



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

---

*2021*

---

## 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.

Las Ley de Comunicación y Publicidad Institucional determina un conjunto de objetos para las campañas de publicidad, no pudiendo desarrollar otros que no vengán 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 2021 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 2021

El Plan de Publicidad Institucional del Parlamento de La Rioja para 2021 se compone de 5 campañas, la inversión asciende a 19.526,44 euros (más los 6.458,44 euros del 12º Certamen Nacional de Pintura) 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 cinco campañas publicitarias que se realizarán en el año 2021:

- “El Día de La Rioja” y “Camino de los 40” se inscriben dentro de la tipología institucional.
- “Un lugar para vivir” y el especial “Día de la Constitución” se inscriben dentro de la tipología corporativa
- “El 12º Certamen Nacional de Pintura” se inscribe dentro de la tipología cultural.



# Campañas publicitarias para 2021

---

*Ficha resumen de las campañas publicitarias*

---



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD					
<b>DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA</b>							
Denominación de la campaña							
Un lugar para vivir							
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			Campaña especial del Diario "El Día de La Rioja" para la promoción de los pequeños municipios riojanos				
Corporativa		X					
Cultural							
Objetivos de la campaña							
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Divulgación de la imagen institucional del Parlamento de La Rioja con una tirada especial de 10.00 ejemplares</li><li>2. Apoyar a los pequeños municipios riojanos mediante y promocionar la imagen y conocimiento de los mismos.</li><li>3. Difundir las señas de identidad riojanas</li></ol>							
Grupos objetivos de la campaña							
Jóvenes y adultos							
Ámbito de influencia:		Comunidad Autónoma de La Rioja					
Duración:		Anual		Trimestral		Determinada	x
Previsión de inicio:		Primer cuatrimestre	X	Segundo cuatrimestre		Tercer cuatrimestre	
<b>PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA</b>							
CREATIVIDAD PUBLICITARIA		No					
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....)				
<b>ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA</b>							
726,00 euros (IVA incluido)							



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL				
Ficha básica de publicidad				
<b>DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA</b>				
Denominación de la campaña				
Camino de los 40				
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 previa al 40 aniversario del Estatuto de Autonomía de la comunidad autónoma de La Rioja. - Hoy por Hoy desde el Parlamento - Podcast mensual "Camino de los 40" - Foro Virtual: debate y análisis		
Corporativa				
Cultural				
Objetivos de la campaña				
<ul style="list-style-type: none"><li>- Comunicación previa a la celebración del 40º aniversario del Estatuto de Autonomía de La Rioja</li><li>- Análisis, debate y difusión de la parte más política e histórica de la comunidad autónoma</li><li>- Acercar la historia de la región y 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:	Regional y Nacional			
Duración:	Anual	Trimestral	Determinada	x
Previsión de inicio:	Primer cuatrimestre	X	Segundo cuatrimestre	Tercer cuatrimestre
<b>PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA</b>				
CREATIVIDAD PUBLICITARIA	No			
<b>MEDIOS CONVENCIONALES</b>		<b>PUBLICIDAD EN INTERNET</b>		
Radio	x	Diarios digitales		
Prensa		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>				
6.776,00 euros (IVA incluido)				



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD				
<b>DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA</b>						
Denominación de la campaña						
Día de La Rioja 2021						
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	x	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>						
10.415,08 euros (IVA incluido)						



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD							
<b>DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA</b>									
Denominación de la campaña									
Programa especial "Día de la Constitución"									
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		Campaña de Onda Cero por el Día de la Constitución Española							
Corporativa						X			
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 la Constitución.</li><li>2. Promocionar la institución mediante la emisión del programa de radio "Más de Uno La Rioja" de Onda Cero Rioja, en directo desde el edificio del Parlamento de La Rioja.</li><li>3. Dar a conocer el funcionamiento de la Cámara Legislativa por medio de entrevistas y promoción en RRSS</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		X	
<b>PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA</b>									
CREATIVIDAD PUBLICITARIA		No							
MEDIOS CONVENCIONALES			PUBLICIDAD EN INTERNET						
Radio		x		Diarios digitales					
Prensa				Motores de búsqueda, blogs y publicidad online					
Televisión				Redes sociales		x			
Publicidad exterior				Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)					
<b>ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA</b>									
1.609,36 euros (IVA incluido)									



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL					
Ficha básica de publicidad					
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
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		
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA					
Tipología de la campaña		Descripción de la campaña			
Institucional		Campaña para la promoción de la exposición temporal del 12º Certamen de Nacional de Pintura y de las acciones culturales organizadas con motivo de la 12º edición			
Corporativa					
Cultural				X	
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	Trimestral	Determinada	X
Previsión de inicio:		Primer cuatrimestre	X	Segundo cuatrimestre	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			Redes sociales		X
Publicidad exterior		X	Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)		X
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
19.763, 54 euros (IVA incluido)					