



Plan de Publicidad Parlamento de La Rioja

2023

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 2023 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 2023

El Plan de Publicidad Institucional del Parlamento de La Rioja para 2023 se compone de 8 campañas, la inversión asciende a 70.000,00 euros (de los que 20.000,00 euros están destinados a la promoción de la exposición temporal del 13º 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 2023:

- “La SER conversa... Cambio Climático” de Radio Rioja
- Anuario 2022 de Grupo Promecal.
- Día Internacional de la Mujer #8M de Nuevecuatrouno.com
- “Un lugar para vivir 2023” de Grupo Promecal
- Emisión en directo del programa “Más de uno La Rioja” de Onda Cero
- Espacio mensual en TVR
- Reportaje mensual en Diario La Rioja
- Espacio quincenal “Escaño 7” en 7 La Rioja TV
- “9 de Junio, Día de La Rioja”
- “El 13º Certamen Nacional de Pintura”.



Campañas publicitarias para 2023

Ficha resumen de las campañas publicitarias



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD			
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
La SER conversa... Cambio Climático					
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		<p>Dentro de las jornadas de debate que Radio Rioja organiza entre 2022 y 2023, 31 de enero se desarrolló la jornada sobre "Cambio Climático". Jornadas realizadas en el campus de la Universidad de La Rioja donde se invito a varios expertos y expertas para hablar y exponer distintos puntos de vista en la materia.</p> <p>La clausura incluyo una conexión en directo con el programa Hoy por Hoy de la Cadena SER a nivel nacional.</p>			
Corporativa	X				
Cultural					
Objetivos de la campaña					
<ol style="list-style-type: none"> Difusión de la identidad institucional sobre una materia de total actualidad y con vinculación directa en la labor legislativa del Parlamento de La Rioja. Promoción de la actividad parlamentaria vigente, actual y en proceso de tramitación. (* En la semana del desarrollo de las jornadas se finalizaron las comisiones donde comparecieron expertos en la materia para la tramitación del Proyecto de Ley de Cambio Climático en La Rioja. 					
Grupos objetivos de la campaña					
Radio oyentes, consumidores de podcast, expertos en la materia, estudiantes universitarios y público en general					
Ámbito de influencia:		Nacional			
Duración:	Anual		Trimestral		Determinada
					X
Previsión de inicio:	Primer cuatrimestre		Segundo cuatrimestre		Tercer cuatrimestre
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA					
CREATIVIDAD PUBLICITARIA		Sí			
MEDIOS CONVENCIONALES			PUBLICIDAD EN INTERNET		
Radio		X	Diarios digitales		
Prensa			Motores de búsqueda, blogs y publicidad online		
Televisión			Redes sociales		X
Publicidad exterior		X	Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)		
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
1.210,00 euros (IVA incluido)					



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD					
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA							
Denominación de la campaña							
Anuario 2022 de El 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			Campaña "Anuario 2022" del Diario El Día de La Rioja. Campaña especial por la que se publicó una sección especial con los acontecimientos y noticias más destacados de 2022.				
Corporativa							
Cultural							
			X				
Objetivos de la campaña							
3. Difusión de la identidad institucional en un especial dedicado a destacar las noticias y acontecimientos más destacables del año 2021.							
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	
						x	
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA							
CREATIVIDAD PUBLICITARIA		Sí					
MEDIOS CONVENCIONALES			PUBLICIDAD EN INTERNET				
Radio			Diarios digitales				
Prensa			X Motores de búsqueda, blogs y publicidad online				
Televisión			Redes sociales				
Publicidad exterior			Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)				
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA							
2.241,53 euros (IVA incluido)							



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA			
Denominación de la campaña			
Día Internacional de La Mujer			
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 especial "Día Internacional de La Mujer" de Nuevecuatrouno.com	
Corporativa	X		
Cultural			
Objetivos de la campaña			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Divulgación de la imagen del Parlamento con motivo de la celebración del Día Internacional de La Mujer 2. Imagen dinámica en color morado con el logo del Parlamento y distribución del Hemiciclo con los escaños ocupados por mujeres señalados en color morado combinado con el texto "El Parlamento de La Rioja es una institución comprometida con la igualdad". 			
Grupos objetivos de la campaña			
Todos los públicos			
Ámbito de influencia:		Comunidad Autónoma de La Rioja	
Duración:	Anual	Trimestral	Determinada x
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	x
Prensa	x	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	
Televisión		Redes sociales	x
Publicidad exterior		Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA			
423,50 euros (IVA incluido)			



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD			
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
Un Lugar para vivir de El 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			Campaña especial llevada a cabo por El Día de La Rioja que se publica el 30 de marzo en la que se da protagonismo a los municipios de la Comunidad Autónoma de La Rioja más un publireportaje a cargo del Parlamento de La Rioja con la actividad más relevante llevada a cabo durante la legislatura		
Corporativa					
Cultural					
			X		
Objetivos de la campaña					
<ol style="list-style-type: none"> 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 a través de un medio visual. 3. Formar parte de una campaña donde los municipios riojanos toman protagonismo. El Parlamento de La Rioja como fiel reflejo de toda la ciudadanía riojana y de todos sus municipios. 					
Grupos objetivos de la campaña					
Todos los públicos					
Ámbito de influencia:		Comunidad Autónoma de La Rioja			
Duración:		Anual	Trimestral	Determinada	X
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			x Motores de búsqueda, blogs y publicidad online		
Televisión			Redes sociales		
Publicidad exterior			Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)		
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
2.241,53 euros (IVA incluido)					



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL			
Ficha básica de publicidad			
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA			
Denominación de la campaña			
Emisión del programa "Más de uno La Rioja" de Onda Cero			
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		Emisión en directo del programa de radio regional "Más de Uno La Rioja" con Cecilia Romero de Onda Cero La Rioja	
Corporativa	X		
Cultural			
Objetivos de la campaña			
<ul style="list-style-type: none"> - Emisión en directo del programa de radio regional con conexiones en directo al nacional - Dar a conocer la actividad parlamentaria e institucional a través de una entrevista al presidente del Parlamento - Entrevista con personales de la actualidad parlamentaria, con la actividad diaria y actual, cuyo objetivo es acercar el trabajo de los parlamentarios y parlamentarias a la ciudadanía riojana 			
Grupos objetivos de la campaña			
Público más adulto y oyentes de radio en la franja horaria matutina			
Ámbito de influencia:	Regional		
Duración:	Anual	Trimestral	Determinada X
Previsión de inicio:	Primer cuatrimestre	Segundo cuatrimestre	Tercer cuatrimestre
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA			
CREATIVIDAD PUBLICITARIA	Sí		
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....)	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA			
3.000.,00 euros (IVA incluido)			



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL			
Ficha básica de publicidad			
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA			
Denominación de la campaña			
Reportaje mensual en Diario 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		Reportaje mensual en Diario La Rioja para difusión de información en materia de legislación y otros temas de carácter institucional. Reportaje mensual en Diario La Rioja con temas propuestos por el Parlamento	
Corporativa	X		
Cultural			
Objetivos de la campaña			
- Reserva de un espacio en el diario escrito y digital de difusión de La Rioja para transmitir información legislativa y parlamentaria relevante.			
Grupos objetivos de la campaña			
Diferentes segmentos de población. Especialmente adultos y mayores consumidores de prensa regional			
Ámbito de influencia:	Regional		
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		Diarios digitales	
Prensa	X	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	
Televisión		Redes sociales	X
Publicidad exterior		Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA			
4.840.,00 euros (IVA incluido)			

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD			
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
Programa televisivo TVR					
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		Espacio en el canal regional TVR (grupo Vocento) para la difusión de la actividad parlamentaria e institucional. Espacio mensual dedicado a la actividad parlamentaria incluido en una sección de actualidad del canal.			
Corporativa	X				
Cultural					
Objetivos de la campaña					
<ol style="list-style-type: none"> 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 a través de un medio visual. 3. Posibilidad de realizar programas activos y dinámicos en los que participen diversos actores relacionados con el Parlamento de La Rioja. 					
Grupos objetivos de la campaña					
Múltiples grupos objetivos primarios y secundarios (en función de la programación)					
Ámbito de influencia:		Comunidad Autónoma de La Rioja			
Duración:	Anual	X	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		X	Redes sociales		X
Publicidad exterior			Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)		
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
5.000,00 euros (IVA incluido)					

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD			
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA					
Denominación de la campaña					
Programa televisivo La 7 Rioja TV					
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		Programa especial en el canal regional La 7 Rioja TV (grupo Promecal) para la difusión de la actividad parlamentaria e institucional. Espacio mensual dedicado a la actividad parlamentaria incluido en una sección de actualidad del canal.			
Corporativa	X				
Cultural					
Objetivos de la campaña					
<ul style="list-style-type: none"> 4. Transmisión de la información más relevante relacionada con la actividad parlamentaria e institucional. 5. Acercamiento de la sociedad riojana a la Cámara Legislativa de La Rioja a través de un medio visual. 6. Posibilidad de realizar programas activos y dinámicos en los que participen diversos actores relacionados con el Parlamento de La Rioja. 					
Grupos objetivos de la campaña					
Múltiples grupos objetivos primarios y secundarios (en función de la programación)					
Ámbito de influencia:		Comunidad Autónoma de La Rioja			
Duración:	Anual	X	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	X	Redes sociales			X
Publicidad exterior		Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)			
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA					
6.679,20 euros (IVA incluido)					



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL			
Ficha básica de publicidad			
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA			
Denominación de la campaña			
13º Certamen de Nacional de Pintura Parlamento de La Rioja. Promoción de la exposición temporal.			
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 y publicidad del 13º Certamen Nacional del Parlamento de La Rioja.	
Corporativa			
Cultural	X		
Objetivos de la campaña			
<ul style="list-style-type: none"> - Divulgación del 13º Certamen Nacional de Pintura Parlamento de La Rioja - Promoción y publicidad de los horarios de visita, visitas guiadas y visitas virtuales de la exposición temporal. - Dar protagonismo a este certamen nacional dando a conocer a los que integran todas las fases del concurso (jurado, director, participantes, ganadores y colaboradores). 			
Grupos objetivos de la campaña			
Diferentes segmentos de población. Especialmente jóvenes y adultos. Público interesado en las Artes Plásticas.			
Ámbito de influencia:	Nacional		
Duración:	Anual	Trimestral	Determinada X
Previsión de inicio:	Primer cuatrimestre X	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	X
Televisión	X	Redes sociales	X
Publicidad exterior	X	Publicaciones (folletos, dípticos, otros...)	X
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA			
20.235,00 euros (IVA incluido)			



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL			
Ficha básica de publicidad			
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA			
Denominación de la campaña			
Otras campañas			
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	Reservaremos una partida presupuestaria del Plan de Publicidad anual para participar en posibles campañas desarrolladas por los medios, no previstas al comienzo del ejercicio.	
Corporativa	X		
Cultural			
Objetivos de la campaña			
<ul style="list-style-type: none"> - Difusión de la imagen institucional y corporativa del Parlamento - Colaborar con las iniciativas publicitarias de los distintos medios de comunicación - Aumentar la visibilidad y conocimiento de la institución 			
Grupos objetivos de la campaña			
Diferentes segmentos de población, en función de las campañas			
Ámbito de influencia:	Regional		
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	X	Diarios digitales	x
Prensa	X	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	X
Televisión	X	Redes sociales	x
Publicidad exterior		Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)	
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA			
8.850,00 euros (IVA incluido)			