

# **Plan de Publicidad Parlamento de La Rioja**

---

*2020*

---

## 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 auto-organización.

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 del Parlamento la elaboración de un Plan de Publicidad Institucional que incluyan todas las campañas de publicidad que se prevean desarrollar anualmente. Esta iniciativa permite organizar la publicidad realizada por la institución y que los ciudadanos conozcan los detalles de dichas campañas.

El Plan Anual de Publicidad Institucional del Parlamento de La Rioja recoge el conjunto de campañas de publicidad articuladas por la institución durante este ejercicio presupuestario. 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.

La Ley de Comunicación y Publicidad Institucional determina un conjunto de objetos para las campañas de publicidad, no pudiendo desarrollar otros que no vengan recogidos. En el caso del Parlamento de La Rioja por las características propias de la institución estos objetos se resumen en:

- Conocimiento de los valores y principios constitucionales y estatutarios.
- Los valores, señas de identidad o cualidades del territorio o de la población de la administración anunciante.
- Difundir la cultura y el patrimonio histórico de la Comunidad.

## 2. OBJETIVOS

Los objetivos del Plan de Publicidad del Parlamento de La Rioja para el año 2020 son:

- Recoger todas las campañas de publicidad que se prevean desarrollar con las indicaciones necesarias sobre el objeto de la campaña, el coste previsible, el plazo de ejecución, los canales de comunicación que se prevén utilizar y los públicos objetivos.
- Mejorar la objetividad en la elección de los intermediarios creativos y mediáticos de la publicidad avanzando en la transparencia y la apertura de la selección de los agentes colaboradores.
- Mejorar la transparencia de las campañas de publicidad institucional.

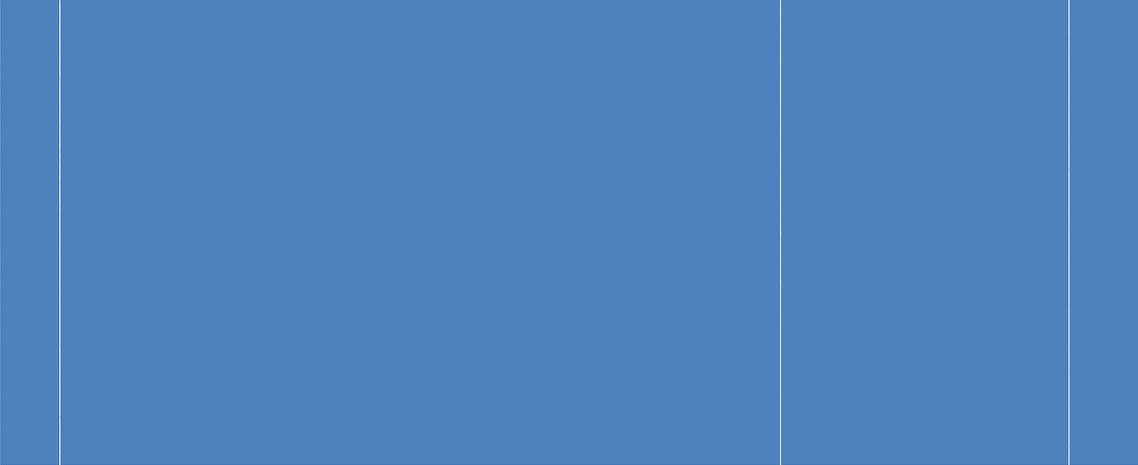
## 3. CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD DE 2020

El Plan de Publicidad Institucional del Parlamento de La Rioja para 2020 se compone de 2 campañas, la inversión asciende a 16.909,75 euros y están coordinadas por el Gabinete de la Presidencia del Parlamento.

El Parlamento de La Rioja distingue tres tipologías de campaña 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.
Cultural	Difundir y promocionar la cultura a través de iniciativas y actividades organizadas por el Parlamento.

De las dos campañas publicitarias realizadas en el año 2020, una se inscribe dentro de la tipología institucional y otra en la cultural.



# Campañas publicitarias para 2020

---

*Ficha resumen de las campañas publicitarias*

---

# PLAN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL 2020

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD			
<b>DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA</b>					
Denominación de la campaña					
Día de La Rioja 2020					
Responsable de la campaña					
Órgano		Correo electrónico		Teléfono	
Gabinete de Presidencia		comunicacion@parlamento-larioja.org		941 20 40 43	
<b>DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA</b>					
Tipología de la campaña			Descripción de la campaña		
Institucional		x		Campaña institucional del Día de La Rioja.	
Corporativa					
Cultural					
Objetivos de la campaña					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Divulgación histórica y cultural del Parlamento de La Rioja con motivo del Día de La Rioja.</li> <li>2. Promocionar el Pregón del Día de La Rioja, una cita tradicional en la víspera del Día de La Rioja que sirve para dar realce y significado a la primera reivindicación de los riojanos para constituirse como provincia.</li> <li>3. Difundir las señas de identidad riojanas y fomentar el conocimiento sobre el Estatuto de Autonomía.</li> </ol>					
Grupos objetivos de la campaña					
Múltiples grupos objetivos primarios y secundarios.					
Ámbito de influencia:		Comunidad Autónoma de La Rioja			
Duración:		Anual		Trimestral	
				Determinada	
				x	
Previsión de inicio:		Primer cuatrimestre		Segundo cuatrimestre	
				Tercer cuatrimestre	
<b>PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA</b>					
CREATIVIDAD PUBLICITARIA		Sí			
MEDIOS CONVENCIONALES			PUBLICIDAD EN INTERNET		
Radio				Diarios digitales	
				x	
Prensa		x		Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	
Televisión				Redes sociales	
				x	
Publicidad exterior				Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)	
				x	
<b>ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA</b>					
9.794,95 euros (IVA incluido)					



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL			
Ficha básica de publicidad			
<b>DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA</b>			
Denominación de la campaña			
12º Certamen de Nacional de Pintura Parlamento de La Rioja. Acciones Culturales			
Responsable de la campaña			
Órgano	Correo electrónico	Teléfono	
Gabinete de Presidencia	comunicacion@parlamento-larioja.org	941 20 40 43	
<b>DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA</b>			
Tipología de la campaña	Descripción de la campaña		
Institucional	<input type="checkbox"/>	Campaña para la promoción del Certamen de Nacional de Pintura y de las acciones culturales organizadas con motivo de la 12º edición	
Corporativa	<input type="checkbox"/>		
Cultural	<input checked="" type="checkbox"/>		
Objetivos de la campaña			
<ul style="list-style-type: none"><li>- Divulgación del 12º Certamen Nacional de Pintura Parlamento de La Rioja</li><li>- Divulgación de las acciones culturales para dar a conocer a todos los riojanos la exposición temporal del certamen</li><li>- Acercar la institución a los riojanos de todas las edades.</li></ul>			
Grupos objetivos de la campaña			
Diferentes segmentos de población. Especialmente jóvenes y adultos			
Ámbito de influencia:	Nacional e Internacional		
Duración:	Anual <input type="checkbox"/>	Trimestral <input type="checkbox"/>	Determinada <input checked="" type="checkbox"/>
Previsión de inicio:	Primer cuatrimestre <input type="checkbox"/>	Segundo cuatrimestre <input type="checkbox"/>	Tercer cuatrimestre <input type="checkbox"/>
<b>PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA</b>			
CREATIVIDAD PUBLICITARIA	Sí		
<b>MEDIOS CONVENCIONALES</b>		<b>PUBLICIDAD EN INTERNET</b>	
Radio	<input checked="" type="checkbox"/>	Diarios digitales	<input checked="" type="checkbox"/>
Prensa	<input checked="" type="checkbox"/>	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>	Redes sociales	<input checked="" type="checkbox"/>
Publicidad exterior	<input checked="" type="checkbox"/>	Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA</b>			
7.114,80 euros (IVA incluido)			