

PLAN ANUAL DE  
PUBLICIDAD  
INSTITUCIONAL  
DEL PARLAMENTO  
DE LA RIOJA

*2017*

## 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 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 2017 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 2017

El Plan de Publicidad Institucional del Parlamento de La Rioja para 2017 se compone de 2 campañas, la inversión asciende a 10.155,85 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 2017, una se inscribe dentro de la tipología institucional y otra en la cultural.

# CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE 2017

Fichas resumen de las campañas publicitarias



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD					
<b>DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA</b>							
Denominación de la campaña							
Día de La Rioja 2017							
Responsable de la campaña							
Órgano		Correo electrónico		Teléfono			
Gabinete de Presidencia		gabinete.presidencia@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				
Prensa		x	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online				
Televisión			Redes sociales				
Publicidad exterior			Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)				
<b>ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA</b>							
6.963,55 euros (IVA incluido)							



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL			
Ficha básica de publicidad			
<b>DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA</b>			
Denominación de la campaña			
10º Certamen de Nacional de Pintura Parlamento de La Rioja. Acciones Culturales			
Responsable de la campaña			
Órgano	Correo electrónico	Teléfono	
Gabinete de Presidencia	gabinete.presidencia@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 10º edición	
Corporativa	<input type="checkbox"/>		
Cultural	<input checked="" type="checkbox"/>		
Objetivos de la campaña			
<ul style="list-style-type: none"><li>- Divulgación del 10º 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 familias y jóvenes.			
Ámbito de influencia:	La Rioja		
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 type="checkbox"/>	Motores de búsqueda, blogs y publicidad online	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>	Redes sociales	<input type="checkbox"/>
Publicidad exterior	<input type="checkbox"/>	Publicaciones (folletos, dípticos, otros....)	<input type="checkbox"/>
<b>ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA</b>			
3.192,3 euros (IVA incluido)			

INFORME  
Y EVALUACIÓN  
DE LAS CAMPAÑAS  
DE PUBLICIDAD

#### 4. INFORME Y EVALUACIÓN ANUAL

El Parlamento de La Rioja articuló en año 2017 dos campañas de publicidad una institucional con motivo del Día de La Rioja y otra cultural para promocionar las acciones culturales organizadas con motivo de la 10ª edición del Certamen de Pintura. A continuación se detallan las campañas incluyendo los planes de medios correspondientes:



PARLAMENTO  
DE LA RIOJA

## PLAN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL 2017

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA			
Denominación de la campaña		Importe	
Día de La Rioja 2017		6.963,55 euros (IVA incluido)	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA			
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>			
Plan de medios			
Prensa Escrita: Rioja Medios (Diario La Rioja): <b>2.420 euros</b> Promotores de Medios Riojanos (Noticias de La Rioja): <b>2.359, 50 euros.</b> On Media News (Gente): <b>1.633,50 euros.</b>			
Se optó por articular esta campaña en prensa escrita por la intención de llegar al mayor número posible de riojanos, tras analizar la difusión de los medios de prensa escrita en estos días festivos y teniendo en cuenta el presupuesto de publicidad del Parlamento de La Rioja para todo el año 2017 que asciende a 21.000 euros.			
CREATIVIDAD PUBLICITARIA		Código Zeta: 550,55 euros	



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD	
<b>DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA</b>			
<b>Denominación de la campaña</b>		<b>Importe</b>	
10º Certamen de Nacional de Pintura Parlamento de La Rioja. Acciones Culturales		3.192,3 euros (IVA incluido)	
<b>DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA</b>			
<b>Tipología de la campaña</b>		<b>Descripción de la campaña</b>	
Institucional		Campaña para la promoción del Certamen de Nacional de Pintura y de las acciones culturales organizadas con motivo de la 10º edición	
Corporativa			
Cultural	x		
<b>Objetivos de la campaña</b>			
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Divulgación del 10º Certamen Nacional de Pintura Parlamento de La Rioja.</li><li>2. Divulgación de las acciones culturales para dar a conocer a todos los riojanos la exposición temporal del certamen.</li><li>3. Acercar la institución a los riojanos de todas las edades.</li></ol>			
<b>Plan de medios</b>			
Internet y medios digitales: <ul style="list-style-type: none"><li>• Guía Go: <b>290, 40 euros</b></li><li>• El Balcón de Mateo: <b>302,50 Euros</b></li><li>• Atres Comunicación: Spoonful: <b>508,8 Euros</b></li></ul>			
Radio (acciones culturales) <ul style="list-style-type: none"><li>• Cope (8 de marzo a 24 de marzo): <b>740,52 euros</b></li><li>• Onda Cero: <b>493,68 euros</b></li><li>• Radio Rioja: <b>1.036,728 Euros</b></li></ul>			
<p>Las acciones culturales organizadas por el Parlamento de La Rioja para promocionar y divulgar la exposición temporal del 10º Certamen de Pintura se programaron para diferentes segmentos de público: familia, jóvenes y adultos con el objetivo de dar a conocer el certamen, la institución y despertar el interés por el arte de los riojanos. Con esta premisa, en el Plan de Medios se optó por articular publicidad en publicaciones de ocio y cultura como Guía Go o Spoonful y en otros medios digitales que ofertan planes para niños y familias (El Balcón de Mateo).</p> <p>La exposición estuvo abierta desde el 7 hasta el 31 de marzo y las actividades se desarrollaron el mes, por lo que se optó por completar la publicidad con cuñas radiofónicas durante varios días para recordar al público las diferentes acciones desarrolladas.</p>			
<b>CREATIVIDAD PUBLICITARIA</b>		Incluida dentro de la creatividad de la 10º edición del Certamen (Año 2016)	