



Plan Anual de Publicidad Institucional del Parlamento de La Rioja

2025

1. INTRODUCCIÓN

La Ley de Comunicación y Publicidad Institucional, aprobada en el Parlamento de La Rioja el 22 de mayo de 2017, establece en su artículo 2 que las disposiciones de la misma se aplicarán al Parlamento de La Rioja. Además, en el artículo 9.1, sobre la planificación de campañas de publicidad institucional, dispone que se elaborará un Plan de Publicidad Institucional en el que se incluirán todas las campañas que se prevean desarrollar por los entes sujetos a dicha norma.

En la Disposición Adicional de la citada Ley 7/2017, de 22 de mayo, se establecen las normas específicas para el Parlamento de La Rioja, Entidades Locales y Universidad de titularidad pública, recogiendo que las referencias hechas en esta ley a los órganos de la CCAA de La Rioja se entenderán hechas a los órganos que resulten competentes con las respectivas normas de autoorganización.

Estas normas se concretan en el Reglamento de Régimen Interno y Gobierno Interior que, entre otras funciones, encomienda al Gabinete de la Presidencia tareas generales como la difusión a los medios de comunicación social de la información necesaria de las actividades sobre los distintos órganos de la Cámara y el establecimiento de relaciones permanentes con los medios de comunicación social. Por este motivo, corresponde al Gabinete de la Presidencia la elaboración de un Plan Anual de Publicidad Institucional que incluya tanto las campañas de publicidad como los patrocinios institucionales que se prevean desarrollar. En esta última fórmula, igualmente recogida en la Ley 7/2017, la iniciativa parte de terceros que solicitan al sujeto -en este caso la Cámara autonómica- la adhesión a una propuesta concreta mediante una contraprestación económica.

El Plan Anual de Publicidad Institucional del Parlamento de La Rioja recoge los grandes ejes fijados por la institución durante este ejercicio presupuestario en este ámbito y una previsión económica de los patrocinios institucionales para desarrollar estos grandes objetivos. Este Plan será presentado a la Mesa de la Cámara y se publicará en el Portal de Transparencia, según dispone el apartado 3 de la Disposición Adicional Única de la citada ley.

En el caso del Parlamento de La Rioja, por las características propias de la institución, los principales objetivos que persigue el Plan mediante campañas y patrocinios son:

- Conocimiento de los valores y principios constitucionales y estatutarios.
- La difusión de los valores, señas de identidad o cualidades del territorio o de la población riojana y de la propia institución promotora de las acciones.
- La promoción de la cultura y el patrimonio histórico de la Comunidad.
- La visibilidad de proyectos de implantación regional que trabajen , especialmente, en favor de personas en situaciones de especial vulnerabilidad.

2. OBJETIVOS

Los objetivos del Plan de Publicidad del Parlamento de La Rioja para el año 2025 son:

- Recoger los grandes ejes que se prevean desarrollar mediante campañas y patrocinios. En el caso de las campañas se incluirán las indicaciones necesarias sobre el objeto, el coste previsible, el periodo de ejecución, los canales de comunicación y los públicos objetivos. En el caso de los patrocinios y, dado que la iniciativa parte de terceros, resulta difícil aproximar una planificación anual.
- Acercar la comunicación institucional lo máximo posible a la ciudadanía riojana, llegando de nuevo a los medios de comunicación locales y comarcales. Además, el Plan mantiene su presencia en los medios de comunicación con mayor implantación.
- Fortalecer la transparencia de las campañas de publicidad institucional y objetivizar la elección de los soportes elegidos para difundir las campañas.

3. CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD DE 2025

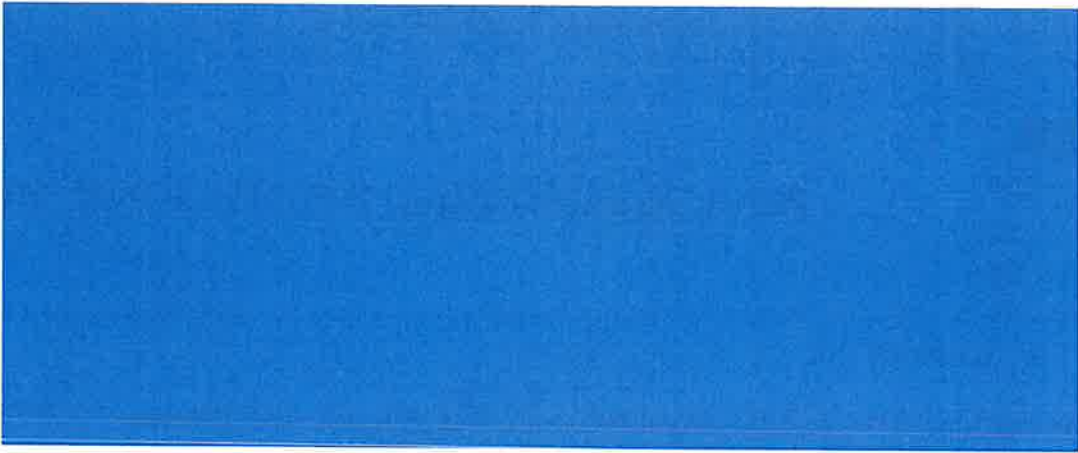
El Plan mantiene su estructura en 5 grandes ejes, la inversión asciende a 70.000 euros (de los que 20.000 euros están destinados a acciones enmarcadas en la promoción de certámenes y exposiciones como, entre otros, la primera convocatoria de los premios solidarios para apoyar y visibilizar proyectos de implantación regional en favor de personas en situaciones vulnerables; la promoción de la muestra permanente e itinerante de pintura y la convocatoria del certamen de fotoperiodismo, y están coordinadas por el Gabinete de la Presidencia del Parlamento).

El Parlamento de La Rioja distingue tres tipologías de campañas para sus acciones publicitarias:

Tipología de la campaña	Objeto
Institucional	Difundir asuntos vinculados con el concepto territorial de La Rioja, las señas de identidad y otros elementos característicos.
Corporativa	Mejorar la notoriedad y el conocimiento de la institución.
Social, cultural y educativa	Difundir y promocionar acciones solidarias y culturales a través de iniciativas y actividades organizadas por el Parlamento.

De las 5 campañas o grandes ejes que se llevarán a cabo en el año 2025:

- 'Acto de Santa Coloma' y 'Día de La Rioja' se inscriben dentro de la tipología institucional.
- 'Constitución Española: se enmarca en la tipología institucional, a fin de promover el conocimiento de los valores y principios constitucionales y estatutarios.
- 'Vive el Parlamento' se inscribe dentro de la tipología corporativa: difundir desde el punto de vista pedagógico la labor que realiza la Cámara regional y propiciar el acercamiento de la ciudadanía a la Cámara autonómica (visitas guiadas, entre otras acciones).
- 'El Parlamento, más cerca de los riojanos': Eje enmarcado en el espectro corporativo para aumentar la visibilidad del Parlamento en las cabeceras de comarca y, a través de ellas, al conjunto de municipios.
- 'Certámenes y exposiciones': Primera edición de los Premios Solidarios del Parlamento de La Rioja; promoción de 'La exposición permanente e itinerante', y 'El certamen de fotoperiodismo'.



Ejes publicitarios para 2025

*Ficha resumen de las campañas y programas de
patrocinio institucional*



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA			
Denominación de la campaña			
Pregón de Santa Coloma y Día de La Rioja			
Responsable de la campaña			
Órgano	Correo electrónico	Teléfono	
Gabinete de Presidencia	comunicacion@parlamento-larioja.org	941 20 40 43	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA			
Tipología de la campaña		Descripción de la campaña	
Institucional	X	Campaña anual para rememorar, por un lado, la Convención de 1812, que sentó las bases identitarias de La Rioja y, por otro, el Día de La Rioja, el 9 de junio, fecha de aprobación del Estatuto de Autonomía que tiene como fin subrayar la idiosincrasia de la región. - Cuñas de radio - Espacios en televisión - Publicidad en medios escritos - Publicidad en prensa digital y RRSS	
Corporativa			
Cultural			
Objetivos de la campaña			
1. Divulgación de la imagen institucional del Parlamento de La Rioja y su vinculación al Estatuto de Autonomía. 2. Promocionar el Pregón del Día de La Rioja, una cita tradicional en la víspera del Día de La Rioja que contribuye a dar realce y difundir el significado de la primera reivindicación de los riojanos para constituirse como provincia.			
Grupos objetivos de la campaña			
Todos los públicos			
Ámbito de influencia:		Comunidad Autónoma de La Rioja y comunidades autónomas limítrofes	
Duración:	Anual	Trimestral	Determinada X
Previsión de inicio:	Primer cuatrimestre	Segundo cuatrimestre X	Tercer cuatrimestre
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA			
CREATIVIDAD PUBLICITARIA		Sí	
MEDIOS CONVENCIONALES		PUBLICIDAD EN INTERNET	
Radio	X	Diarios digitales	X
Prensa	X	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	
Televisión	X	Redes sociales	X
Publicidad exterior		Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)	X
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA			
(20.000 euros IVA incluido)			

PLAN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL 2025

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA			
Denominación de la campaña			
Constitución Española			
Responsable de la campaña			
Órgano	Correo electrónico	Teléfono	
Gabinete de Presidencia	comunicacion@parlamento-larioja.org	941 20 40 43	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA			
Tipología de la campaña		Descripción de la campaña	
Institucional	☒	Campaña institucional del Día de La Rioja.	
Corporativa	☐	- Cuñas de radio	
Cultural	☐	- Espacios en televisión - Publicidad en medios escritos - Publicidad en prensa digital y RRSS	
Objetivos de la campaña			
1. Divulgación de los valores constitucionales con motivo de la conmemoración el 6 de diciembre, del aniversario de la aprobación de nuestra Carta Magna. 2. Acción específica dirigida al público escolar: Lectura de la Constitución por escolares (6º Primaria).			
Grupos objetivos de la campaña			
Todos los públicos.			
Ámbito de influencia:		Comunidad Autónoma de La Rioja	
Duración:	Anual ☐	Trimestral ☐	Determinada ☒
Previsión de inicio:	Primer cuatrimestre ☐	Segundo cuatrimestre ☐	Tercer cuatrimestre ☐
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA			
CREATIVIDAD PUBLICITARIA		Sí	
MEDIOS CONVENCIONALES		PUBLICIDAD EN INTERNET	
Radio	☒	Diarios digitales	☒
Prensa	☒	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	☐
Televisión	☒	Redes sociales	☒
Publicidad exterior	☐	Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)	☐
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA			
10.000 (IVA incluido)			



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA			
Denominación de la campaña			
Vive el Parlamento			
Responsable de la campaña			
Órgano	Correo electrónico	Teléfono	
Gabinete de Presidencia	comunicacion@parlamento-larioja.org	941 20 40 43	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA			
Tipología de la campaña		Descripción de la campaña	
Institucional	☐	Propiciar un mayor conocimiento de la Cámara autonómica por parte los riojanos.	
Corporativa	☒		
Cultural	☐		
Objetivos de la campaña			
1. Transmisión de la información más relevante relacionada con la actividad parlamentaria e institucional. 2. Acercamiento de la sociedad riojana a la Cámara Legislativa de La Rioja.			
Grupos objetivos de la campaña			
Todos los públicos			
Ámbito de influencia:		Comunidad Autónoma de La Rioja	
Duración:	Anual ☒ Trimestral ☐ Determinada ☐		
Previsión de inicio:	Primer cuatrimestre ☐ Segundo cuatrimestre ☐ Tercer cuatrimestre ☐		
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA			
CREATIVIDAD PUBLICITARIA			
MEDIOS CONVENCIONALES		PUBLICIDAD EN INTERNET	
Radio	☒	Diarios digitales	☒
Prensa	☒	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	☐
Televisión	☒	Redes sociales	☒
Publicidad exterior	☐	Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)	☐
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA			
15.000 euros (IVA incluido)			

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL			
Ficha básica de publicidad			
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA			
Denominación de la campaña			
El Parlamento, más cerca de los riojanos			
Responsable de la campaña			
Órgano	Correo electrónico		Teléfono
Gabinete de Presidencia	comunicacion@parlamento-larioja.org		941 20 40 43
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA			
Tipología de la campaña		Descripción de la campaña	
Institucional		Acercamiento del Parlamento a los riojanos, manteniendo una línea descentralizadora para llegar a todos los municipios.	
Corporativa	X		
Cultural			
Objetivos de la campaña			
- Realización de acciones que permitan acercar el Parlamento a los distintos municipios de La Rioja.			
Grupos objetivos de la campaña			
Todos los públicos			
Ámbito de influencia:		Regional e Internacional (riojanos en el exterior)	
Duración:	Anual	X	Trimestral
			Determinada
Previsión de inicio:	Primer cuatrimestre		Segundo cuatrimestre
			Tercer cuatrimestre
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA			
CREATIVIDAD PUBLICITARIA	No		
MEDIOS CONVENCIONALES		PUBLICIDAD EN INTERNET	
Radio	X	Diarios digitales	X
Prensa	x	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	
Televisión	X	Redes sociales	x
Publicidad exterior		Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA			
5.000 euros (IVA incluido)			

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA			
Denominación de la campaña			
CERTÁMENES Y EXPOSICIONES			
Responsable de la campaña			
Órgano	Correo electrónico	Teléfono	
Gabinete de Presidencia	comunicacion@parlamento-larioja.org	941 20 40 43	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA			
Tipología de la campaña		Descripción de la campaña	
Institucional		Primera edición de los Premios Solidarios del Parlamento de La Rioja; promoción de la exposición permanente e itinerante de la colección artística del Parlamento de La Rioja; convocatoria del Premio de la Asociación de Reporteros Gráficos, patrocinado por el Parlamento regional.	
Corporativa	X		
Cultural			
Objetivos de la campaña:			
1. Difundir las acciones promovidas desde el Parlamento de La Rioja en el apartado relativo a certámenes y exposiciones.			
Grupos objetivos de la campaña			
Todos los públicos.			
Ámbito de influencia:		Regional y nacional	
Duración:	Anual	X	Trimestral
Previsión de inicio:	Primer cuatrimestre		Segundo cuatrimestre
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA			
CREATIVIDAD PUBLICITARIA	No		
MEDIOS CONVENCIONALES		PUBLICIDAD EN INTERNET	
Radio	X	Diarios digitales	X
Prensa	X	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	
Televisión	X	Redes sociales	X
Publicidad exterior		Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA			
20.000 euros (IVA incluido)			