

INFORME PROPUESTA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL 2023 DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN DEL GOBIERNO DE ARAGÓN

La Dirección de Comunicación Gobierno de Aragón, adscrita al Departamento de Presidencia y Relaciones Institucionales, tiene como uno de sus objetivos comunicar las actuaciones del Gobierno de Aragón que afectan a todos los aragoneses a través de los diferentes canales mediáticos.

En el desarrollo de sus actuaciones tiene que ajustarse a lo previsto en la Ley 16/2003, de 24 de marzo sobre la actividad publicitaria de las Administraciones Públicas de Aragón. Esta regulación afecta entre otras cuestiones a los contratos de publicidad, difusión publicitaria y creación publicitaria, cuya adjudicación se somete a los criterios del artículo 5 de la citada Ley, de forma que la inversión en inserciones publicitarias se realice de acuerdo con la rentabilidad del impacto, la adecuación al público destinatario o cualquier otro criterio objetivo.

Por ello para cada campaña, la Dirección de Comunicación elabora un Plan de Medios que refleje, de forma generalista, el conjunto de los **medios de comunicación** (prensa, radio, tv e internet) en los que se insertará la publicidad, repartiendo la inversión según los medidores de medios, su temática y su distribución geográfica para así ajustar el coste por impacto sin olvidar que el ROI (retorno de la inversión) no puede medirse con las variables a lo que sería un plan convencional de publicidad.

Para el ejercicio 2023, la Dirección de Comunicación quiere dar transparencia a su actividad contractual aprobando un Plan anual de Comunicación que integre las actuaciones previstas con cargo a su presupuesto de 2023. En este documento se integran las diferentes campañas generales planificadas para el año 2023, a tenor de la información de interés público, aunque en función de la actualidad informativa, pueden ser sustituidas por otras, o bien incrementarse la dotación económica si varía la disponibilidad presupuestaria.

En todo caso la planificación del Plan de Medios y de las campañas del Gobierno de Aragón sigue unas pautas y unas directrices desde 2015 marcadas por el interés público o interés social del mismo. Es conocido que el Plan de Medios y las campañas deben estar adaptadas en algunos casos a la propia actividad institucional -ya que es necesario publicitar convocatorias públicas de subvenciones o ayudas u otros temas de apoyo a sectores sociales determinados. Hay que señalar que las necesidades de divulgación de determinadas campañas se adaptan a los tiempos de las mismas. Esto es, determinadas campañas sanitarias (vacunaciones, etc...), escolarización, ayudas sociales, económicas o de otro tipo. Las acciones contempladas atienden al principio de transparencia y, por supuesto, al interés público o social, ya que son Imprescindibles para que la ciudadanía tenga conocimiento de muchas de las medidas que se ponen en marcha y que se publican en los diarios oficiales. La publicidad cumple evidentemente en todos estos casos una función social imprescindible para que convocatorias públicas y medidas determinadas lleguen a toda la ciudadanía.

En el Anexo a este informe se incluye el objetivo genérico de cada campaña, su planificación temporal y el importe de la inversión prevista.

Esta distribución tiene el condicionante de la partida presupuestaria destinada a este gasto en los Presupuestos del Departamento de Presidencia y Relaciones Institucionales, programa 12.1, que asciende en 2023 a la cantidad de 2.450.000 de euros.

La mayoría de estas campañas se distribuirán en todos los soportes atendiendo a los criterios anteriormente explicados.

Asimismo, la actualidad informativa y la propia dinámica del Gobierno de Aragón obliga a la previsión de campañas que puedan sobrevenir a esta planificación; para ello se contempla en el Plan un apartado denominado Actualidad Institucional que permitirá, con el presupuesto indicado, atender a ese tipo de incidencias.

A la hora de contratar la publicidad se tendrá en cuenta las limitaciones que pudieran darse por coincidir con algún período electoral y establecidas en el artículo 7 de la Ley 16/2003, de 24 de marzo, sobre la actividad publicitaria de las Administraciones Públicas de Aragón, en el que se dispone que la publicidad institucional no podrá realizarse en el período comprendido entre la convocatoria de las elecciones y el día de su celebración, a excepción de la publicidad estrictamente necesaria para el normal funcionamiento de los servicios administrativos que se establezcan en la normativa legal y para la salvaguarda del interés general.

En todo caso, dado que está previsto celebrar elecciones autonómicas y locales el próximo 28 de mayo, aunque el Plan contemple las actuaciones para todo el año 2023, la contratación de las campañas que tienen una vigencia anual se realizará teniendo en cuenta esta circunstancia y se evitará, siempre que sea posible, contratar actuaciones que vayan más allá de la actual legislatura.

TODAS las acciones contempladas en este Plan tendrán su informe preceptivo y detallado de la inversión en publicidad atendiendo así al principio de Transparencia y de igualdad a tenor de lo establecido en el "Artículo 5. Criterios de contratación" de la Ley 16/2003, de 24 de marzo, sobre la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Aragón:

1. Los contratos de publicidad, difusión publicitaria y creación publicitaria en los que fueren parte las administraciones, los organismos y las empresas públicas comprendidos en el ámbito de aplicación de esta Ley, se ajustarán a los principios contenidos en la misma y a lo dispuesto en la normativa vigente en materia de contratación de las Administración públicas, con respeto a los principios de libre concurrencia e igualdad entre los licitadores.

2. Ninguna empresa informativa podrá ser excluida de la publicidad de las Administraciones Públicas de Aragón o de sus organismos públicos y sociedades por razones distintas a las objetivas que guían la inversión publicitaria, como son la rentabilidad del impacto o la adecuación al público objetivo."

Zaragoza, a 18 de enero de 2023

EL DIRECTOR DE COMUNICACIÓN

Consta la firma

Fdo.: Ramón Buetas Coronas

CAMPAÑAS 2023 REAL	TIMING												IMPORTE
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total
REDES SOCIALES	Redes Sociales	Redes Sociales	Redes sociales	Redes sociales	Redes Sociales	Redes Sociales	Redes Sociales	Redes Sociales	Redes Sociales	Redes Sociales	Redes Sociales	Redes Sociales	35.000
Sanidad	Boletín	Boletín	Boletín	Boletín	Boletín	Boletín	Boletín	Boletín	Boletín	Boletín	Boletín	Boletín	50.000
VIOLENCIA DE GÉNERO					Violencia de género								20.000
Aragón Universal													300.000
Aniversario Papa Luna													250.000
ACOSO ESCOLAR				Acoso escolar									35.000
VIVIENDA					Alquiler					Alquiler			10.000
Gripe										Gripe			20.000
DÍA DE ARAGÓN					Día de Aragón								50.000
ESCOLARIZACIÓN				Escolarización									75.000
Hacienda cambios tributos													30.000
TRAIL BENASQUE							Trail Benasque						25.000
QH/ Ciclismo						QH			Vuelta España				70.000
INCENDIOS	Incendios						Incendios	Incendios					150.000
Especial Teruel										Teruel amantes			50.000
ALIMENTOS DE ARAGÓN				Alimentos Aragón					Alimentos Aragón			Alimentos Ara	30.000
DÍA DE LA CONSTITUCIÓN												Día Constitución	30.000
NIEVE											Nieve	Nieve	120.000
ARAGÓN 2023 radio													450.000
Aragón 2023 prensa,digital y tv													420.000
PLATAFORMA LOGÍSTICA			Plataforma	Plataforma						Plataforma			75.000
ACTUALIDAD INSTITUCIONAL													30.000
Servicios sociales													45.000
Montañas seguras													30.000
DESPOBLACIÓN													15.000
Campaña Autonomos y Economía social									Autonomos y Economía Social				35.000
Formación y empleo					Formación y Empleo								35.000
												TOTAL:	2.450.000