1.Firmante: Jorge Orús Sampietro
Puesto: Director de Comunicación
Fecha Firma: 14/09/2026 13:15:00

PROPUESTA JUSTIFICATIVA DE LA NECESIDAD DE PROCEDER A LA EJECUCIÓN Y CONTRATACIÓN DE LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN EXTERIOR DE LA CIUDAD DE HUESCA A TRAVÉS DE LA «III FERIA POPULAR DEL DULCE. HUESCA ES DULCE 2026»

Visto el Plan de Medios del Ayuntamiento de Huesca, aprobado por Decreto de Alcaldía número 1200, de fecha 10 de marzo de 2026, en el que está incluida una línea específica de promoción exterior de la ciudad, así como la asignación presupuestaria correspondiente tanto a la difusión de la Feria Popular del Dulce «Huesca es Dulce», que en 2026 celebra su tercera edición como al área de Desarrollo.

OBJETO DE LA CAMPAÑA

La presente campaña tiene por objeto reforzar la promoción exterior de la ciudad de Huesca en medios regionales y nacionales, dirigida a un público potencial ubicado fuera del municipio, con Zaragoza como zona preferente de promoción por su condición de principal mercado emisor de visitantes hacia la capital altoaragonesa.

El Plan de Medios del Ayuntamiento de Huesca para el ejercicio 2026 recoge una línea específica de promoción exterior de la ciudad. En su desarrollo, y tras el análisis de las alternativas disponibles, se ha optado por canalizar dicha línea a través de la Feria Popular del Dulce «Huesca es Dulce», aprovechando su carácter singular, su formato ya consolidado y su capacidad de atracción de público foráneo. Los datos de la edición anterior avalan esta orientación: aproximadamente el 10 % de los asistentes procedían de fuera de la ciudad, cifra que evidencia tanto el interés que ya despierta el evento en el exterior como el amplio margen de crecimiento del público foráneo si se refuerza la difusión más allá del ámbito local y provincial.

Con independencia del atractivo turístico y comercial concreto de la Feria, la campaña constituye también un instrumento para posicionar la ciudad en el exterior a partir de un elemento distintivo que el Ayuntamiento ha determinado como simbólico tanto de Huesca como de algunos de sus sectores productivos y comerciales de referencia: la pastelería y por extensión el sector agroalimentario, el comercio y la hostelería locales.

La actuación se enmarca, asimismo, en los objetivos del Plan de Medios del Ayuntamiento de Huesca en materia de dinamización del comercio y de la hostelería locales, entendidos como elementos fundamentales de la economía local, alineándose con la estrategia municipal de proyección exterior de los sectores productivos del municipio.

La presente campaña es **complementaria** a la campaña de difusión local y provincial de la propia Feria, que se tramita como expediente independiente con cargo a la partida específica de la Feria del Dulce. Ambas actuaciones responden a públicos objetivos,

CSV: 22002IDOC29E50CA41643E0F4882 - https://sedeelectronica.huesca.es/eAdmin

1.Firmante: Jorge Orús Sampietro
Puesto: Director de Comunicación
Fecha Firma: 14/09/2026 13:15:00

ámbitos geográficos y objetivos diferenciados, y por ello se articulan de forma separada tanto en su planificación de medios como en su imputación presupuestaria.

CRONOGRAMA DE LA CAMPAÑA

Las acciones publicitarias se ejecutarán durante el período comprendido entre el 29 de septiembre y el 18 de octubre de 2026, abarcando las tres semanas previas y contemporáneas a la celebración de la Feria, plazo que se ajusta a los tiempos de decisión y desplazamiento habituales del público foráneo objetivo de la campaña.

CRITERIOS DE DISTRIBUCIÓN

Los importes asignados a cada canal de comunicación se adecúan a criterios objetivos aplicables, teniendo en cuenta el objeto de los contratos que se proponen efectuar así como los precios reales de mercado (todos los importes se expresan con IVA incluido).

La distribución de la inversión publicitaria entre los medios de comunicación se lleva a cabo con arreglo a los criterios recogidos en el Plan de Medios del Ayuntamiento de Huesca para el ejercicio 2026. En este caso, y en coherencia con el objeto de la campaña, se han seleccionado exclusivamente medios de ámbito preferentemente regional (Hoy Aragón y Enjoy) y nacional (El Economista, El Español, El Mundo, Marca), priorizando aquellos con mayor penetración en el mercado emisor de referencia, con secciones además específicas para la Comunidad Autónoma, y con formatos —contenidos patrocinados, banners de alto impacto y piezas nativas para redes sociales— adecuados para la promoción de eventos y destinos ante público no residente.

PLAN DE MEDIOS

MEDIO	DESCRIPCIÓN DE ACCIONES	IMPORTE (IVA incl.)
El Mundo / Marca	Banner en El Mundo y Marca (419.000 visualizaciones en cada medio).	4.190,00 €
Hoy Aragón	Banners en rotación (250.000 impresiones).	2.420,00 €
El Economista	Contenido patrocinado y publicaciones en redes sociales (125.000 visualizaciones).	2.420,00 €
El Español	Reels en redes sociales: Instagram, Facebook y TikTok.	2.420,00 €
Enjoy	Dos artículos, dos publicaciones en redes sociales e inclusión en la agenda de fin de semana.	2.420,00 €
	TOTAL CAMPAÑA	**13.870,00 €**

Todos los importes están expresados con IVA incluido.

CSV: 22002IDOC29E50CA41643E0F4882 - https://sedeelectronica.huesca.es/eAdmin

1.Firmante: Jorge Orús Sampietro
Puesto: Director de Comunicación
Fecha Firma: 14/09/2026 13:15:00

IMPORTE Y PARTIDA PRESUPUESTARIA

La inversión total de la campaña será de **13.870,00 € (trece mil ochocientos setenta euros) (IVA incluido)**. Este importe ha sido calculado en base a los precios de mercado y a los criterios de audiencia y adecuación al público objetivo de cada uno de los medios de comunicación contemplados.

El gasto se imputará con cargo a la partida presupuestaria **Desarrollo. Publicidad y Propaganda, aplicación 2026 06 24100 22602**, de los Presupuestos Generales del Ayuntamiento de Huesca para el ejercicio 2026.

La partida de Desarrollo, dotada de una asignación amplia en el ejercicio, está concebida, entre otros objetivos, para fomentar el conocimiento en el exterior de la actividad productiva de la ciudad de Huesca y para complementar el conjunto de acciones de posicionamiento exterior del municipio. La imputación a esta partida resulta, por tanto, plenamente coherente con el objeto de la presente campaña, que se dirige explícitamente a proyectar la ciudad y sus sectores productivos de referencia —singularmente el sector agroalimentario, comercial y hostelero vinculado a la pastelería— ante audiencias regionales y nacionales.

MARCO NORMATIVO

La dotación de la inversión publicitaria de esta campaña ha tenido en cuenta el cumplimiento de la Ley 16/2003, de 24 de marzo, sobre la actividad publicitaria de las Administraciones Públicas de Aragón, cuyo artículo 5 señala que:

> *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 Administraciones Públicas, con respecto a los principios de libre concurrencia e igualdad entre los licitadores.*
>
> *2. Ninguna empresa 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.*

Por ello, el plan de medios de la campaña se ha diseñado atendiendo siempre a criterios objetivos tales como el coste económico y la eficacia prevista del plan de medios. Para esta mejor distribución de la publicidad en los medios se aplican criterios objetivos basados en cuatro líneas fundamentales: la audiencia (EGM y OJD), la distribución geográfica (cobertura y población), la adecuación al público objetivo y la rentabilidad del impacto.

El plazo de ejecución de esta campaña será hasta el 18 de octubre de 2026.

CSV: 22002IDOC29E50CA41643E0F4882 - https://sedeelectronica.huesca.es/eAdmin

1.Firmante: Jorge Orús Sampietro
Puesto: Director de Comunicación
Fecha Firma: 14/09/2026 13:15:00

En la ejecución de esta campaña se tendrán en cuenta las limitaciones que pudieran darse por coincidir con algún período electoral, 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, así como aquellas otras limitaciones que se puedan imponer por los órganos competentes de la Administración Electoral, a excepción de la publicidad estrictamente necesaria para el normal funcionamiento de los servicios administrativos que se establezca en la normativa legal y para la salvaguarda del interés general.

PROPUESTA

Quien suscribe, de acuerdo con lo anteriormente expuesto, propone al órgano competente:

1.- Aprobar la campaña de promoción exterior de la ciudad de Huesca a través de la «III FERIA POPULAR DEL DULCE. HUESCA ES DULCE 2026» en medios de comunicación, contenida en el Plan de Medios del Ayuntamiento de Huesca 2026, por importe total de 13.870,00 € (IVA incluido).

2.- Instar la tramitación de los correspondientes expedientes de contratación derivados de la presente campaña, que podrá realizarse, al tratarse de contratos menores, sin posibilidad de invitaciones en el mismo Decreto por el que se aprueba la campaña.

3.- Publicar en el Portal de Transparencia del Ayuntamiento de Huesca el presente plan de medios.

Huesca, a fecha de la firma electrónica.

[El director de comunicación

CSV: 22002IDOC29E50CA41643E0F4882 - https://sedeelectronica.huesca.es/eAdmin