

RESOLUCIÓN DE LA DIRECTORA GERENTE DEL INSTITUTO ARAGONÉS DE FOMENTO, POR LA QUE SE ACUERDA LA APROBACIÓN DEL PLAN ANUAL DE MEDIOS DEL INSTITUTO ARAGONÉS DE FOMENTO PARA LA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DURANTE EL EJERCICIO 2023.

El Estatuto de Autonomía de Aragón, en su artículo 35.1.20, reconoce a la Comunidad Autónoma de Aragón la competencia exclusiva en materia de publicidad, sin perjuicio de las normas generales dictadas por el Estado para sectores y medios específicos. La regulación legal de esta materia en España tiene su marco jurídico en la Ley 29/2005, de 29 de diciembre de Publicidad y Comunicación Institucional que establece el régimen jurídico de las campañas institucionales de publicidad y comunicación contratadas por la Administración General del Estado y por las demás entidades integrantes del sector público estatal.

En el ámbito autonómico es la Ley 16/2003, de 24 de marzo, sobre Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Aragón la que regula la publicidad institucional. Esta Ley establece en su artículo 3.2 los siguientes objetivos para la utilización de la publicidad institucional:

- a) Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales.
- b) Informar sobre la existencia, composición y funcionamiento de las instituciones públicas; sobre las actividades y proyectos ejecutados, y sobre los servicios prestados por cada Administración pública en el ámbito de sus atribuciones y competencias.
- c) Difundir la imagen de Aragón o del ámbito propio de cada Administración.
- d) Constituir un instrumento útil para el desarrollo del territorio al que va dirigida.
- e) Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia y la solidaridad.
- f) Velar por los derechos de los destinatarios de sus mensajes.
- g) Implicar a la ciudadanía en el objetivo de lograr una sociedad cohesionada y avanzada en cuanto a conciencia cívica y progreso económico y social.

Por otra parte, el Decreto Legislativo 4/2000, de 29 de junio, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Instituto Aragonés de Fomento modificado por la Ley 2/2016, de 28 de enero, de Medidas Fiscales y Administrativas de la Comunidad Autónoma de Aragón y, posteriormente, por el Decreto Ley 8/2019, de 24 de septiembre del Gobierno de Aragón, establece que son objetivos fundamentales del instituto:

- a) Favorecer el desarrollo socioeconómico de Aragón.
- b) Favorecer el incremento y consolidación del empleo.
- c) Corregir los desequilibrios intraterritoriales.

Para la consecución de los objetivos el artículo 4 del referido texto refundido establece que son funciones del Instituto Aragonés de Fomento las siguientes:

- a) La promoción de proyectos de inversión, públicos y privados, con especial incidencia en las zonas menos desarrolladas del territorio aragonés. A tal fin podrá otorgar avales, conceder préstamos y subvenciones, participar en el accionariado de los mismos,

promover la entrada de otros socios financieros y efectuar seguimiento y apoyo a la

gestión y desarrollo de estos proyectos.

b) La promoción de infraestructuras industriales, equipamientos y servicios colectivos para las empresas, con especial atención a la pequeña y mediana empresa.

c) La promoción y participación en estudios de mercado y en la elaboración de trabajos sobre planificación económica de la Comunidad Autónoma.

d) El fomento de la localización empresarial en Aragón y captación de capital, mediante la creación de sociedades o participación en las ya creadas.

e) La asistencia técnica y asesoramiento financiero a las empresas.

f) Cualesquiera otras funciones que le sean atribuidas por Ley.

En consecuencia, con lo anterior, las actuaciones del Instituto Aragonés de Fomento que en el ejercicio de estas funciones necesiten de publicidad para hacer llegar la oferta de proyectos o servicios tendrán la consideración de acciones de publicidad Institucional.

La contratación de los soportes sobre los que se articulará dicha publicidad no puede alejarse de los criterios que deben informar cualquier actuación administrativa, siendo preciso establecer unas normas que permitan que la misma no sea utilizada como elemento discriminatorio desde el sector público y sirva adecuadamente a sus objetivos, evitando su uso incorrecto.

El artículo 12 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, recogido asimismo en el Informe de la Junta Consultiva de Contratación Administrativa de la Comunidad Autónoma de Aragón 39/2018, prevé la realización de un Plan

Anual de publicidad y comunicación en el que se incluirán todas las campañas institucionales que se prevean desarrollar, y en el que se especificarán, al menos, las indicaciones necesarias sobre el objetivo de cada campaña, el coste previsible, el periodo de ejecución, las herramientas de comunicación utilizadas, el sentido de los mensajes, sus destinatarios y los organismos y entidades afectadas.

En cumplimiento de lo anteriormente expuesto, el Instituto Aragonés de Fomento ha elaborado un Plan de Medios para el ejercicio 2022, teniendo en cuenta lo presupuestado para la comunicación de las diferentes actuaciones que se van a ejecutar y que necesitan de publicidad.

El Plan de Medios contempla los siguientes puntos:

- Definición de los objetivos de la acción de comunicación y su relación con la actividad que desarrolla el área.
- Target al que se pretende impactar. Definición del público objetivo al que se pretende llegar, tipología y localización geográfica.
- Estrategia de la comunicación. Qué se debe comunicar, cómo se pretende comunicar y resultados que se esperan.
- Medios adecuados para implementar la estrategia y alcanzar los objetivos, delimitando los soportes adecuados (prensa, radio, Tv, otros soportes). Se establecen asimismo los criterios e

indicadores para decidir en cada medio los canales que tienen la capacidad requerida para realizar la inserción de las campañas de publicidad.

- Presupuesto destinado a cada acción.

Por otra parte, el Plan de Medios consta de la siguiente documentación:

- Informe de necesidad.
- Fichas de las campañas propuestas.

En cuanto a la estructura, el Plan se estructura en los ejes que recogen las actuaciones de las áreas operativas con necesidad de publicidad institucional y de la Dirección, atendiendo de forma ordenada, equitativa y eficiente a la planificación de la actividad prevista del Instituto Aragonés de Fomento para el ejercicio 2023.

Por último, conforme dispone el Decreto 384/2011, de 13 de diciembre del Gobierno de Aragón por el que se regula la Comisión de Comunicación Institucional y se distribuyen competencias en materia de comunicación y publicidad, las acciones del Plan de Medios del Instituto Aragonés de Fomento fueron autorizadas por la citada comisión con fecha 22 de febrero de 2023.

RESUELVE

PRIMERO. - Aprobar el Plan de Medios del Instituto Aragonés de Fomento para la contratación de la Publicidad Institucional correspondiente al año 2023, que se adjunta a la presente Resolución.

SEGUNDO. -Publicar la información exigida por la Ley 8/2015, de 25 de marzo, de Transparencia de la Actividad Pública y Participación Ciudadana de Aragón y de cualquier otra normativa.

En Zaragoza, a 27 de febrero de 2023

INSTITUTO ARAGONÉS DE FOMENTO

Dña. Pilar Molinero García

Directora Gerente