



III. ADMINISTRACIÓN LOCAL

AYUNTAMIENTO DE BURGOS

SECCIÓN DE RELACIONES INSTITUCIONALES, PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN

Modificación de las instrucciones relativas a los criterios de actuación en las campañas de publicidad institucional del Ayuntamiento de Burgos

La Junta de Gobierno Local en sesión celebrada el 12 de enero de 2023 ha acordado la modificación de las instrucciones relativas a los criterios de actuación en las campañas de publicidad institucional del Ayuntamiento de Burgos. En concreto, se suprime el párrafo 5 de la instrucción segunda y se incorpora una instrucción cuarta bis.

En razón al carácter vinculante de estas instrucciones para todas las unidades administrativas del ayuntamiento en los términos del artículo 6 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, se publican íntegramente dichas instrucciones para general conocimiento incorporando las modificaciones aprobadas:

Primera. – Objetivos.

La publicidad institucional del ayuntamiento tendrá como finalidad principal transmitir a los ciudadanos mensajes de interés público relacionados con sus objetivos y actividades, por lo que sólo se podrán promover o contratar aquellas campañas institucionales de publicidad y de comunicación relacionadas con el ejercicio de las competencias propias municipales y que pretendan alguno de los siguientes objetivos:

- a) Difundir el contenido de aquellas disposiciones municipales que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general.
- b) Difundir ofertas de empleo público que por su importancia e interés así lo aconsejen.
- c) Advertir de la adopción de medidas de orden y seguridad públicas cuando afecten a una pluralidad de destinatarios.
- d) Apoyar a sectores económicos burgaleses, a la promoción de la ciudad, la comercialización de productos turísticos de Burgos y atraer inversiones extranjeras.
- e) Difundir el patrimonio histórico, cultural y natural de Burgos.
- f) Comunicar programas, servicios y actuaciones públicas de relevancia e interés social.
- g) Fomentar el conocimiento y utilización de los servicios públicos y la práctica de hábitos sociales saludables.

Segunda. – Plan anual de publicidad y comunicación institucional.

1. El Ayuntamiento de Burgos elabora anualmente un plan de publicidad y comunicación institucional en donde se incluyen todas las campañas institucionales que se prevean desarrollar en la correspondiente anualidad.



2. Este plan se integra con todas las propuestas presentadas por todas las áreas municipales que prevean realizar actuaciones de comunicación institucional, debiendo especificar al menos los siguientes términos:

- a) Las indicaciones necesarias sobre el objetivo de cada campaña.
- b) El coste previsible.
- c) El periodo de ejecución.
- d) Los medios de comunicación a utilizar.
- e) Destinatarios.

3. Las propuestas de campaña de cada una de las áreas serán remitidas a la Sección de Relaciones Institucionales, Protocolo y Comunicación del Ayuntamiento antes del 15 de noviembre del año anterior a su realización. El Departamento de Comunicación unificará los criterios de las distintas propuestas, corregirá técnicamente sus términos para conseguir el mejor impacto publicitario, y elaborará el borrador del plan anual de publicidad y comunicación institucional.

4. El Plan Anual de Publicidad y Comunicación institucional será aprobado por la Junta de Gobierno Local antes del 31 de diciembre de año anterior a su ejecución, a propuesta de la Concejala Delegada del Área de Gobierno Abierto.

5. (Sin contenido).

6. Las campañas incluidas en el plan están en todo caso condicionadas por las disponibilidades presupuestarias del correspondiente ejercicio.

Tercera. – Plan de medios.

1. Antes de la realización de cada una de las campañas de publicidad debe elaborarse un plan de medios donde se concreten como mínimo los siguientes extremos:

- a) Población a la que se dirige.
- b) Objetivos.
- c) Fechas exactas de difusión.

d) Medios donde se insertará la publicidad, su presupuesto individualizado, número y fecha de las inserciones por cada uno de ellos.

2. La elección de los medios y soportes a través de los que se desarrollen las acciones de publicidad institucional se efectuará con el objetivo de lograr que se publiquen en el mayor número posible de medios de comunicación, y con carácter prioritario aquellos que tengan ámbito local.

3. El reparto de la publicidad institucional entre los distintos medios se ordenará conforme a los datos de audiencia de los distintos medios que resulten de los sistemas de medición y auditoría.

4. A efectos de conseguir la mayor eficiencia del gasto público, el criterio de mayor audiencia se corregirá con el criterio del menor coste de las inserciones.

5. El plan de medios será informado por el Departamento de Comunicación con carácter previo al inicio de la campaña de publicidad.



Cuarta. – Requisitos de los medios.

1. Las campañas de publicidad institucional de comunicación podrán realizarse en los siguientes medios que lleven en funcionamiento, al menos, un año ininterrumpido antes de que se inicie la campaña:

a) En prensa escrita diaria o semanal de ámbito provincial o autonómico con sección de Burgos, o, en su caso, de ámbito nacional que cuenten con edición o sección de Castilla y León.

Excepcionalmente, podrán realizarse en publicaciones especializadas o de periodicidad diferente siempre que el objeto de la campaña esté relacionado con la materia de la publicación o resulte de interés para los objetivos específicos de esa campaña.

b) En emisoras de radio de información general y de ámbito local, o de ámbito autonómico o nacional con programación local.

c) En cadenas de televisión de ámbito local o, en su caso, de ámbito autonómico o nacional con programación local.

d) En medios digitales de información local o, en su caso, general, que cuenten con sección específica de Burgos.

e) Los tipos de medios en los que se pretenda insertar publicidad institucional de manera excepcional deberán aparecer recogidos en la planificación anual de publicidad institucional.

2. Además del cumplimiento de los requisitos exigidos en la legislación de contratos del sector público, los medios deberán estar al corriente de sus obligaciones económicas y fiscales con el Ayuntamiento de Burgos.

3. Los medios con los que se contrate campañas de publicidad institucional deberán estar en disposición de acreditar con carácter previo a la campaña que cumplen con los requisitos exigidos en estas instrucciones.

Cuarta bis. –

Cuando por motivos sobrevenidos o urgentes deban realizarse campañas institucionales no previstas en el Plan Anual de publicidad y comunicación institucional, ni sea posible elaborar con carácter previo el correspondiente Plan de Medios, la Alcaldía dispondrá lo necesario, mediante resolución motivada, para hacer efectiva su contratación a través de la modalidad más oportuna de entre las previstas en la normativa de contratación del sector público.

Quinta. – Imagen corporativa.

La publicidad institucional será acorde al manual de imagen corporativa de este Ayuntamiento de Burgos. El control de la correcta utilización de la imagen corporativa se realizará desde el Departamento de Comunicación, a quien se le remitirá toda campaña o iniciativa publicitaria con carácter previo a su difusión para que informe sobre este extremo.



Sexta. – Creatividad.

El Departamento de Comunicación del Ayuntamiento de Burgos centralizará los encargos de creatividad relacionados con las campañas y otras iniciativas publicitarias del ayuntamiento, independientemente de la unidad que financie estos contratos.

Séptima. – Redes sociales y mupis.

1. La publicidad institucional a través de las redes sociales que tengan la denominación específica «Ayuntamiento de Burgos» están atribuidas de forma exclusiva al Departamento de Comunicación.

2. La publicidad institucional por los mupis estáticos y digitales se gestionará por el Departamento de Comunicación, quien distribuirá los calendarios de inserción según las propuestas que se le presenten por las distintas áreas municipales y por particulares.

Octava. – Contratación.

Las contrataciones de las campañas de publicidad institucional podrán efectuarse a través de cualquiera de las modalidades previstas en la normativa de contratos del sector público en la manera que resulte más eficiente para la administración.

A estos efectos, se considerarán expedientes de contratación diferentes cada adjudicación a cada uno de los medios en los que se publique una misma campaña.

Novena. – Informe anual.

El Departamento de Comunicación elaborará un informe anual de publicidad y de comunicación en el que se incluirán todas las campañas institucionales previstas, su importe, los adjudicatarios de los contratos celebrados y, en el caso de las campañas publicitarias, los planes de medios correspondientes.

Décima. – Aplicación presupuestaria en publicidad institucional.

El presupuesto de gastos del Ayuntamiento de Burgos aspirará a contar con una sola aplicación presupuestaria para la publicidad institucional, donde se integrarán todos los recursos con esta específica finalidad a disposición de todas las áreas municipales.

Undécima. – Aplicación.

1. Estas instrucciones se aplicarán por todas las unidades administrativas del ayuntamiento hasta su modificación o revocación expresa. Con carácter transitorio, durante el año 2022 no serán vinculantes.

2. Durante el año 2022 los términos de las propuestas incluidas en el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional podrán ser modificados por las distintas unidades administrativas proponentes.

3. El Departamento de Comunicación es la unidad administrativa que coordinará en todo el ayuntamiento el correcto cumplimiento de su aplicación, y al que se le dirigirán las cuestiones interpretativas que surjan en la ejecución de estas instrucciones.

En Burgos, a 18 de enero de 2023.

La concejala delegada de gobierno abierto
(Decreto de Alcaldía 526/2022, de 1 de febrero),
Nuria Barrio Marina