



Ajuntament  
d'Eivissa

# PLAN DE MEDIOS DEL AYUNTAMIENTO DE EIVISSA 2025

## INTRODUCCIÓN Y MARCO NORMATIVO

El Ayuntamiento de Eivissa mantiene un compromiso firme con la transparencia, la participación y la modernización de su actividad y su relación con la ciudadanía. Siendo consciente de su responsabilidad en la gestión pública y del papel crucial que juega la comunicación institucional en la construcción de una sociedad informada y participativa, presenta su Plan de Medios como una herramienta integral que busca fortalecer los lazos entre la administración y los ciudadanos, fomentando la eficiencia en la comunicación.

Un ayuntamiento no debe únicamente impulsar actividades y servicios, sino que debe ser capaz de comunicarlos de forma efectiva a la ciudadanía, que son los sujetos potencialmente beneficiarios de los mismos, de tal forma que, a través de los canales adecuados, se sientan informados de la actividad de su consistorio. Sin una comunicación efectiva que permita que los ciudadanos conozcan y utilicen bien a su administración más cercana, así como los servicios y actividades que ésta les ofrece, no estaremos siendo eficientes ni eficaces en la gestión de los recursos públicos.

Como cualquier otra organización, es el Ayuntamiento de Eivissa quien debe adaptar sus formatos, códigos y canales de comunicación para alcanzar de forma efectiva las audiencias a las que se dirige. La comunicación institucional va más allá de la mera transmisión de información; es un proceso dinámico y bidireccional que busca construir una relación sólida y colaborativa entre el Ayuntamiento y la ciudadanía. En este contexto, se concibe como un instrumento para transmitir actividades y servicios, pero también para divulgar valores de convivencia, normativas y proyectos de interés general, generando un entorno propicio para el compromiso cívico y la cohesión social.

La Ley de Publicidad Institucional de las Islas Baleares proporciona el marco normativo que guía esta iniciativa, estableciendo principios de objetividad, transparencia, equidad y responsabilidad en el uso de los



recursos públicos destinados a la comunicación. Este plan se ajusta de manera estricta a estas disposiciones, garantizando una gestión ética y responsable de la inversión publicitaria en medios de comunicación.

La estrategia de comunicación institucional del Ayuntamiento de Eivissa y por tanto el presente Plan de Medios, abarca diversos canales de comunicación, desde la prensa tradicional hasta las plataformas puramente digitales, la radio y la televisión, así como las plataformas temáticas dirigidas a nichos de público concretos. No solo se enfoca en los medios de mayor alcance, sino que reconocemos la importancia de los medios de nicho, permitiéndonos adaptar nuestros mensajes a audiencias específicas sobre temas concretos.

La modernización y la adaptación a las tendencias actuales son elementos fundamentales de este plan. La digitalización se erige como un pilar central, aprovechando las plataformas online y las redes sociales para establecer una conexión directa y dinámica con la ciudadanía. La interactividad, la participación en tiempo real y la accesibilidad son aspectos que guiarán nuestras acciones, asegurando que la comunicación institucional evolucione al ritmo de la sociedad a la que sirve.

La colaboración con medios de comunicación, tanto locales como nacionales, se posiciona como una estrategia clave para fortalecer la imagen institucional. Estableceremos acuerdos que fomenten la generación de contenidos de calidad, promoviendo la objetividad y la pluralidad informativa. La transparencia y veracidad en la comunicación son esenciales para construir y mantener la confianza de la ciudadanía.

Se han tenido en cuenta las conclusiones del informe de ejecución del plan de medios de 2024 y años anteriores, en los que se recomendaba aumentar el presupuesto del plan de medios, así como incrementar la presencia en redes sociales y plataformas digitales.

En conclusión, el Plan de Medios del Ayuntamiento de Eivissa representa un compromiso decidido con una comunicación institucional moderna, efectiva y ética. A través de una inversión publicitaria planificada y ejecutada estratégicamente, aspiramos a consolidar una relación sólida y transparente con la ciudadanía y con los medios de comunicación. Este plan no solo es una estrategia comunicativa; es una expresión concreta del compromiso del Ayuntamiento con el rigor y la profesionalidad en la gestión de su publicidad institucional.

La normativa que afecta a este documento es la siguiente:

- Ley 29/2005 de Publicidad y Comunicación Institucional.



- Ley 13/2010 de Publicidad Institucional de les Illes Balears.
- Bases de ejecución del presupuesto municipal del Ayuntamiento de Eivissa.
- Acuerdo plenario del Ayuntamiento de Eivissa del 27 de febrero de 2014.

## OBJETIVOS

Los objetivos que se plantean para el presente plan de medios son los siguientes:

- Dar cumplimiento a la normativa vigente en materia de publicidad institucional, estableciendo un reparto de acuerdo a criterios objetivos.
- Establecer y dar a conocer los criterios generales de comunicación institucional del Ayuntamiento de Eivissa.
- Planificar la inversión publicitaria del Ayuntamiento de Eivissa para el año 2025.

Asimismo, los objetivos de comunicación del Ayuntamiento de Eivissa son los siguientes:

- Comunicar de forma eficaz y eficiente a toda la ciudadanía del municipio, independientemente de su edad y formación, todas las iniciativas, actividades y servicios que el ayuntamiento ofrece o participa y de las que pudieran ser beneficiarios.
- Hacer divulgación y fomentar el conocimiento de las distintas normativas y ordenanzas municipales.
- Concienciar sobre temas de interés general.
- Crear canales bidireccionales, donde el ciudadano se informe pero también pueda comunicarse con el Ayuntamiento.
- Ofrecer una imagen institucional sólida y moderna, que aporte confianza a la ciudadanía.

## DESARROLLO Y FUNCIONAMIENTO DEL PRESENTE PLAN DE MEDIOS

- La unidad administrativa que propone y desarrolla el Plan de Medios es la de Prensa y Comunicación. Desde este departamento se redacta el documento que tiene que servir de base para el funcionamiento del año en curso y se planteará su aprobación por Junta de Gobierno Local.
- Una vez aprobado el plan en la Junta de Gobierno Local se dará cuenta del mismo a la Comisión de Administración Municipal,



- que será informada de su contenido, así como de cualquier modificación de relevo que se pueda producir durante el año.
- Todos los contratos que se deriven de este plan se publicarán en el Portal de Transparencia del Ayuntamiento de Ibiza, así como todas las facturas que se carguen a las partidas de Prensa.
  - Del desarrollo del plan, así como de las posibles incidencias o propuestas de mejora, se dará cuenta al informe anual, que servirá de base para la redacción del plan de medios de 2026.
  - El Plan divide los medios de comunicación en función de su tipología, y asigna un porcentaje mínimo y máximo de inversión según la misma. Dentro de cada tipología, la asignación por medios se hace atendiendo a su audiencia auditada, y respetando la proporcionalidad entre ellos.
  - En el caso de medios no auditados de manera oficial no se los asigna cantidad concreta y las inserciones publicitarias se tienen que remitir a las categorías genéricas donde pueden tener cabida.
  - La partida máxima con la que cuenta el plan para su desarrollo es la de Prensa y Comunicación prevista en el presupuesto de 2025, teniendo en cuenta que de esta partida también se pueden abonar otros conceptos diferentes de inserciones publicitarias (creación de contenidos, publicidad en redes sociales, diseño gráfico, fotografía, vídeos, imprenta, compra de merchandising, etc.) y que, por lo tanto, no se puede usar en su totalidad para la contratación de espacios publicitarios.
  - Toda la publicidad institucional del Ayuntamiento de Eivissa se contratará desde el área de Prensa y Comunicación.
  - La publicidad que tenga como principal objetivo la promoción turística queda fuera de este plan puesto que la planificación, financiación y seguimiento de la misma se hace directamente desde la Concejalía de Turismo y no tiene como principales beneficiarios los medios de comunicación del ámbito local.
  - Queda igualmente fuera de la planificación de este plan la publicidad que tiene un carácter obligatorio marcado por normativa y que, por lo tanto, se tiene que insertar en uno de los diarios de mayor tirada de la localidad según la normativa vigente. En cualquier caso, para dar cumplimiento de este precepto esta publicidad se repartirá de manera equitativa entre los dos diarios locales de mayor tirada.
  - Finalmente, se tiene que señalar que la comunicación obligatoria de los proyectos cofinanciados con fondos europeos puede contar igualmente con partidas económicas al margen de este plan pero que, siempre que sea posible, se mantendrán las líneas de trabajo marcadas en este plan. En todo caso, se atenderá siempre a las instrucciones y obligaciones que este tipo de comunicación comporta para la correcta



acreditación de los trabajos ante el Gobierno Central y la Unión Europea.

## REPARTO

De acuerdo a la normativa existente, el reparto publicitario se rige por criterios objetivos, y es por ello que para aportar ese criterio objetivo en términos de audiencia, se utilizará como referencia el Observatorio Balear de Medios (OBM) elaborado por el Instituto Balear de Estudios Sociales (IBES).

Para evitar fluctuaciones puntuales de audiencia, se tomará como dato la media de los datos de audiencia de todo el año 2024 (oleadas 50 a 52 ambas inclusive), ofreciendo así cifras mucho más estables y ponderadas, no sujetas a posibles variaciones o fluctuaciones puntuales de un año u oleada concreta.

Mientras que la metodología demoscópica del IBES se basa en la realización de encuestas telefónicas y esto es válido para medios analógicos, para los medios digitales se ha optado por cuantificar las audiencias en base a un certificado de audiencias emitido por la OJD, que obtiene sus datos directamente de la analítica web de estos medios digitales segmentando a la isla de Ibiza, ofreciendo en estos casos datos mucho más realistas y certeros en el caso de los medios digitales.

Por tanto se utiliza la medición del IBES (OBM) para radio y prensa escrita, y OJD para medios nativos digitales.

De cara al reparto, se establece la siguiente clasificación de los medios de comunicación en función de su tipología:

- Prensa local diaria impresa
- Prensa local diaria digital
- Radios con programación local
- TV local
- Otros medios digitales o de nicho

Se plantea, en función de la tipología de medios, el siguiente reparto de la inversión en publicidad institucional para 2025:

Tipología de medio	Inversión publicitaria
<b>Prensa local diaria impresa</b>	40-50%
<b>Prensa local diaria digital</b>	0-10%
Radios con programación local	15-25%
<b>TV local</b>	15-30%
<b>Otros</b>	0-10%

En "otros" se engloban medios digitales y de temáticas específicas como deporte, ocio familiar, cultura, gastronomía, etc. así como





aquellos medios de reciente aparición, ediciones especiales con difusión en el municipio y publicaciones no diarias. También se encuadran aquí las propuestas no contempladas en el plan de medios que pudieran hacerse llegar al Ayuntamiento durante el desarrollo del ejercicio 2025, y que por interés general se deban atender.

A su vez, dentro de la tipología de cada medio, el reparto establecido para el año 2025 es el siguiente:

Tipología	Medio	Inversión 2024
<b>Prensa local diaria impresa</b>	Diario de Ibiza	49%
	Periódico de Ibiza	51%
<b>Prensa local diaria digital</b>	Nou Diari	70%
	La Voz de Ibiza	30%
<b>Radios</b>	Cadena SER	37%
	Onda Cero	29%
	COPE	33%
<b>TV</b>	TEF	100%
<b>Otros medios digitales o de nicho</b>	Varios	5%

