

GOBIERNO DE NAVARRA

DESARROLLO ECONÓMICO

DERECHOS SOCIALES

HACIENDA Y POLÍTICA FINANCIERA

PRESIDENCIA, FUNCIÓN PÚBLICA,
 INTERIOR Y JUSTICIA

RELACIONES CIUDADANAS E
 INSTITUCIONALES

EDUCACIÓN

SALUD

CULTURA, DEPORTE Y JUVENTUD

DESARROLLO RURAL, MEDIO
 AMBIENTE Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

El Gobierno de Navarra planifica 19 campañas de publicidad para 2018

Es el segundo año consecutivo en el que el Ejecutivo Foral hace pública su planificación de publicidad institucional

Miércoles, 07 de febrero de 2018

El Gobierno de Navarra ha acordado en su sesión de esta mañana aprobar el [Plan de Publicidad Institucional del Ejecutivo para 2018](#), que calendariza 19 campañas para informar y concienciar a la ciudadanía sobre cuestiones que son de competencia de los nueve departamentos en los que se estructura el Ejecutivo Foral. Es el segundo año consecutivo en el que el Gobierno acuerda hacer pública esta previsión de inversión publicitaria.

Así, en 2018 se destinarán a financiar este Plan de Publicidad Institucional un total de 800.000 euros de la partida de gasto "Publicidad institucional" que gestiona, con carácter horizontal para toda la acción del Ejecutivo, el Departamento de Relaciones Ciudadanas e Institucionales. Los departamentos y organismos del Ejecutivo podrán reforzar estas campañas o impulsar otras acciones publicitarias a cargo de sus propias partidas.

Estas 19 campañas principales abarcan dos campañas promovidas por cada departamento y una adicional, de carácter institucional, para promover la participación ciudadana en el programa de actos del Día de Navarra 2018. Cada campaña se ha presupuestado en 40.000 euros, exceptuando la inversión publicitaria para informar y concienciar a la ciudadanía con motivo de la presentación de la declaración de la Renta 2017, para la que se ha previsto 80.000 euros; y la inversión correspondiente a la campaña que vence hoy para la promoción de la escuela pública, coincidiendo con el periodo de prematriculación escolar, y que ha supuesto un gasto de 50.000 euros.



Imagen de la campaña de prematriculación para el curso 2018-2019.

En cuanto a los temas que tratarán, el abanico es amplio: entre ellos, la lucha contra el fraude fiscal, el consumo de productos agroalimentarios de Navarra o la sensibilización frente al acoso escolar. Respecto a la organización temporal, se realizarán tres campañas mensuales en marzo, mayo, octubre y noviembre; dos en abril, junio y septiembre, mientras que en enero se llevó a cabo una. El Gobierno de Navarra no tiene previsto iniciar acciones de publicidad institucional en los meses de febrero, julio ni agosto.

El Plan aprobado hoy recoge el compromiso del Gobierno de Navarra de rendir cuentas de los gastos de publicidad con carácter semestral a través del Portal del Gobierno Abierto y establece la cuota de audiencia como criterio básico para la distribución de la inversión publicitaria en los medios de comunicación, cada acuerdo al Estudio de la Audiencia de Medios de Comunicación en Navarra que realiza la empresa CIES S.L. y que es el estudio con mayor muestreo de la Comunidad Foral.

Como novedad, la planificación de 2018 hace suya la obligatoriedad de aplicar la nueva normativa de uso del euskara también en los contenidos de la publicidad promovida por el Gobierno de Navarra.

Balance de la inversión en publicidad institucional del Gobierno de Navarra en 2017

Tal y como se ha indicado anteriormente, 2017 fue el primer año en el Gobierno de Navarra hizo pública su planificación de publicidad institucional. En ejecución de esa previsión y las campañas que fueron directamente promovidas y financiadas desde los departamentos del Ejecutivo Foral, según los datos provisionales de ejecución presupuestaria, se invirtieron en ese ejercicio 1.348.017,81 euros: 901.735,50 euros a cargo de la partida de Publicidad Institucional que gestiona la Dirección General de Comunicación y Relaciones Institucionales con carácter transversal; y 446.282,31 euros a cargo de partidas propias de los nueve departamentos en los que se estructura el Gobierno de Navarra.

La inversión publicitaria del Gobierno de Navarra se destinó en un 88,4% a medios de comunicación navarros; en otro 9,1% a soportes exteriores y salas comerciales de cine; y el restante 2,5% a otros soportes publicitarios (redes sociales, prensa y radio nacional...).

El principal soporte publicitario contratado por el Gobierno de Navarra en 2017 fueron los diarios navarros o con edición para la Comunidad Foral, en los que se invirtieron 733.490,75 euros (el 54,4% de la inversión publicitaria). De dicha cantidad, el 59% se destinó a Diario de Navarra, el 32,7% a Diario de Noticias, el 4,3% a Gara y el 4% restante a Berria.

El segundo soporte más utilizado fue la radio (las cinco emisoras generalistas que emiten en Navarra y, en menor medida, las tres radiofórmulas con mayor audiencia), a la que se dedicó el 18,3% de la inversión publicitaria: 246.879,57 euros. De esa cantidad 231.112,21 euros se destinaron a las emisoras generalistas: 90.362,26 euros a la Cadena Ser (39,1%), 61.394,22 euros a Cadena Cope (26,6%), 57.824,72 a Onda Cero Navarra (25%), 14.955,86 euros a Euskalerrria Irratia (6,5%) y 6.575,15 euros para Xorroxin Irratia (2,8%). Los 15.767,36 euros invertidos en emisoras musicales fueron para Cadena Cien (39,6%), Europa FM (36,8%) y Cuarenta Principales (23,6%).

El tercer soporte publicitario de las campañas promocionales del Gobierno Foral fueron las televisiones navarras, con una inversión de 113.707,21 euros (8,51% de la inversión publicitaria), que en un 84,75% se destinó a Navarra TV (96.365,26 euros) y el 15,25% restante se dedicó a las televisiones locales: Xaloe (5.920,68 euros) y Hamaika TB (4.919,74 euros) en la demarcación local de TDT para Pamplona; Zona Media TV (3.834,42 euros) en la demarcación de Tafalla; y las televisiones por cable 30TV (1.505,38 euros) y TeleRibera (1.161,73 euros).

Las inversiones restantes en medios de comunicación corresponden a la compra de espacios publicitarios en la prensa local de Navarra (69.003,11 euros, un 5,1% de la inversión) y medios digitales (28.519,39 euros, un 55,5% en diariodenavarra.es y el otro 44,5% en noticiasdenavarra.com).

Fuera de los medios de comunicación, los soportes publicitarios más empleados han sido la contratación de marquesinas de transporte comarcal y urbano de Comarca de Pamplona, Estella y Tudela, con un gasto conjunto de 104.940,91 euros (7,8% de la inversión publicitaria) y las salas comerciales de

cine de Navarra (con una inversión de 18.320,61 euros, un 1,4% de la inversión).

Finalmente, la ejecución presupuestaria de la inversión publicitaria 2017 se completó con la contratación de otro tipo de soportes (redes sociales, cartelería exterior...) y medios de fuera de Navarra por importe total de 33.156,26 euros (2,5% de su inversión).