

INFORME DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DE JULIO A DICIEMBRE DE 2023

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 durante el periodo comprendido entre julio y diciembre de 2023.

El Decreto 134/2023, de 28 de julio, sobre órganos de apoyo directo e institucional al Presidente, 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 51/2023, de 14 de julio, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno, 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, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno, las competencias para la ejecución administrativa de la política informativa, de comunicación y publicidad institucional, identidad de imagen institucional y corporativa en base a las directrices y en coordinación con la Oficina del Presidente y gestión administrativa en asistencia al Presidente y a los órganos de su oficina.

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

1. Anualmente se elaborará un Plan de Publicidad Institucional en el que se incluirán todas las campañas de publicidad institucional que se prevea desarrollar por los entes sujetos a esta norma.
2. En el Plan se especificarán, al menos, las indicaciones necesarias sobre:
 - a. El objetivo de cada campaña.
 - b. El coste previsible.
 - c. El periodo de ejecución.
 - d. Los canales de comunicación que se prevea utilizar.
 - e. Los públicos objetivos.
 - f. Los organismos y entidades afectadas, en su caso.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 1 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

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 2023 se compone de 30 campañas de publicidad convencional y 13 campañas en redes sociales de las que corresponden 35 a los órganos de la Administración General de la Comunidad Autónoma de La Rioja y 8 corresponden a los entes del sector público de La Rioja.

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

Los Objetivos generales del Plan Anual son los siguientes:

- 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.

En el periodo de julio a diciembre de 2023, al que se refiere el presente informe, se han ejecutado en total 8 campañas de publicidad del Plan de Publicidad Institucional 2023. De estas, 7 son campañas de publicidad convencional y 1 es una campaña realizada íntegramente en redes sociales.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

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 en el que se establece una relación completa de todas las campañas publicitarias realizadas en el periodo de julio a diciembre de 2023 incluidas en el Plan de Publicidad 2023. Por último, el cuarto apartado incluye todos y cada uno de los patrocinios institucionales realizados en el periodo referido.

2. Campañas de publicidad institucional

2.1. Introducción

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

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

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

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

2.2. Objetos de las campañas

La Ley de Comunicación y Publicidad Institucional establece qué finalidad deben tener las campañas publicitarias. Para ello, se recogen un conjunto de objetos u objetivos para las campañas publicitarias.

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

- El conocimiento de los valores y principios constitucionales y estatutarios.
- Los derechos y obligaciones de los ciudadanos o grupos de ciudadanos.
- Las disposiciones jurídicas que, por su novedad o repercusión social, aconsejen medidas complementarias para su conocimiento general.
- Los programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social.
- 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.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.

Pág. 3 / 29

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional		
2	Consejero		
3			

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 4 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2024/0075371
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

3. Campañas reguladas en el Plan de Publicidad

En este punto enumeramos las campañas publicitarias previstas en el Plan Anual de Publicidad Institucional 2023 y puestas en marcha por la Oficina del Presidente a través de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno, Consejería competente en esta materia de acuerdo al Decreto 51/2023, de 14 de julio, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno, 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 2023, 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 el periodo comprendido entre julio y diciembre de 2023.

A. Estas son las campañas que se han ejecutado al amparo del Plan Anual de Publicidad 2023:

Código	Denominación	Órgano proponente	Importe ¹	Cuatrimestre
CP 23 12	Producción Ecológica	Consejería de Agricultura, Ganadería, Medio Rural y Medio Ambiente	23.409,09 €	Tercero
CP 23 16	Campaña de vacunación	Consejería de Salud y Políticas Sociales	23.181,82 €	Tercero
CP 23 17	Riesgos Laborales	Consejería de Economía, Innovación, Empresa y Trabajo Autónomo	27.763,63 €	Tercero
CP 23 18	Transporte Público	Consejería de Política Local, Infraestructuras y Lucha contra la Despoblación	17.292,00 €	Tercero
CP 23 19	25 N	Consejería de Salud y Políticas Sociales	27.763,63 €	Tercero
CP 23 21	Mujer y Deporte	Consejería de Cultura, Turismo, Deporte y Juventud	46.136,37 €	Tercero
CP 23 22	Discapacidad y Deporte	Consejería de Cultura, Turismo, Deporte y Juventud	45.909,09 €	Tercero

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

B. Campañas de Publicidad Institucional en redes sociales.

Código	Denominación	Órgano proponente	Importe ²	Cuatrimestre
CP 23 42	Prevención incendios forestales	Consejería de Agricultura, Ganadería, Medio Rural y Medio Ambiente	57,50 euros	Segundo
CP 23 12	Producción Ecológica	Consejería de Agricultura, Ganadería, Medio Rural y Medio Ambiente	50,00 euros	Segundo

3.2. Tipología de campañas realizadas

TIPO	TOTAL CAMPAÑAS
Institucionales	1
Corporativas	0
De servicio público	1
Culturales	1
Sociales	5
De formación y empleo	0

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
2023	6	0	1	6	0	0

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 6 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento		Nº Documento
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales		2024/0075371
Cargo		Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

3.4. Resumen de campañas

CP 23 12 Producción Ecológica

Descripción

Campaña informativa para transmitir a la sociedad los valores sostenibles de la producción ecológica y la importancia de comprar y consumir alimentos ecológicos por sus beneficios sostenibles, saludables y nutritivos y como apoyo a los productores primarios ecológicos que dinamizan el medio rural, unos objetivos a los que se dirige el I Plan Estratégico de Producción Ecológica de La Rioja que ha elaborado el Gobierno de La Rioja.

La campaña de comunicación sitúa los siguientes objetivos de comunicación:

- Dar a conocer los beneficios de los productos ecológicos.
- Difundir la contribución medioambiental de los productos ecológicos.
- Motivar la compra del producto ecológico por su perfil sostenible, saludable y nutritivo.
- Concienciar de la responsabilidad del consumidor con un acto de compra sostenible al elegir el producto ecológico.
- Impulsar el sector ecológico como alternativa valiosa de futuro para la producción agropecuaria de La Rioja.

Público objetivo

Se estableció como público objetivo primario la población adulta de 20 a 50 años y los profesionales del sector primario.

El público secundario fue la población riojana en general.

Datos descriptivos de la campaña

- Código de campaña: CP 23 12.
- Denominación de campaña: Producción Ecológica.
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería, Medio Rural y Medio Ambiente.
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Del 21 de noviembre al 5 de diciembre (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 25.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 23.409,09 euros (IVA incluido).
- 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. 7 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				

Adjudicatario

- ZOSMAMEDIA S.L. (CIF: B20714465).

Más información y documentación

[Campañas 2023 – Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja – Producción Ecológica](#)

CP 23 16 Campaña de vacunación

Descripción

Campaña dirigida a promover el uso de vacunas frente a la gripe y al COVID al objeto de proteger a las personas de todas las edades, principalmente a las personas en riesgo, en una acción colectiva y solidaria.

Los principales objetivos de comunicación de esta campaña fueron:

- Reducir el impacto de la gripe, virus respiratorio sincitial (vrs) y COVID en nuestra región
- Concienciar de la importancia de la vacunación, especialmente, entre las personas que tienen un mayor riesgo de presentar complicaciones en caso de padecer la gripe y COVID y entre las que pueden transmitir la enfermedad a otras que tienen un alto riesgo de complicaciones (personal sanitario y sociosanitario)
- Concienciar de la importancia de la vacunación frente a la gripe entre los niños de 6 a 59 para prevenir infecciones respiratorias.
- Concienciar de la importancia de la inmunización frente al virus respiratorio sincitial (vrs) entre los niños menores de 6 meses para prevenir infecciones respiratorias.

Otros objetivos propuestos:

- Sensibilizar a la ciudadanía sobre la importancia de la prevención. Las vacunas previenen enfermedades graves.
- Difundir la importancia de la reducción de la propagación de la propia enfermedad, ya que alivia la presión asistencial y favorece la inmunidad colectiva, aspectos beneficiosos para toda la sociedad.

Público objetivo

Se establecieron 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. 8 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

Público objetivo primario:

- Personas de edad igual o superior a 60 años de edad. En este rango de edad figuran 91.272 personas en nuestra comunidad autónoma, según datos del Instituto de Estadística de La Rioja (a 1 julio de 2022). (Gripe y COVID).
- Novedad: niños de entre 6 a 59 meses. A los niños de entre 24 a 59 meses se les administrará vacuna intranasal, para evitar el pinchazo y aumentar las coberturas de vacunación. (Gripe)
- Novedad: a los niños menores de 6 meses se les administrará inmunización frente al virus respiratorio sincitial (VRS).

Públicos objetivos secundarios:

- Personas menores de 60 años que presentan un alto riesgo de complicaciones derivadas de la gripe (personas con enfermedades crónicas cardiovasculares o pulmonares, mujeres embarazadas, etc.). (Gripe y COVID).
- Personas que pueden transmitir la gripe a aquellas que tienen un alto riesgo de presentar complicaciones (trabajadores de los centros, servicios y establecimientos sanitarios; personas que por su ocupación trabajan en instituciones geriátricas o en centros de atención de enfermos crónicos; personas que proporcionen cuidados domiciliarios a pacientes de alto riesgo o mayores; etc.). (Gripe y COVID).

Datos descriptivos de la campaña

- Código de campaña: CP 23 16.
- Denominación de campaña: Campaña de vacunación.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud y Políticas Sociales.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada en dos olas de difusión.
- Duración: 15 días distribuidas en dos olas, la primera se inicia el 24 de octubre hasta el 1 de noviembre y la segunda se inicia el 27 de noviembre hasta el 1 de diciembre.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 25.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 23.181,82 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

Adjudicatario

- ZOSMAMEDIA S.L. (CIF: B20714465).

Más información y documentación

[Campañas 2023 – Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja – Vacunación](#)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 9 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

CP 23 17 Riesgos Laborales

Descripción

Campaña sobre la seguridad y prevención de los Riesgos Laborales, cuyos objetivos de comunicación fueron los siguientes:

- Reducir el número de accidentes laborales.
- Fomentar el conocimiento y uso de los equipos de protección individual (EPIS) en el ámbito laboral.
- Concienciar sobre la adopción de medidas, hábitos, de protección en el ámbito laboral.
- Informar de los EPIS que están a disposición de los trabajadores, muchos de ellos con sello riojano.
- Sensibilizar a la población en general de la necesidad de utilizar medios de protección individual en labores que se desarrollen no solo en el ámbito laboral sino también doméstico.
- Difundir la labor que está realizando el Gobierno de La Rioja por fomentar ambientes de trabajo seguros y prevenir accidentes y enfermedades laborales.

Público objetivo

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

Público objetivo primario:

- Empresas.
- Sindicatos.
- Trabajadores por cuenta ajena.
- Autónomos.
- Estudiantes de FP.
- Servicios de prevención ajenos (mutuas, técnicos de prevención...).

Público objetivo secundario: Población en general

Datos descriptivos de la campaña

- Código de campaña: CP 23 17.
- Denominación de campaña: Riesgos Laborales.
- Órgano de la Administración: Consejería de Economía, Innovación, Empresa y Trabajo Autónomo.
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: del 1 al 15 de diciembre de 2023 (ambos inclusive).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 10 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 27.763,63 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

Adjudicatario

- WE ARE MEDIANUTS S.L. (CIF: B42799353).

Más información y documentación

[Campañas 2023 – Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja – Prevención Riesgos Laborales](#)

CP 23 18 Transporte Público

Descripción

Campaña para promocionar el uso del transporte público regional como un sistema práctico, sostenible y barato para todos los perfiles de personas y en sus distintas modalidades de transporte Interurbano, Metropolitano y Líneas Rurales.

Los principales objetivos de comunicación de la campaña fueron:

- Trasladar al ciudadano la idea de que el uso del autobús, en sus distintas modalidades: interurbano, metropolitano y líneas rurales, es la mejor opción para lograr unos desplazamientos más eficientes, seguros y sostenibles.
- Poner de manifiesto las grandes ventajas del Sistema de Transporte de viajeros en autobús frente al uso del vehículo particular: económicas, medioambientales, intentando cambiar la tendencia de uso hacia el transporte público.
- Fidelizar a los ciudadanos que ya lo utilizan y aumentar el número de viajeros que se suman al Sistema de Transporte de Viajeros.

Público objetivo

Se estableció como público objetivo de esta campaña institucional, la población riojana en general, ya que se trata de un servicio útil para todas las franjas de edades. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza este público en 316.806 personas, de las que 155.883 son hombres y 160.924 son mujeres.

* Datos del Instituto de Estadística de La Rioja a 1 julio de 2022

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 11 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

Como público secundario se establecieron los usuarios del servicio (estudiantes, mayores de 65 años, trabajadores...), ya que se buscaba su fidelización.

Datos descriptivos de la campaña

- Código de campaña: CP 23 18.
- Denominación de campaña: Transporte Público.
- Órgano de la Administración: Consejería de Política Local, Infraestructuras y Lucha contra la despoblación
- Tipología de campaña: Servicio Público.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 18.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 17.292,00 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: contrato menor.

Adjudicatario

- TORRENTS CREATIVOS, S.L., (CIF: B26512905).

Más información y documentación

[Campañas 2023 – Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja – Transporte Público](#)

CP 23 19 Campaña 25N

Descripción

El objetivo principal de esta campaña fue transmitir a las jóvenes y a la sociedad en general que la violencia de género es un problema social muy grave, que afecta a todas las mujeres incluidas a las adolescentes y a las jóvenes.

Otros objetivos específicos son:

- Que las jóvenes, pero también la sociedad, en general, conozca los servicios y recursos de violencia de género.
- Visibilizar la importancia y gravedad del problema de la violencia de género resaltando las consecuencias a corto, medio y largo plazo de todos estos tipos de violencia contra las mujeres adolescentes y jóvenes (personas) y su afección vital.
- Informar sobre las diferentes formas de violencia de género en su forma digital: Sexting, Grooming, Stalking o sextorsión.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 12 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

- Subrayar el reconocimiento de la violencia sobre las mujeres como manifestación extrema de la desigualdad de género y la vulneración de los derechos humanos.
- Dar a conocer entre las adolescentes y jóvenes los recursos y servicios reconocidos en la ley contra la violencia de género en La Rioja.
- Implicar a distintos actores de los ámbitos de educación, salud y servicios sociales en la detección precoz e intervención de la violencia de género.

Público objetivo

Se estableció como público objetivo de esta campaña institucional las adolescentes y jóvenes riojanas.

Como público secundario se estableció 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 316.806 personas, de las que 155.883 son hombres y 160.924 son mujeres.

* Datos del Instituto de Estadística de La Rioja a 1 julio de 2022

Datos descriptivos de la campaña

- Código de campaña: CP 23 19.
- Denominación de campaña: Campaña 25N.
- Órgano de la Administración: Consejería de Salud y Políticas Sociales.
- Tipología de campaña: Social.
- Duración: del 15 al 25 de noviembre de 2023.
- Estimación previa de inversión publicitaria: 30.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 27.763,63 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: Procedimiento abreviado del artículo 159.6 de la LCSP.

Adjudicatario

- WE ARE MEDIANUTS S.L. (CIF: B42799353)

Más información y documentación

[Campañas 2023 – Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja – 25 N](#)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 13 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

CP 23 21 Mujer y Deporte

Descripción

El objetivo de esta campaña consistió en sensibilizar a la sociedad riojana de la necesidad de visibilizar la participación de la mujer en el deporte a través de juezas, árbitras y entrenadoras.

Esta campaña se enmarca dentro del Plan Social del Deporte donde la promoción de la igualdad en el deporte está especialmente dirigida a la reducción de la desigualdad, en una clara acción directa por la igualdad de género en este ámbito, oportunidades, cohesión social y mejoras laborales en el sector con vocación de permanencia, vinculada al deporte base, captación del talento y a la protección e integración de los jóvenes.

La Conferencia Sectorial de Deporte, en su reunión de 5 de julio de 2022, adoptó el acuerdo por el que se autorizaba la distribución territorial y los criterios de reparto de los créditos gestionados por Comunidades Autónomas y Ciudades con Estatuto de Autonomía con cargo al presupuesto del Consejo Superior de Deportes en el marco del componente 26 «Fomento del Sector Deporte», para la «Promoción de la Igualdad en el Deporte», en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) y dentro de cuyas acciones se incluyen dicha campaña de sensibilización.

Los principales objetivos de comunicación de la campaña son:

- Atracción de juezas, arbitras y entrenadoras, visibilizando su trabajo en el ámbito del deporte.
- Fomentar el acceso de la mujer al deporte en condiciones de igualdad y visibilizar su participación en todos los ámbitos del deporte desde edades tempranas.
- Poner de relieve el deporte femenino y sus éxitos, y poner rostros a esos éxitos para que sirvan como referentes a las generaciones más jóvenes.
- Divulgar los fondos MRR (Mecanismo de Recuperación y Resiliencia) y las ayudas e incentivos habilitados para lograr dichos objetivos.
- Difundir esta campaña en la mayoría de los centros educativos no universitarios de la Comunidad Autónoma de La Rioja, así como de las federaciones deportivas riojanas. No se tendrán en consideración los centros de educación infantil. Con esta difusión se cumplen los objetivos determinados en la Resolución de 2 de agosto de 2022, de la Presidencia del Consejo Superior de Deportes, que se establecían en al menos un 50 % de las federaciones y/o difusión en al menos 7 % del total de centros educativos no universitarios de cada CC.AA.

Público objetivo

Se estableció como público objetivo primario para la campaña de comunicación a niños, niñas y jóvenes de entre 5 y 25 años y sus familias. El Instituto de Estadística de La Rioja contabiliza* este público objetivo (de 5 a 25 años) en 67.125 personas, de las que 34.522 son hombres y 32.603 son mujeres.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 14 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

Se estableció como público objetivo secundario para la campaña de comunicación a toda 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 316.806 personas, de las que 155.882 son hombres y 160.924 son mujeres.

* Datos del Instituto de Estadística de La Rioja a 1 julio de 2022

Datos descriptivos de la campaña:

- Código de campaña: CP 23 21.
- Denominación de campaña: Mujer y Deporte.
- Órgano de la Administración: Consejería de Cultura, Turismo, Deporte y Juventud.
- Tipología de campaña: Sociales.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña en ejecución.
- Duración: del 8 al 31 de diciembre (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 50.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 46.136,37 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

Adjudicatario

- ZOSMAMEDIA S.L. (CIF: B20714465).

Más información y documentación

[Campañas 2023 – Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja – Mujer y Deporte](#)

CP 23 22 Discapacidad y Deporte

Descripción

El objetivo de esta inversión está dirigido a la promoción de la inclusión e igualdad de las personas con discapacidad en el deporte.

Esta campaña se enmarca dentro del Plan Social del Deporte, y dentro del Eje de Inclusión de personas con discapacidad en el deporte previsto en dicho plan, se persiguen los objetivos de promoción de la igualdad en el deporte, especialmente dirigido a la inclusión plena y efectiva de cualquier niño o niña con discapacidad, con especial énfasis en el deporte base; dotación material para el desarrollo de la práctica deportiva de personas con

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 15 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

discapacidad; formación como elemento integrador en todos los ámbitos del sistema deportivo; sensibilización de niños y jóvenes en cuanto a la participación de personas con discapacidad en el ámbito deportivo.

En este caso las actuaciones previstas tienen por objeto la promoción del deporte base para personas con discapacidad, dentro del eje de la sensibilización, y en concreto, en Campañas para la sensibilización de niños, niñas y jóvenes en cuanto a la participación de personas con discapacidad en la práctica deportiva.

La Conferencia Sectorial de Deporte, en su reunión de 5 de julio de 2022, adoptó el acuerdo por el que se autorizaba la distribución territorial y los criterios de reparto de los créditos gestionados por Comunidades Autónomas y Ciudades con Estatuto de Autonomía con cargo al presupuesto del Consejo Superior de Deportes en el marco del componente 26 «Fomento del Sector Deporte», para la «Promoción de la Igualdad en el Deporte», en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) y dentro de cuyas acciones se incluye dicha campaña de sensibilización.

Los principales objetivos de comunicación de la campaña son:

- Fomentar el acceso de las personas con discapacidad en todos los ámbitos del deporte desde edades tempranas.
- Poner de relieve el deporte practicado por personas con discapacidad y sus éxitos, poniendo rostro a esos éxitos para que sirvan como referentes a las generaciones más jóvenes.
- Divulgar los fondos MRR (Mecanismo de Recuperación y Resiliencia) y las ayudas e incentivos habilitados para lograr dichos objetivos.
- Difundir esta campaña en la mayoría de los centros educativos no universitarios de la Comunidad Autónoma de La Rioja (no se tendrán en consideración los centros de educación infantil) así como de las federaciones deportivas riojanas. Con esta difusión se cumplen los objetivos determinados en la Resolución de 2 de agosto de 2022, de la Presidencia del Consejo Superior de Deportes, que se establecían en al menos un 50 % de las federaciones y/o difusión en al menos 7 % del total de centros educativos no universitarios de cada CC.AA.

Público objetivo

Se estableció como público objetivo primario para la campaña de comunicación a niños, niñas y jóvenes de entre 5 y 25 años, con alguna discapacidad, y sus familias.

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 16 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

Datos descriptivos de la campaña

- Código de campaña: CP 23 22.
- Denominación de campaña: Discapacidad y Deporte.
- Órgano de la Administración: Consejería de Cultura, Turismo, Deporte y Juventud.
- Tipología de campaña: social.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña en ejecución.
- Duración: del 8 al 31 de diciembre (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 50.000 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 45.909,09 euros (IVA incluido).
- Tipo de contratación pública: procedimiento abierto simplificado abreviado.

Adjudicatario

- AVANTE ZONA NORTE S.L. (CIF: B95981643).

Más información y documentación

[Campañas 2023 – Publicidad Institucional del Gobierno de La Rioja – Discapacidad y Deporte](#)

CP 23 42 Prevención de incendios forestales

Descripción

El objetivo general de esta campaña fue la prevención de incendios forestales en nuestra comunidad.

Los objetivos de comunicación que se persiguen son:

- Informar sobre las normas y buenas prácticas en periodo de sequía y altas temperaturas para evitar los incendios forestales.
- Concienciar de la preservación de nuestros bosques y campos.
- Explicar cómo se debe actuar si se declara un fuego.

Público objetivo

Población riojana en general.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 17 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

Datos descriptivos de la campaña

- Código de campaña: CP 23 42.
- Denominación de campaña: Prevención de incendios forestales.
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, y Medio Ambiente
- Tipología de campaña: Social.
- Cuatrimestre: segundo.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Entre el 18 y el 24 de agosto de 2023 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 500 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 57,50 euros.
- Tipo de contratación pública: Difusión integra en redes sociales.

CP 23 12 Producción Ecológica

Descripción

De forma complementaria y paralela a la campaña informativa CP 2312 Producción Ecológica, se planificó su inserción en Redes Sociales, con el mismo cuyo objetivo de transmitir a la sociedad los valores sostenibles de la producción ecológica y la importancia de comprar y consumir alimentos ecológicos por sus beneficios sostenibles, saludables y nutritivos así como apoyar a los productores primarios ecológicos que dinamizan el medio rural.

La campaña de comunicación sitúa los siguientes objetivos de comunicación:

- Dar a conocer los beneficios de los productos ecológicos.
- Difundir la contribución medioambiental de los productos ecológicos.
- Motivar la compra del producto ecológico por su perfil sostenible, saludable y nutritivo.
- Concienciar de la responsabilidad del consumidor con un acto de compra sostenible al elegir el producto ecológico.
- Impulsar el sector ecológico como alternativa valiosa de futuro para la producción agropecuaria de La Rioja.

Público objetivo

Se estableció como público objetivo primario la población adulta de 20 a 50 años y los profesionales del sector primario. El público secundario fue la población riojana en general.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 18 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

Datos descriptivos de la campaña

- Código de campaña: CP 23 12.
- Denominación de campaña: Producción Ecológica.
- Órgano de la Administración: Consejería de Agricultura, Ganadería, Mundo Rural, y Medio Ambiente
- Tipología de campaña: Institucional.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Campaña ejecutada.
- Duración: Entre el 27 noviembre y el 4 de diciembre de 2023 (ambos inclusive).
- Estimación previa de inversión publicitaria: 0 euros (IVA Incluido).
- Ejecución final: 50,00 euros.
- Tipo de contratación pública: Difusión integra en redes sociales.

4. Patrocinios institucionales

La segunda de las fórmulas publicitarias admitidas en la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional es el patrocinio institucional. Esta herramienta tiene una naturaleza distinta a la campaña publicitaria ya que también incide en la esfera de la comunicación corporativa. La política de patrocinios institucionales produce publicidad, pero también repercute en la imagen corporativa.

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

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

4.1. Política de patrocinios institucionales

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

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

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

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 19 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

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

4.2. 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.

4.3. Patrocinios realizados en el periodo comprendido entre julio y diciembre de 2023.

Desde la Oficina del Presidente y a través de la Consejería de Hacienda, Gobernanza Pública, Sociedad Digital y Portavocía del Gobierno, se han realizado los siguientes Patrocinios Institucionales, según las directrices dispuestas en el Plan de Publicidad Institucional previsto para el 2023 cuyo gasto se imputa a la aplicación presupuestaria 12.12.1812.22610 del presupuesto 2023.

Los patrocinios ejecutados durante el periodo referido son los siguientes:

PI 23 34 Premios Mujer La Rioja 2023

Descripción

La propuesta formulada planteaba el patrocinio “PI 23 34 Premios Mujer La Rioja 2023”, como una iniciativa por la que se busca el reconocimiento de la trayectoria personal y/o 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. La iniciativa se desarrolló a través de una amplia campaña de promoción del premio entre los meses de septiembre y noviembre.

Con este patrocinio, se buscó el reconocimiento de la trayectoria profesional de una mujer de La Rioja o vinculada con La Rioja, así como potenciar la igualdad de géneros y concienciar a la sociedad sobre la importancia de la paridad en todos los ámbitos de la vida. En este marco, el objeto de patrocinio guarda estrecha vinculación con los objetivos del Gobierno de La Rioja dentro de dos ejes transversales, la Igualdad y la Justicia Social.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 20 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

Datos descriptivos del Patrocinio:

- Código de patrocinio: PI 23 34.
- Denominación de patrocinio: Premios Mujer La Rioja 2023.
- Órgano de la Administración: Oficina del Presidente.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 12.100 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 142.856 euros (IVA no incl.).

Realizado por:

- UNIPREX, SAU (CIF: A28782936).

Más información y documentación

[Patrocinio Institucional del Gobierno de La Rioja – Premios Mujer La Rioja](#)

PI 23 35 Diario de la vendimia 2023

Descripción

La propuesta formulada planteaba el patrocinio “PI 23 35 Diario de vendimia 2023” como la creación de un espacio en la web durante los meses de septiembre, octubre y noviembre de 2023 para divulgar el día a día de la vendimia en La Rioja, así como la relevancia del sector del vino en la región.

Con este patrocinio, se buscaba realizar una radiografía y seguimiento en torno al mundo del vino y su día a día, dando voz a los agricultores, viticultores y resto de profesionales.

Datos descriptivos del Patrocinio:

- Código de patrocinio: PI 23 35.
- Denominación de patrocinio: Diario de la vendimia.
- Órgano de la Administración: Oficina del Presidente.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 51.100 euros (IVA no incluido).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 21 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

Realizado por:

- CONTAMOS LA RIOJA, S.L. (CIF: B26556712).

Más información y documentación

[Patrocinio Institucional del Gobierno de La Rioja – Diario de vendimia](#)

PI 23 36 Futuro en español (FEE)

Descripción

La propuesta formulada planteó el patrocinio “PI 23 36 FUTURO EN ESPAÑOL (FEE)” como un espacio para la reflexión en torno al presente y el futuro del idioma compartido por cientos de millones de hispanohablantes en dos continentes.

Con este patrocinio se buscaba reivindicar y posicionar a nivel nacional a la Comunidad Autónoma de La Rioja, en línea de las acciones del proyecto El Valle de la Lengua, como cuna de nuestro idioma, defendiendo la importancia y el carácter de la lengua española como trascendental activo de la economía, la cultura y la sociedad. Asimismo, se pretende mostrar al conjunto de la sociedad el fuete, consolidad y heterogéneo sector TIC riojano, con empresa e instituciones de gran relevancia, y fomentar un debate sobre el desarrollo de la inteligencia artificial en español y la educación digital.

Datos descriptivos del Patrocinio:

- Código de patrocinio: PI 23 36.
- Denominación de patrocinio: Futuro en español (FEE).
- Órgano de la Administración: Oficina del Presidente.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros (IVA incl.).
- Retorno de la inversión: 471.711,86 euros (IVA no incluido)

Realizado por:

- NUEVA RIOJA, S.A., (CIF: A26004135).

Más información y documentación

[Patrocinio Institucional del Gobierno de La Rioja – Futuro en Español \(FEE\)](#)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 22 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

PI 23 37 Semana de la naturaleza y de lucha contra el cambio climático

Descripción

La propuesta formulada planteaba el patrocinio “PI 23 37 Semana de la naturaleza y de lucha contra el cambio climático” con motivo de la organización por Cadena SER de la Semana por la naturaleza y de lucha contra el cambio climático, dado su compromiso con el Medio Ambiente y la sostenibilidad, enmarcados dentro del apoyo permanente a los ODS, y coincidiendo con la celebración del Día Mundial de Protección de la Naturaleza (18 de octubre) y del Día Mundial de lucha contra el cambio climático (24 de octubre). Se trata de una iniciativa de concienciación social sobre la importancia de cuidar el Medio Ambiente.

Con este patrocinio, se buscó sensibilizar y concienciar sobre la importancia de cuidar y proteger el medio ambiente.

Datos descriptivos del Patrocinio:

- Código de patrocinio: PI 23 37.
- Denominación de patrocinio: Semana de la naturaleza.
- Órgano de la Administración: Oficina del Presidente.
- Cuatrimestre: tercero.
- Estado: Ejecutado.
- Cuantía económica del patrocinio: 1.210 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 37.269,00 euros (IVA no incluido).

Realizado por:

- SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN S.L.U. (CIF: B28016970).

Más información y documentación

[Patrocinio Institucional del Gobierno de La Rioja – Semana de la naturaleza](#)

PI 23 38 Gala Premio Valores Grupo COPE La Rioja

Descripción

La propuesta formulada planteaba el patrocinio “PI 23 38 GALA PREMIO VALORES GRUPO COPE LA RIOJA”, consistente en la celebración de la XIV Gala Valores 2023 Grupo COPE La Rioja el 16 de noviembre en el Palacio de Congresos Riojaforum, a fin de otorgar reconocimiento a asociaciones, colectivos y personas que con su trabajo hacen de La Rioja una comunidad mejor.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 23 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

Con este patrocinio se buscó como objetivo principal, otorgar el reconocimiento a todos aquellos que con su trabajo consiguen hacer una sociedad mejor.

Datos descriptivos del Patrocinio:

- Código de patrocinio: PI 23 38.
- Denominación de patrocinio: Gala Premio Valores Grupo COPE La Rioja.
- Órgano de la Administración: Oficina del Presidente.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 18.125,80 euros, (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 25.200,00 euros (IVA no Incluido).

Realizado por:

- RADIO POPULAR, S.A. COPE, (CIF: A28281368).

Más información y documentación

[Patrocinio Institucional del Gobierno de La Rioja – Gala Premios Valores Grupo COPE La Rioja](#)

PI 23 39 Jornadas Salud Mental

Descripción

La propuesta formulada planteaba el patrocinio “PI 23 39 JORNADAS SALUD MENTAL”, consistente en una jornada donde la Cadena SER de La Rioja, junto a las entidades participantes y bajo el formato de ponencia y mesas redondas, que dieron voz mediante expertos, profesionales y pacientes a la problemática de la salud mental.

Como objetivo principal, se estableció el de visibilizar, reflexionar y ayudar a cuantos padecen directa o indirectamente problemas de salud mental, demostrando con testimonios de personas reconocidas que todos somos susceptibles de padecerlos.

Con este patrocinio se buscó visibilizar, reflexionar y ayudar a cuantos padecen directa o indirectamente problemas de salud mental.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 24 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

Datos descriptivos del Patrocinio:

- Código de patrocinio: PI 23 39.
- Denominación de patrocinio: Jornadas de Salud Mental.
- Órgano de la Administración: Oficina del Presidente.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 3.630,00 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: 32.240,00 euros (IVA no Incluido).

Realizado por:

- SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN S.L.U. (CIF: B28016970).

Más información y documentación

[Patrocinio Institucional del Gobierno de La Rioja – Jornadas Salud Mental](#)

PI 23 40 III Jornadas de la juventud

Descripción

La propuesta planteaba el patrocinio “PI 23 40 JORNADAS DE LA JUVENTUD”, consistente en la celebración de las III Jornadas de la juventud destinadas a conocer, analizar, reflexionar y dar soluciones a los problemas que viven los jóvenes (presente y futuro de la sociedad riojana) y, sobre todo, para escucharles, para darles voz y para que aporten su opinión y sentimiento.

Estas jornadas tuvieron una clara vocación de servicio social, ya que se afrontaron los temas relacionados con la juventud que más preocupan, tales como bullying, ciberacoso, alcohol, drogas, presión excesiva, redes sociales, violencia, suicidio, autolesiones..., con el objetivo de ayudar a los jóvenes, a sus familias y a los profesionales que trabajan cada día con ellos.

Con este patrocinio se buscó ayudar a los jóvenes, a sus familias y a los profesionales que trabajan cada día con ellos para enfrentarse a los problemas relacionados con la juventud que más preocupan.

Datos descriptivos del Patrocinio:

- Código de patrocinio: PI 23 40.
- Denominación de patrocinio: III Jornadas de la juventud.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 25 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

- Órgano de la Administración: Oficina del Presidente.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 8.470 euros (IVA Incluido).
- Retorno de la inversión: de 91.020,00 euros (IVA no Incluido).

Realizado por:

- SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN S.L.U. (CIF: B28016970).

Más información y documentación

[Patrocinio Institucional del Gobierno de La Rioja – III Jornadas de la juventud](#)

PI 23 41 Premios talento joven riojano

Descripción

La propuesta formulada planteaba el patrocinio “PI 23 41 TALENTO JOVEN RIOJANO”, a través de la celebración de unos premios, que tuvieron lugar el pasado 14 de diciembre, en los que se otorgó reconocimiento a los jóvenes riojanos con talento, ofreciéndoles así apoyo para lanzar y dar a conocer sus proyectos.

La iniciativa incluyó:

- Charla motivacional y/conversación intergeneracional y/o mesa redonda.
- Caso de éxito.
- Actuación musical.
- Entrega de reconocimientos.

Con este patrocinio se buscó poner en valor proyectos, ideas y, sobre todo, conocer las experiencias de jóvenes riojanos que brillan gracias a sus conocimientos, cualidades y actitud, así como reconocer el emprendimiento y talento joven riojano.

Datos descriptivos del Patrocinio

- Código de patrocinio: PI 23 41.
- Denominación de patrocinio: Premios talento joven riojano.
- Órgano de la Administración: Oficina del Presidente.
- Cuatrimestre: Tercero.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 26 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 4.840,00 euros (IVA Incluido)
- Retorno de la inversión: 89.941,00 euros (IVA no incluido)

Realizado por:

- SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN S.L.U. (CIF: B28016970).

Más información y documentación

[Patrocinio Institucional del Gobierno de La Rioja – Premios talento joven riojano](#)

PI 23 42 Suplemento especial empresas Promecal

Descripción

Se planteó el patrocinio “PI 23 42 SUPLEMENTO E. EMPRESA 2023” con la publicación de un Suplemento Especial Empresa el pasado 3 de noviembre, que pretendió ser un instrumento de impulso y ayuda a nuestro tejido empresarial e industrial, mediante un análisis detallado de los diferentes sectores que conforman la economía regional. Este Suplemento Especial fue encartado en el periódico El Día de La Rioja el 3 de noviembre de 2023.

La iniciativa tuvo como objetivo 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 desarrollo y fortalecimiento de las ya existentes.

En este sentido, con este patrocinio, se buscó ser un instrumento de impulso y ayuda a nuestro tejido empresarial e industrial, mediante un análisis detallado de los diferentes sectores que conforman la economía regional, así como dar voz a los profesionales y mostrar las políticas públicas puestas en marcha desde las instituciones para facilitar la implantación de nuevas empresas y el desarrollo y fortalecimiento de las ya existentes.

Datos descriptivos del Patrocinio:

- Código de patrocinio: PI 23 42.
- Denominación de patrocinio: Suplemento especial empresas Promecal.
- Órgano de la Administración: Oficina del Presidente.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 4.840,00 euros (IVA incluido).
- Retorno de la inversión: 18.680,00 euros (IVA no incluido).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 27 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	Fecha/hora
Cargo		Firmante / Observaciones		
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

Realizado por:

- PROMOTORES DE MEDIOS RIOJANOS, S.A. (CIF: A26372045).

Más información y documentación

[Patrocinio Institucional del Gobierno de La Rioja – Suplemento especial empresas](#)

PI 23 43 Premios Promecal 2023

Descripción

Se planteó el patrocinio “PI 23 43 PREMIOS PROMECAL LA RIOJA 2023”, a través de la celebración de la tercera edición de sus premios, que tuvieron lugar el pasado 29 de noviembre, con la vocación de reconocer el trabajo y dedicación que personas, instituciones y empresas realizan de manera abnegada en La Rioja en cada una de las categorías establecidas:

- Mérito deportivo.
- Mérito empresarial.
- Méritos culturales.
- Méritos humanos.
- Pueblo ejemplar.

Con este patrocinio se trató de seguir construyendo comunidad y fortalecer el sentimiento de identidad riojana, otorgando reconocimiento a riojanos y riojanas que, en su día a día y desde sus ámbitos de actuación, trabajan para mejorar la sociedad y dar a conocer La Rioja.

Datos descriptivos del Patrocinio:

- Código de patrocinio: PI 23 43.
- Denominación de patrocinio: Premios Promecal 2023.
- Órgano de la Administración: Oficina del Presidente.
- Cuatrimestre: Tercero.
- Estado: Patrocinio realizado.
- Cuantía económica del patrocinio: 13.310,00 euros (IVA incluido).
- Retorno de la inversión: 43.362,00 euros (IVA no incluido).

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 28 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
Cargo		Firmante / Observaciones	Fecha/hora	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	
1	Directora de Publicidad Institucional			
2	Consejero			
3				

Realizado por:

- PROMOTORES DE MEDIOS RIOJANOS, S.A. (CIF: A26372045).

Más información y documentación

[Patrocinio Institucional del Gobierno de La Rioja – Premios Promecal 2023](#)

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES . Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 29 / 29
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00860-2024/011005	Informe	Solicitudes y remisiones generales	2024/0075371	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1 Directora de Publicidad Institucional				
2 Consejero				
3				