.
4. Premios DIARIO DE VENDIMIA. Premios entorno al mundo del vino (por definir categorías). Entrega de premios en la semana del II FORO NueveCuatroUno. Patrocinio del Gobierno de La Rioja de los premios.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 67 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



5. Presentación de DIARIO DE VENDIMIA 2021 en la vinoteca LAVINIA de Madrid. Evento a realizar a finales de noviembre o principios de diciembre. Presentación de la revista, charla sobre ENOREGIÓN,

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 021
- Denominación de patrocinio: Diario de vendimia
- 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: 30.855 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/diario-vendimia>

PI 21 022 Construcción

Descripción

El 31 de mayo en el Día de La Rioja publican un suplemento especial dedicado a la Construcción con el que se pretende analizar la realidad de este sector en nuestra región. Sector que se ha visto afectado por la crisis sanitaria provocada por el coronavirus en forma de oportunidad, puesto que, son muchos los riojanos que se están planteando cambiar o reformar su vivienda.

Tiene como objetivo hacer una radiografía del amplio mundo de la construcción dando voz a los profesionales y también mostrando las políticas públicas puestas en marcha desde las instituciones para facilitar el acceso a la vivienda.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 68 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 022
- Denominación de patrocinio: Construcción
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 3.630 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 10.346 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/construccion>

PI 21 023 Imaginext

Descripción

Una jornada en la que se analizarán las principales líneas de innovación y digitalización en enoturismo, el potencial del big data y la inteligencia artificial orientada a la producción y sostenibilidad, y el interés y la gran importancia de la digitalización para la distribución, la venta y el negocio del vino.

Una iniciativa imprescindible para que las empresas del sector vinícola en La Rioja conozcan la importancia de la tecnología y la sostenibilidad, y pongan en marcha los beneficios de la incorporación de los avances tecnológicos a su gestión diaria con el objetivo de apoyar e impulsar el conseguir situar a La Rioja como una enorregión, recuperando y poniendo en valor el patrimonio vinícola de la región como generador de riqueza y valor social, no solo a nivel nacional sino a nivel mundial.

Estas jornadas tienen como objetivo promover la importancia de la 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 69 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 023
- 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: 59.879 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/imaginext>

PI 20 024 Premios Onda Cero

Descripción

Los Premios Onda Cero La Rioja celebran la décimo séptima edición de sus premios en Bodegas Francoespañolas. Los galardones reconocen la trayectoria profesional de personas de La Rioja o vinculada a ella que destaquen en las categorías empresarial, deportiva y cultural. El evento se celebra en el mes de junio.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 024
- Denominación de patrocinio: Premios Onda Cero
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 8.440 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 26.771 (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/premios-onda-cero>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 70 / 80
en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



PI 21 025 Día de La Rioja 2021

Descripción

La publicación el día 9 de junio de un Suplemento Especial de 8 páginas de información sobre la celebración del Día de La Rioja. Entre los contenidos informativos que se recogen se realizará un reportaje sobre la persona o entidad que en este 2021 reciba la Medalla de La Rioja, máxima distinción que concede el Gobierno de La Rioja. Además, se tratará de profundizar en el conocimiento de la sociedad riojana y en ese carácter que nos une reuniendo a ciudadanos y ciudadanos de diferentes generaciones.

Este patrocinio tiene como objetivo afianzar, consolidar y divulgar los signos de identidad que nos unen a todos quienes formamos parte de la sociedad riojana.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 025
- Denominación de patrocinio: Día de La Rioja 2021
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 10.225,50 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 15.730 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/dia-rioja-2021>

PI 21 026 World Blidness Summit

Descripción

Entre los días 25 y 30 de junio en Madrid, tuvo lugar la cumbre mundial de las personas ciegas y con discapacidad visual, el mayor evento en el mundo de la inclusión y la discapacidad, con varios miles de participantes y más de 190 países representados a través de la World Blind Union. La cumbre se celebró en un formato híbrido que combina la presencialidad y el formato on line.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 71 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



El objetivo del patrocinio es acercarse a la discapacidad y a la ceguera de otra forma; la discapacidad en la agenda y la agenda de las personas con discapacidad en el mundo. Sesiones sobre tecnología, sostenibilidad, turismo accesible, accesibilidad, alianzas, colaboraciones público privadas, tendencias globales, la agenda de la discapacidad para los próximos años, con especial incidencia en los más de 285 millones de personas ciegas de todo el mundo. Sería la cumbre con más participantes y mayor número de países presentes.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 026
- Denominación de patrocinio: World Blindness Summit. Once
- 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: 223.509 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/world-blindness-summit-once>

PI 21 027 Gira Presura 2021. El Hueco

Descripción

El patrocinio se plantea como una gira que ya en los veranos de 2019 y 2020, un viejo (aunque muy llamativo) autobús recorrió más de 11.000 kilómetros por la España Rural, transitando por cómodas autovías y carreteras nacionales, pero sobre todo por carreterillas estrechas y de curvas imposibles en las que casi no cabía su enorme corpachón metálico. El vehículo transmitió dos mensajes muy claros: En 2019 fue el de Orgullo Rural; en 2020, el de Lo Rural es la Vanguardia.

La Gira 2021 va a ser muy especial porque el Autobús de la Repoblación hará, en este Año Xacobeo, el Camino de Santiago para apoyar, con su presencia en múltiples localidades (Logroño, Nájera, Santo Domingo, Navarrete, Ventosa, Azofra, Cirueña y Gañón). Además, este verano, toda la gira del Autobús tendrá un enfoque de género, puesto que el lema elegido para la feria Presura de este 2021 es #RuralFemenino, para seguir visibilizando el absolutamente vital papel de las mujeres en la repoblación de la España en la que viven pocas personas.

El objetivo del patrocinio es dar visibilidad al problema de la despoblación en el mundo rural así como a las oportunidades que existen en el mundo rural.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 72 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 027
- Denominación de patrocinio: Gira Presura 2021. El Hueco
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Segundo
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 3.305 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 82.357 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/gira-presura-2021-hueco>

PI 21 028 Premios Mujer

Descripción

Las emisoras de Atresmedia Radio en La Rioja buscarán, a lo largo de 2021, 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 21 028
- Denominación de patrocinio: Premios Mujer
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 8.470 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 83.413 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/premios-mujer>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 73 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



PI 21 029 Premios Promecal La Rioja

Descripción

La propuesta formulada por Promecal consiste en la celebración el 1 de diciembre de la primera edición de los premios Promecal en La Rioja. La gala se celebrará en Riojaforum.

Los premios nacen con la vocación de dar a conocer y reconocer el trabajo que realizan las personas, empresas y organizaciones en cada una de sus áreas.

Las distinciones se conceden en las categorías: Mérito deportivo, Mérito empresarial, Mérito cultural, Mérito Humano y Pueblo ejemplar.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 029
- Denominación de patrocinio: Premios Promecal La Rioja
- 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: 53.772 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/premios-promecal-rioja-2021>

PI 21 030 Gala Premios Valores

Descripción

La propuesta formulada por Radio Popular S.A. COPE plantea el patrocinio como una gala de premios a asociaciones, colectivos y personas que con su trabajo hacen de La Rioja cada día, una comunidad mejor. Los premios que se entregan son los siguientes:

- Valores Humanos
- Valores de la comunicación
- Valores de la empresa
- Valores de la cultura

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 74 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Especial valores

El objetivo de la gala es dar un reconocimiento a todos aquellos que con su trabajo consiguen hacer una sociedad mejor.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 030
- Denominación de patrocinio: Gala Premios Valores
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 12.705 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 39.205 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/gala-premios-valores>

PI 21 031 XI edición de Futuro en español

Descripción

XI Edición de 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. 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 21 031

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 75 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Denominación de patrocinio: XI edición 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: 30.086 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/xi-edicion-futuro-espanol>

PI 21 032 Ecomobility

Descripción

La I edición de Ecomobility, el evento de la movilidad sostenible, de la protección del medio ambiente, que queremos hacer extensible a la biodiversidad, se trata de una jornada a pie de calle, en la que, durante todo el día, se hablará de temas ecológicos, de movilidad sostenible, de vehículos ecológicos, de transporte, de acciones emprendidas en contra de la contaminación, de la protección de la naturaleza y de la lucha contra el cambio climático.

Los objetivos que se persiguen con este patrocinio son:

Se trata de una jornada de concienciación sobre el cambio climático y las distintas alternativas ecológicas. Y todo ello, en el marco del Día Mundial de Protección de la Naturaleza o en el Día Internacional contra el cambio climático.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 032
- Denominación de patrocinio: Eco Mobility
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 2.117,5 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 11.537 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/ecomobility>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 76 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				



PI 21 033 Empresa 2021

Descripción

El 5 de noviembre El Día de La Rioja (Promotores de medios riojanos S.A) publica el suplemento especial Empresa 2021. En esta publicación se va a realizar un análisis detallado de los diferentes sectores que conforman la economía regional.

El objetivo que se pretende con este patrocinio es el de hacer una radiografía de la actividad económica dando voz a los profesionales y también mostrando las políticas públicas puestas en marcha desde las instituciones para facilitar la implantación de nuevas empresas y el fortalecimiento de las ya existentes.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 033
- Denominación de patrocinio: Empresa 2021
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 10.224,50 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 21.459 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/empresas-2021>

PI 21 034 I Jornadas de juventud

Descripción

La propuesta formulada por Radio Rioja S.A plantea abordar las mayores problemáticas y preocupaciones que afectan a los jóvenes en nuestra sociedad actual. Desde el análisis de la situación, apostar por la prevención, detección y la búsqueda de soluciones, todo ello de la mano de los propios jóvenes, de personas reconocidas (cuyo mensaje tiene más repercusión) y expertos en las diferentes materias: sociólogos, psicólogos, profesores, policías, entrenadores, monitores, padres/madres, jóvenes especialistas en redes sociales, etc.

Se tratan temas como botellón, redes sociales, trastornos alimenticios, drogas, homofobia, intolerancia, presión deportiva, fracaso escolar, violencia, agresividad, adicción a los videojuegos o pornografía, entre otros.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 77 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 21 034
- Denominación de patrocinio: I Jornadas de 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: 21.459 euros (IVA Incluido)

PI 21 035 Premios del Campo

Descripción

Premios del Campo es una iniciativa que se basa en la convocatoria, organización y desarrollo por Diario La Rioja, de la V Edición de los Premios del Campo.

Se establecen 7 categorías: -Premio Mujer emprendimiento: Este premio reconoce la labor de las mujeres y su aportación al medio rural, tanto en su versión de dinamizadoras de cualquier tipo de actividad relacionada con el campo, como por la defensa de las mujeres en ese medio. -Premio Juventud. Este premio reconoce la labor de los jóvenes y su aportación al medio rural a través de la actividad agraria o agroalimentaria que desarrollan y la labor de los colectivos que fomenten la renovación en el medio rural. -Premio Cooperativas y Empresa. Reconoce a aquellas empresas y cooperativas riojanas que trabajan día a día por fomentar que nuestra región sea una referencia agroalimentaria tanto en calidad como en variedad de productos. -Premio Agricultor profesional. Este premio reconoce la trayectoria personal o empresarial de los paisanos de nuestra tierra. El esfuerzo y sacrificio personal ligado a la mejora de su actividad desarrollada siempre en el medio rural. -Premio Mejor alimento. Reconoce por un lado el mejor producto elaborado con materias primas de la tierra de La Rioja y la evolución y presentación en el mercado de un producto concreto.

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 21 035
- 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)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PADES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 78 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



- Retorno de la inversión: 15.784 euros (IVA Incluido)

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/premios-campo-v-edicion>

PI 21 036 Fair Saturday

Descripción

Premios del Campo, V Edición, es una iniciativa que se basa en la convocatoria, organización y desarrollo por Diario La Rioja, de la V Edición de los Premios del Campo.

Se establecen 7 categorías: -Premio Mujer emprendimiento: Este premio reconoce la labor de las mujeres y su aportación al medio rural, tanto en su versión de dinamizadoras de cualquier tipo de actividad relacionada con el campo, como por la defensa de las mujeres en ese medio. -Premio Juventud. Este premio reconoce la labor de los jóvenes y su aportación al medio rural a través de la actividad agraria o agroalimentaria que desarrollan y la labor de los colectivos que fomenten la renovación en el medio rural. -Premio Cooperativas y Empresa. Reconoce a aquellas empresas y cooperativas riojanas que trabajan día a día por fomentar que nuestra región sea una referencia agroalimentaria tanto en calidad como en variedad de productos. -Premio Agricultor profesional. Este premio reconoce la trayectoria personal o empresarial de los paisanos de nuestra tierra. El esfuerzo y sacrificio personal ligado a la mejora de su actividad desarrollada siempre en el medio rural. -Premio Mejor alimento. Reconoce por un lado el mejor producto elaborado con materias primas de la tierra de La Rioja y la evolución y presentación en el mercado de un producto concreto.

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 21 036
- Denominación de patrocinio: Fair Saturday
- Órgano de la Administración: Oficina de la Presidenta
- Cuatrimestre: Tercero
- Estado: Patrocinio realizado
- Cuantía económica del patrocinio: 7.500 euros (sin IVA)
- Retorno de la inversión: 17.122 euros (IVA Incluido)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			Pág. 79 / 80
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			



**Gobierno
de La Rioja**

Oficina de la Presidenta

Dirección de
Publicidad Institucional

Más información y documentación

<https://www.larioja.org/publicidad/es/patrocinios/patrocinios-2021/fair-saturday>

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			Pág. 80 / 80
en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.			
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2022/013905	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2022/0107201
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			