



Plan de Publicidad Parlamento de La Rioja

2019

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 2019 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 2019

El Plan de Publicidad Institucional del Parlamento de La Rioja para 2019 se compone de 2 campañas, la inversión asciende a 11.714,01 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 2019, una se inscribe dentro de la tipología institucional y otra en la cultural.



Campañas publicitarias para 2019

Ficha resumen de las campañas publicitarias




PLAN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL 2019

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD					
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA							
Denominación de la campaña							
Día de La Rioja 2019							
Responsable de la campaña							
Órgano		Correo electrónico		Teléfono			
Gabinete de Presidencia		gabinete.presidencia@parlamento-larioja.org		941 20 40 43			
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">1. Divulgación histórica y cultural del Parlamento de La Rioja con motivo del Día de La Rioja.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.3. Difundir las señas de identidad riojanas y fomentar el conocimiento sobre el Estatuto de Autonomía.							
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	
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							
7.362,85 (IVA incluido)							



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL			
Ficha básica de publicidad			
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA			
Denominación de la campaña			
11º 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	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA			
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 11º edición	
Corporativa	<input type="checkbox"/>		
Cultural	<input checked="" type="checkbox"/>		
Objetivos de la campaña			
<ul style="list-style-type: none">- Divulgación del 11º Certamen Nacional de Pintura Parlamento de La Rioja- Divulgación de las acciones culturales para dar a conocer a todos los riojanos la exposición temporal del certamen- Acercar la institución a los riojanos de todas las edades.			
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"/>
PLAN DE MEDIOS DE LA CAMPAÑA			
CREATIVIDAD PUBLICITARIA	Sí		
MEDIOS CONVENCIONALES		PUBLICIDAD EN INTERNET	
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"/>
ESTIMACIÓN PREVIA DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA			
4.351,16 euros (IVA incluido)			



Informe y evaluación final de las campañas de 2018



4. INFORME Y EVALUACIÓN ANUAL

El Parlamento de La Rioja articuló en año 2018 tres campañas de publicidad: una institucional con motivo del Día de La Rioja, otra corporativa para promocionar la exposición conmemorativa del 30º aniversario del Parlamento de La Rioja en el Convento de la Merced y otra cultural para promocionar las acciones culturales organizadas con motivo de la 11ª edición del Certamen de Pintura. A continuación se detallan las campañas realizadas incluyendo los planes de medios correspondientes:



PLAN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL 2019

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA			
Denominación de la campaña		Importe	
Día de La Rioja 2018		7068,50 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">1. Divulgación histórica y cultural del Parlamento de La Rioja con motivo del Día de La Rioja.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.3. Difundir las señas de identidad riojanas y fomentar el conocimiento sobre el Estatuto de Autonomía.			
Plan de medios			
Prensa Escrita: Rioja Medios (Diario La Rioja): 2.420 euros IVA Incluido Promotores de Medios Riojanos (Noticias de La Rioja): 2.359, 50 euros. IVA Incluido On Media News (Gente): 1.633,50 euros. IVA Incluido			
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 que el presupuesto para publicidad y propaganda del que dispone el Parlamento de La Rioja para todo el año 2018 asciende a 21.000 euros.			
CREATIVIDAD PUBLICITARIA		Código Zeta: 655,50 euros (IVA incluido)	



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA			
Denominación de la campaña		Importe	
Exposición conmemorativa del 30º aniversario del Parlamento en el convento de la Merced		10.072 euros (IVA incluido)	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA			
Tipología de la campaña		Descripción de la campaña	
Institucional		Campaña para la promoción de la exposición conmemorativa del 30º aniversario del Parlamento de La Rioja en el convento de la Merced	
Corporativa	X		
Cultural			
Objetivos de la campaña			
<ol style="list-style-type: none">1. Divulgación del 30º aniversario de la inauguración de la sede parlamentaria2. Promover el conocimiento de la institución en todos sus ámbitos.3. Acercar la institución a los riojanos de todas las edades.4. Poner en valor la relevancia de la institución para la sociedad y dar a conocer su historia.			
Plan de medios			
Radio:			
<ul style="list-style-type: none">• Cope (34 cuñas): 1.077 euros IVA incluido• Onda Cero (68 cuñas): 947 Euros• Radio Rioja (34 cuñas + realización cuñas): 1.234 Euros IVA Incluido			
Internet y medios online:			
<ul style="list-style-type: none">• El Balcón de Mateo (Banner 1/10 hasta 28/12): 992,20 euros IVA incluido• Spoonful: (Opción rotativa, dos meses banner bajo mancheta y uno lateral): 665,5 euros IVA incluido• NueveCuatroUno (banner columna derecha en todas las páginas excepto planes y especiales): 889,35 Euros IVA incluido• Rioja2 (Banner diario en portada): 1.000 euros IVA incluido• Larioja.com (cintillo en sección cultura): 2.178 euros IVA incluido• Noticias de La Rioja (banner superior, medio o inferior): 1.089 euros IVA incluido			
<p>Para publicitar esta exposición conmemorativa se optó por la inserción de banners en medios digitales tanto de información general como otros culturales y que ofertan planes para niños y familias. El público objetivo de esta muestra era muy variado y la exposición se mantuvo en el tiempo desde el 8 de octubre hasta el 28 de diciembre de 2018 por lo que pensamos que esta opción era la mejor para publicitar la muestra durante todo el periodo que estuvo abierta al público.</p> <p>Asimismo, la publicidad se completó con una campaña radiofónica, centrada sobre todo en promocionar las visitas programadas con cuñas distribuidas en los diferentes meses que estuvo abierta al público.</p> <p>La exposición fue visitada por un total de 5.269 personas.</p>			
CREATIVIDAD PUBLICITARIA		Incluida dentro de la adjudicación del contrato a la UT Divulga el Parlamento.	



PUBLICIDAD INSTITUCIONAL		FICHA BÁSICA DE PUBLICIDAD	
DATOS DESCRIPTIVOS DE LA CAMPAÑA			
Denominación de la campaña		Importe	
11º Certamen de Nacional de Pintura Parlamento de La Rioja.		5.967 euros (IVA incluido)	
DATOS TÉCNICOS DE LA CAMPAÑA			
Tipología de la campaña		Descripción de la campaña	
Institucional		Campaña para la promoción de las bases Certamen de Nacional de Pintura y la apertura del plazo de inscripción para la presentación de obras.	
Corporativa			
Cultural	x		
Objetivos de la campaña			
<ol style="list-style-type: none">1. Divulgación del 11º Certamen Nacional de Pintura Parlamento de La Rioja.2. Promover la participación de los pintores nacionales y riojanos en la undécima edición.			
Plan de medios			
Internet y medios digitales: <ul style="list-style-type: none">• Descubrir el Arte (Banner rotación 14/12 al 14/01 y dos post en octubre y diciembre): 1.853 euros IVA incluido• Exit Express (3megabanner lateral 23/10 al 14/01, apoyo redaccional y redes): 1.452 Euros IVA incluido• InfoenPunto (megabanner superior 14/12 al 14/01): 605 Euros IVA Incluido• Arte Informado (Opción combinada robapáginas 23/10 al 2/11 y 14/12 al 14/01 + boletín 25/10, 01/11, 13/12 y 03/01): 1089 euros IVA incluido• Spoonful (Banner lateral desde 23/10 hasta el 16/02 + reportajes: 968 euros IVA incluido			
Para publicitar las bases del Certamen de Pintura y promover los pintores tanto riojanos como del resto de España se opta por una campaña publicitaria en medios digitales especializados en el mundo del arte y la cultura a nivel nacional. También se incluye en la campaña a Spoonful, medio digital regional cultural.			
En esta edición han participado 422 pintores.			
CREATIVIDAD PUBLICITARIA		Incluida dentro de la creatividad de la 11º edición del Certamen	