

# memoria 2014

Dirección General de Comunicación / Oficina del Portavoz del Gobierno

# introducción

La **Dirección General de Comunicación / Oficina del Portavoz del Gobierno** está adscrita en la legislatura 2011-2015 al Departamento de Cultura, Turismo y Relaciones Institucionales. Sus funciones y estructura vienen determinadas en el **Decreto Foral 67/2012**, de 25 de julio, modificada parcialmente por el **Decreto Foral 11/2014**, de 29 de enero.

El **organigrama de la Dirección General de Comunicación** establece una estructura singular en el panorama de comunicación pública española, por el carácter de centralización de sus servicios (es una unidad administrativa que atiende a la Presidenta del Gobierno y a los ocho departamentos del Ejecutivo) y por la naturaleza despolitizada de sus empleados (sólo la directora general es un cargo de confianza política; el resto de sus empleados son funcionarios de carrera).

La centralización de estos servicios es una apuesta del Gobierno de Navarra desde su constitución como tal y ha redundado en un nivel de transparencia y credibilidad de sus servicios ante los medios de comunicación; en una homogeneización identitaria y de mensaje; y en un ahorro económico que ha sido resaltado en tesis y estudios sobre comunicación pública como el publicado por la especialista Consuelo López Vila en la **Revista Jurídica de Navarra**.

La Dirección General de Comunicación contó en 2014 con un único Servicio, denominado también «de Comunicación», a cuyo frente está un periodista y del que dependen cuatro secciones:

- Sección de Gabinete de Prensa
- Sección de Promoción
- Sección de Portal navarra.es
- Sección de Atención Ciudadana

En el plano administrativo, el Servicio de Comunicación estuvo auxiliado por un Negociado de Secretaría.



En el conjunto del Servicio de Comunicación, además de su director y las 5 jefas de sección y negociado, trabajan 7 periodistas, 3 administrativos, 3 telefonistas y una técnico superior en organización.

Además, la Dirección General de Comunicación contó con el apoyo externo de varias empresas para su quehacer diario:

- La empresa «Miguel Bidegain», que complementa al personal del Servicio de Comunicación para la atención 24 horas los 365 días de año de la información sobre Seguridad y Emergencias del Gobierno de Navarra. Es una encomienda cofinanciada por la Dirección General de Interior y que coordina la Dirección General de Comunicación.
- Las empresas multimedia «In the middle» y «Doña Remedios», que nos han aportado su conocimiento en la gestión técnica de contenidos del portal navarra.es (la primera durante el primer semestre del año; y la segunda en el periodo agosto-diciembre).
- La empresa «Telesonic», que se ocupa de la gestión de la Sala de Prensa.
- La empresa «Coonic», que se ocupa de las traducciones al vascuence, inglés y francés de los contenidos del portal navarra.es
- La empresa «Talluntxe Cincuenta y Nueve», que presta el servicio de fotografía oficial al Gobierno de Navarra a través de dos reputados fotoperiodistas como Enrique Pimoulier y José Luis Larrión.
- La empresa «Zosmamedia», adjudicataria del concurso de gestión de publicidad ordinaria.
- La empresa «Gap's Comunicación Pamplona», adjudicataria del concurso de gestión de publicidad creativa.
- La empresa «CyC», para la gestión del catálogo online de trámites en el Portal navarra.es.
- La empresa pública Tracasa, para la prestación del servicio telefónico de atención ciudadana 012.
- La empresa pública Nasertic, para la gestión de la Oficina de Atención Ciudadana del Gobierno de Navarra en Tudela.

# ejecución presupuestaria

Los Presupuestos Generales de Navarra para 2014, prorrogados de 2012, consignaron a esta Dirección General una disposición de gasto de **3,05 millones de euros**, un 6,27% más que en el ejercicio anterior (2,87 millones de euros), pero muy lejos aún de los 4,13 millones que gestionó en el presupuesto del que viene la prórroga, el de 2012.

Sin embargo, el Gobierno de Navarra (Decreto Foral 11/2014) aprobó en febrero la ampliación de la estructura del Servicio de Comunicación: básicamente, se crea la Sección de Atención Ciudadana (y se la dota con los medios materiales y humanos de la Oficina de Tramitación de Actividades Económicas del Departamento de Presidencia, Justicia e Interior, que queda extinguida); y se refuerza las funciones directivas del Servicio en la dirección de la presencia del Gobierno de Navarra en internet y redes sociales, reforzando la Sección de Portal navarra.es (que sustituye a la anterior de Portal y Nuevas Tecnologías) con un empleado adicional.

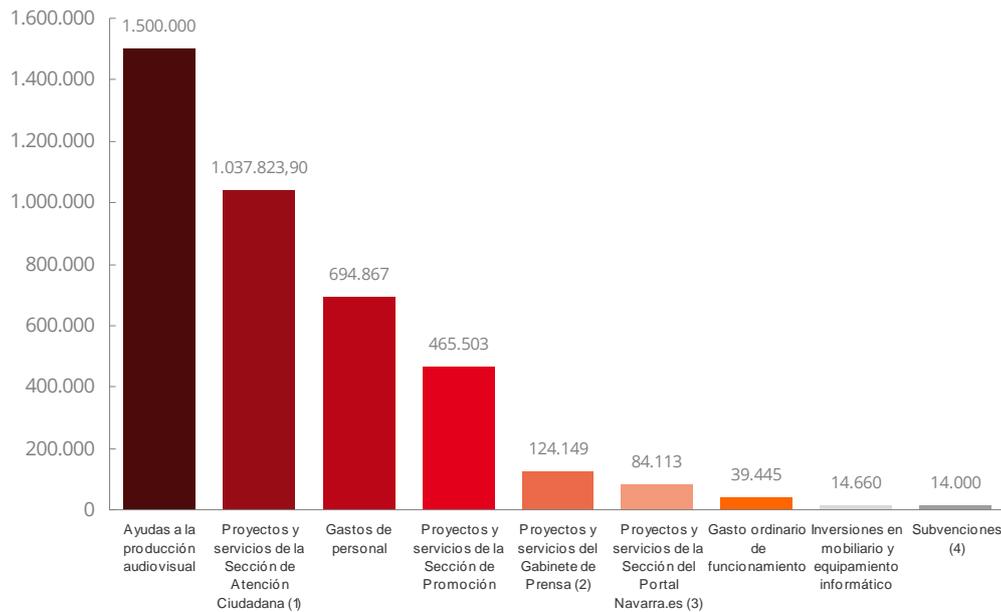
La ampliación de los recursos materiales y humanos del Servicio de Comunicación, por los motivos ya citados, supuso la gestión de 121.032,34 euros adicionales para el capítulo de personal y de un millón de euros más para prestar el servicio de atención ciudadana (concretamente 1.018.105,90 euros). Por tanto, el crédito para gasto finalmente gestionado suma **4,18 millones de euros**, lo que nos devuelve al volumen presupuestario de 2012.

La **ejecución presupuestaria ha sido del 94,44%** del gasto total de 4,18 millones de euros. Por su impacto presupuestario, destacan las partidas de ayudas a la producción audiovisual de las televisiones navarras con licencia para emisión digital, que sumó 1,5 millones de euros; y las partidas de atención ciudadana (OAC Tudela, servicio de atención telefónica ciudadana 012 y gestión y evolución del catálogo online de trámites), que sumaron otro millón adicional de euros.

Resumidamente, el resto de gastos sobre el presupuesto ejecutado se desglosa así:

- Ayudas a la producción audiovisual: 1.500.000 €
- Proyectos y servicios de la Sección de Atención Ciudadana: 1.037.823,90 €<sup>(1)</sup>
- Gastos de personal: 694.867 €
- Proyectos y servicios de la Sección de Promoción: 465.503 €

- Proyectos y servicios del Gabinete de Prensa: 124.149 € <sup>(2)</sup>
- Proyectos y servicios de la Sección del Portal Navarra.es: 84.113 € <sup>(3)</sup>
- Gasto ordinario de funcionamiento: 39.445 €
- Inversiones en mobiliario y equipamiento informático: 14.660 €
- Subvenciones: 14.000 € <sup>(4)</sup>



(1) Proyectos y servicios de la Sección de Atención Ciudadana: Atención telefónica a ciudadanos 012 (encomienda a Tracasa), 669.316,90 euros; Oficina Atención Ciudadana de Tudela (encomienda a Nasertic), 302.839,08 €; y gestión del catálogo online de trámites, 65.668 €.

(2) Proyectos y servicios del Gabinete de Prensa: suscripción a agencias de noticias y medios de comunicación, 64.390 euros; seguimiento de noticias sobre Navarra, 15.000 euros; fotografías e imágenes de TV, 38.259 euros; gestión técnica de la sala de prensa, 42.863 euros; estudio de audiencia Cíes y prensa local: 6.500 euros.

(3) Proyectos y servicios de la Sección del Portal Navarra.es: traducción multilingüe del portal web del Gobierno de Navarra, 38.638 euros; actualización y mantenimiento de la página web, 33.107 euros; incorporación material fotográfico y vídeos a la página web: 12.368 euros.

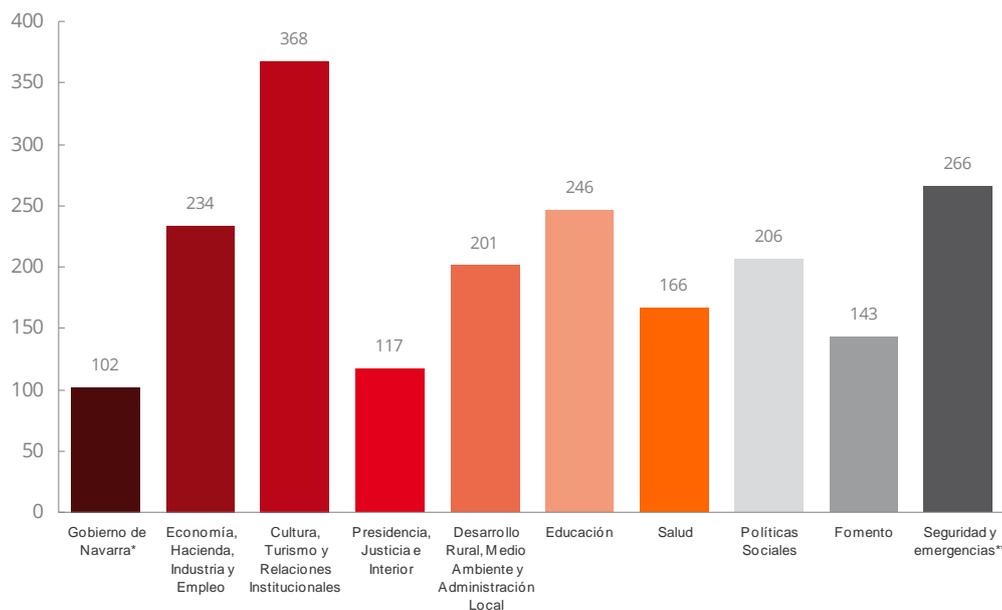
(4) Subvenciones: Asociación de Periodistas de Navarra: 14.000 euros.

# gabinete de prensa

Durante 2014 el Gabinete de Prensa elaboró un total de 2.054 notas de prensa frente a las 2.228 contabilizadas el año anterior. Ello supone una disminución del 7,8%, manteniéndose la tendencia descendente en el número de informaciones que se viene registrando en los últimos años coincidiendo con la menor actividad del Gobierno de Navarra debido a la crisis económica.

Este descenso en la información difundida por la Sección ha sido menos acusado en la información general del Gobierno de Navarra, que ha disminuido de 1.892 a 1.788 notas (-5,5%); y muy significativo en el área de Seguridad y Emergencias, que ha reducido su actividad en un 27,3%.

La distribución de las notas de prensa institucionales por departamentos fue la siguiente:



\* Se agrupan aquí las notas de prensa de actividades de la Presidenta de Navarra y/o protagonizadas por varios departamentos.

\*\* Además de las 266 notas, se difundieron un total de 354 sms y correos electrónicos a los medios.

En relación con la actividad de 2013, son tres los departamentos que registraron mayor actividad difusora: se trata de Educación (+20%), Políticas Sociales (+4,8%) y Cultura, Turismo y Relaciones Institucionales (+2,5%). Por el contrario, bajan en el número de informaciones los departamentos de Presidencia, Justicia e Interior (-30,7%), Fomento (-21,4%) y Salud (-7,26%). También descendió el número de

informaciones difundidas bajo el epígrafe institucional «Gobierno de Navarra»: un 15%. Los dos departamentos restantes, el de Economía, Hacienda, Industria y Empleo (-1,68%) y el de Desarrollo Rural, Medio Ambiente y Administración Local (-2,42%) se han mantenido en cifras prácticamente similares a las del ejercicio anterior.

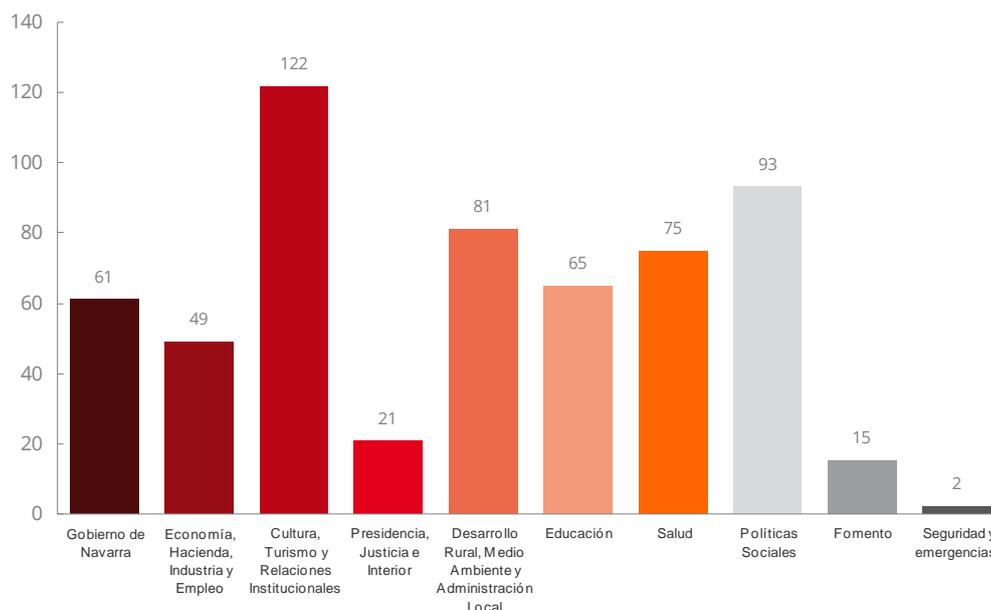
## Informaciones de Seguridad y Emergencias

Pero, como ya se ha adelantado, ha sido el área de Seguridad y Emergencias la que ha experimentado un mayor descenso: un 27,3%. Ello puede explicarse en el hecho de que las condiciones meteorológicas de 2014 fueron mucho más benignas que las de 2013, lo que tuvo también su reflejo en un menor número de notas relacionadas con estos fenómenos: incidencias en carreteras por nieves, inundaciones, rescates de peregrinos, montañeros, etc. También fue menor el número de incendios.

Por meses, la actividad media mensual fue de 149 notas de prensa, siendo los meses de marzo (175) y junio (170) los que registraron un mayor número de informaciones. Agosto, con 99 notas, fue el mes con menor actividad.

## Convocatorias por departamentos

En consonancia con el descenso en el número de noticias, también se redujo durante el pasado año el nivel de convocatorias de ruedas de prensa y otros actos informativos hasta 584 (-8,46%) La distribución fue la siguiente:



\*Se agrupan aquí las notas de prensa de actividades de la Presidenta de Navarra y/o protagonizadas por varios departamentos.

En lo que se refiere a la evolución por departamentos, sólo tres vieron crecer el pasado año esta actividad: se trata de Desarrollo Rural, Medio Ambiente y Administración Local, con un 12,5%; Políticas Sociales, con un 9,4%; y Cultura (2,4%). Las convocatorias fueron menores en el resto de departamentos: Fomento, que baja un 44,4%; Presidencia, Justicia e Interior (-25%); Salud (-14,7%) y Educación (-10,9%). También fue menor la actividad en este campo en convocatorias realizadas bajo el epígrafe genérico de Gobierno de Navarra (-23,4%).

La media de convocatorias fue de 48 mensuales. Mayo y junio generaron el mayor número de actos (63 cada uno de esos meses), seguidos de octubre (62), mientras que agosto fue el de menor actividad, con 14 actos.

### Otros indicadores de actividad

La sala técnica del Gabinete de Prensa, que presta cobertura audiovisual a los actos celebrados en el Palacio de Navarra, gestionó en 2014 155 ruedas de prensa y actos institucionales (-4,9% respecto a 2013). Dichos actos fueron retransmitidos en directo y posteriormente su contenido audiovisual publicado en la web, acompañando la nota de prensa. De éstos, 124 fueron ruedas de prensa celebradas en la sala de prensa y otros 31 actos tuvieron como escenario otros salones de la Planta Noble (Salón del Trono, Salón Verde, Salón Comedor, despacho de la Presidenta, etc).

Además, la sala técnica subió un total de 171 vídeos al servidor FTP desde el que se ofrece señal de calidad a las televisiones; y otros 205 a la red social Vimeo, para su consulta ciudadana. De estos últimos, 177 corresponden a ruedas de prensa, 7 a vídeos con imágenes ofrecidas por Europa Press (de acuerdo al contrato suscrito), 6 por gentileza de Navarra TV, 5 se han realizado a partir de producciones de vídeo propias impulsadas o encargadas por diferentes unidades del Gobierno de Navarra a productoras, 4 han sido proporcionadas por la Policía Foral y otros 4 son vídeos institucionales cargados al canal «Proyectos y programas», que ofrece piezas videográficas de mayor duración.

Por su parte, el número de fotografías realizadas por la empresa contratada para ilustrar las notas informativas ascendió a 295, un número muy similar al de 2013 (302). Octubre (32) y marzo (30) fueron los meses con más actividad. A ello hay que sumar 10 coberturas audiovisuales (imágenes y vídeo) realizadas

por Europa Press, en virtud del contrato suscrito con el Servicio de Comunicación.

Los periodistas de medios de comunicación acreditados ante el Servicio de Comunicación son 486. De ellos, 135 son de diarios, 126 de televisiones, 86 de radios, 97 de medios digitales, 25 de revistas y 17 de agencias de noticias. Durante el año 2014 se produjeron 63 bajas y 73 altas en el registro de medios de comunicación. En total, hay acreditados 82 medios de comunicación.

### Repercusión en los principales medios de Navarra

La información generada por el Gabinete de Prensa del Gobierno de Navarra se difunde a través de la propia web [navarra.es](http://navarra.es) y del boletín electrónico al que están suscritos los medios de comunicación navarros.

En lo que se refiere a la primera vía, las noticias del Gobierno registraron 353.434 visitas (del 3 de febrero al 31 de diciembre), y otras 18.050 visitas tuvieron las noticias de seguridad y emergencias. Por su parte, las visitas a [www.saladeprensa.navarra.es](http://www.saladeprensa.navarra.es), la aplicación que permite ver las ruedas de prensa en directo y en diferido, ascendieron a 377.788

La información más vista (9.901 visitas) fue la nota de prensa que informaba de la publicación en la web de las declaraciones del IRPF; y la segunda (6.699), la que informaba del calendario de fiestas laborales para 2015.

Para conocer la repercusión de las notas de prensa en los medios de comunicación se han analizado las 74 informaciones difundidas por el Gabinete de Prensa en el periodo del 6 al 20 de octubre de 2014 (sólo los días laborables) y cuáles de ellas han sido recogidas en los periódicos (Diario de Navarra y Diario de Noticias), radios (Onda Cero, Cope, Ser y RNE) y televisiones (TVE-Navarra y Navarra TV).

El resultado del análisis refleja que los dos diarios navarros son los medios que mayor número de notas de prensa redifunden, con una media de un 66,2%, a mucha distancia de las televisiones (24,3%) y de las radios (16,9%).

En lo que se refiere a la prensa, el día que menos informaciones recogen lo hacen en un 33% y hay varios días que publican el 100% de las notas. El nivel de difusión es similar en ambos (50 Diario Navarra y 48 Diario de Noticias).

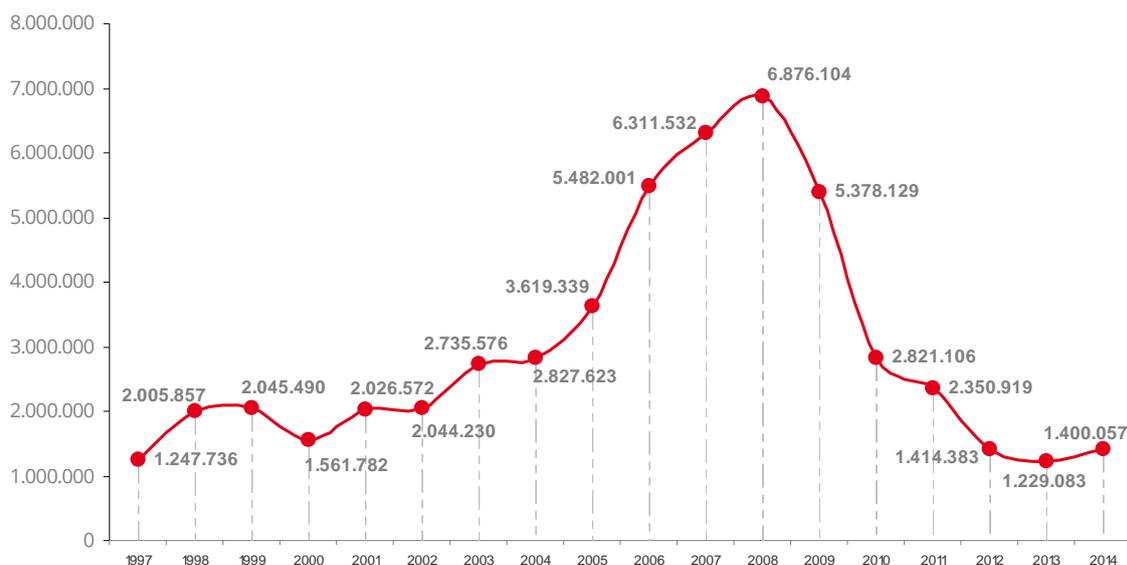
En lo que se refiere a la difusión en medios audiovisuales, las notas de prensa del Gobierno de Navarra tienen mejor acogida en los informativos de las televisiones que en las radios. Pero dentro de cada medio, la redifusión de informaciones es similar entre los distintos operadores: en televisión, Navarra TV 19 y TVE 17 informaciones; y en radio, RNE 14, Ser 13, Onda Cero 12 y Cope 11.

# inversión publicitaria

El Servicio de Comunicación gestionó durante el año 2014 una inversión de 1.400.055,95 euros, IVA incluido, en actuaciones de publicidad del Gobierno de Navarra, un 13,9% más que la inversión registrada en el ejercicio anterior (1.229.083,26).

Tras seis años de descenso (entre 2008 y 2013 la inversión cayó un 82,1%), la inversión crece por primera vez y se acerca a la realizada en 2012. Cabe señalar que 2013 registró el volumen de inversión más bajo desde, al menos, 1997 (1,24 millones de euros).

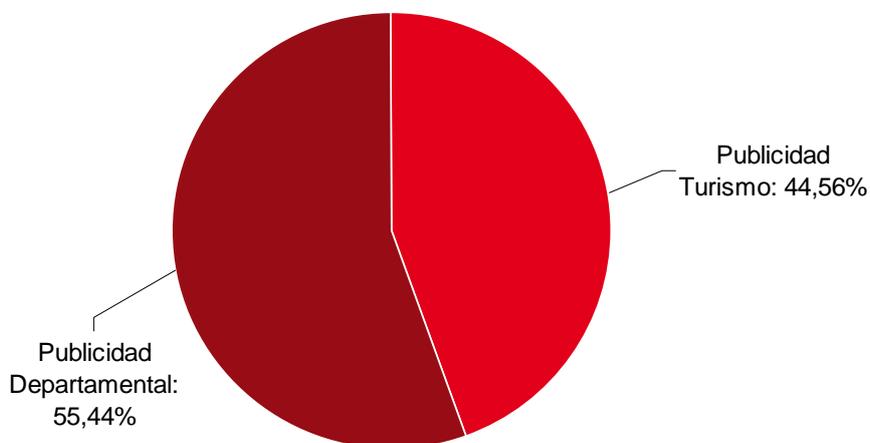
## Evolución de la inversión publicitaria



De la inversión total, 776.232,82 euros (55,44%), un 24,3% más que en 2013 (624.408,90 euros) corresponden a iniciativas publicitarias del Gobierno de Navarra: las que se realizan en cumplimiento de la legislación sobre planeamientos urbanísticos y expropiaciones; y las que requieren creatividad, promovidas por la Dirección General de Comunicación, con carácter corporativo, o por los departamentos y referidas a servicios y programas de su ámbito de actuación.

El importe restante, 623.823,12 euros (el 44,56%), se ha destinado a la promoción turística de Navarra corresponde a la promoción turística de Navarra, un 3,17% más que en 2013 (604.674,44 euros). Las inversiones se plantean de acuerdo con la planificación estratégica del sector y los planes de acción aprobados anualmente para las actividades de promoción de marca en los mercados de mayor interés para la Comunidad Foral.

## Distribución de la publicidad 2014



## Publicidad Institucional del Gobierno de Navarra

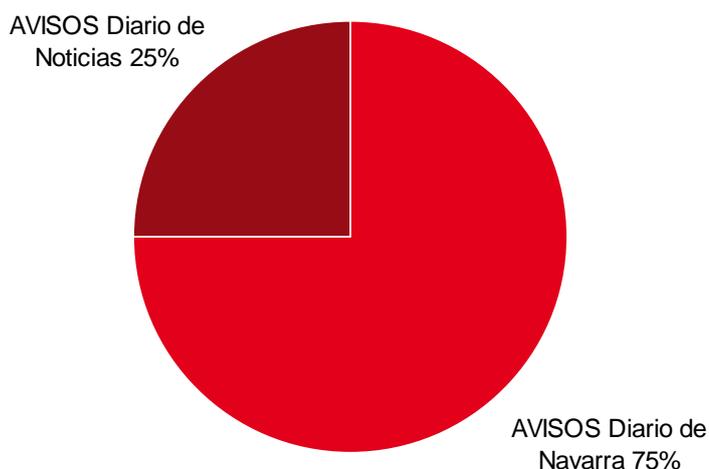
La inversión publicitaria institucional del Gobierno de Navarra en 2014, como ya se ha indicado, ascendió a 776.232,82 euros, un 24,3% más que en 2013, debido a la ausencia de restricciones presupuestarias y al apoyo dado por el Servicio de Comunicación a campañas departamentales (mecenazgo o nuevas urgencias del CHN).

Esa cantidad proviene de dos tipos de publicidad:

- **la publicidad de avisos** (anuncios en prensa compuestos únicamente de texto y referidos básicamente a procedimientos expropiatorios, además de

otros anuncios menores de avisos). La legislación en materia de expropiación y planificación establece la obligatoriedad de esta publicidad e indica en qué diarios (habitualmente sólo regionales) debe realizarse.

La inversión gestionada en 2014 para este tipo de publicidad ascendió a 85.530,85 euros (el 11,02% de la publicidad institucional), todos ellos invertidos en Navarra. Respecto a 2014, la inversión total en avisos descendió en un 4,99%.



- **la publicidad con creatividad.** Corresponde a publicidad especial o con creatividad (anuncios con imagen o diseño, campañas con presencia en soportes publicitarios variados). La publicidad en los medios de comunicación se inserta conforme a en la Orden Foral 1/2003, de 11 de noviembre, por la que se determinan las directrices de contratación de la publicidad institucional de la Administración de la Comunidad Foral de Navarra. Dicha norma fija en sus artículos 6 y 7 tales criterios, vinculando las inserciones publicitarias a la difusión de los medios de comunicación.

En 2014 supuso una inversión de 690.701,98 euros (el otro 88,98% de la publicidad institucional), un 10,6% más que en 2013. De ellos, un total de 59.068,99 euros (8,55%) fueron destinados a financiar las labores de creatividad y producción, mientras que el resto del gasto, 631.632,98 euros (91,45%), correspondió a inversión publicitaria propiamente dicha (medios de comunicación y otros soportes).

Durante 2014, las actuaciones de publicidad con creatividad más reseñables fueron las siguientes:

- Programas culturales de verano (Cultur, Olite y Semana de Música Antigua de Estella): 67.554,72 euros
- Mecenazgo cultural: 59.977,11 euros
- Carné Joven: 33.568,31 euros
- Día de Navarra: 30.445,79 euros

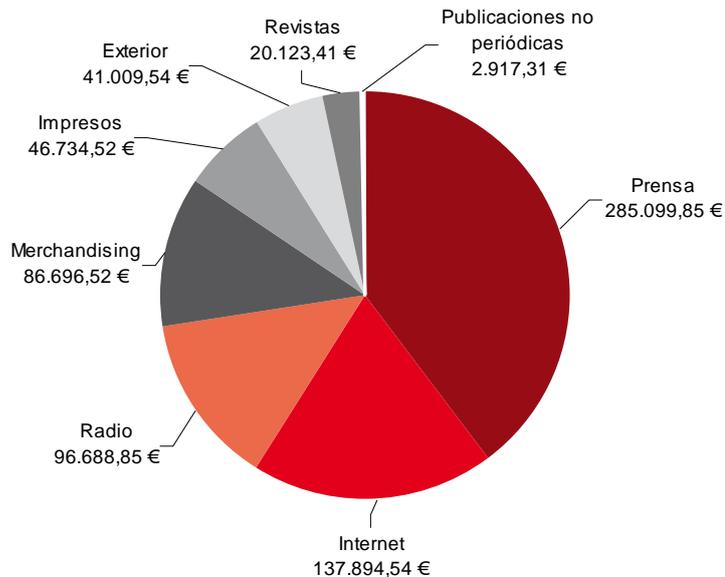


Imágenes de algunas de las campañas realizadas

Asimismo, cabe señalar que durante 2014 la Obra Social laCaixa colaboró con 25.000 euros IVA incluido en la difusión del Programa de Detección Precoz de Cáncer de Colon (Departamento de Salud); con 22.000 euros en la campaña para favorecer el acogimiento en familias de niños y niñas en situación de desprotección (Departamento de Políticas Sociales); y con otros 17.000 euros con motivo del Día Internacional contra la Violencia de Género (Departamento de Políticas Sociales). Estas cantidades no están contabilizadas en la memoria.

## Distribución del gasto por canales de comunicación

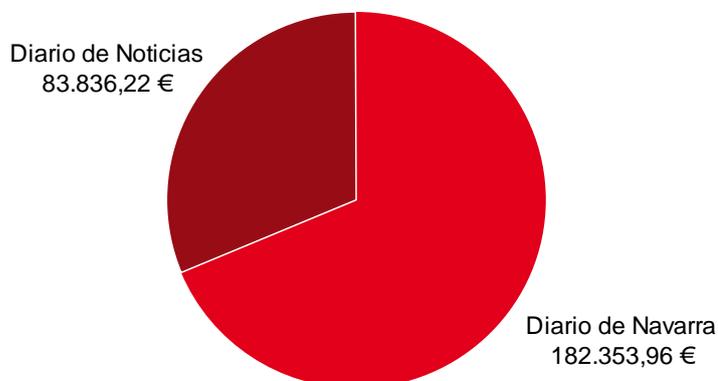
La inversión de la publicidad institucional (excluido Turismo) en los diferentes soportes ascendió en 2014 a 717.164,54 euros.



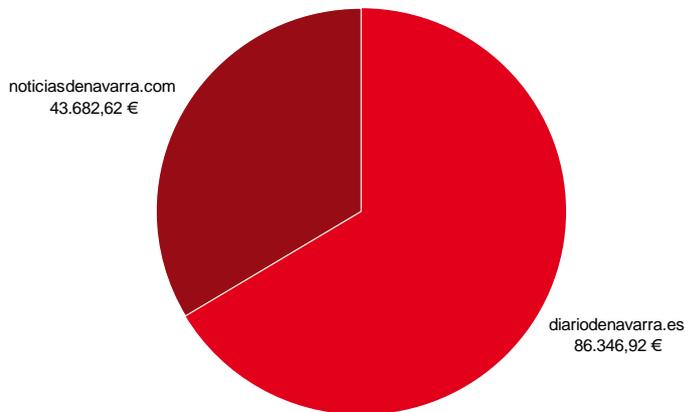
## Distribución del gasto por medios de comunicación

La distribución del gasto en publicidad institucional en los principales medios de comunicación fue la siguiente:

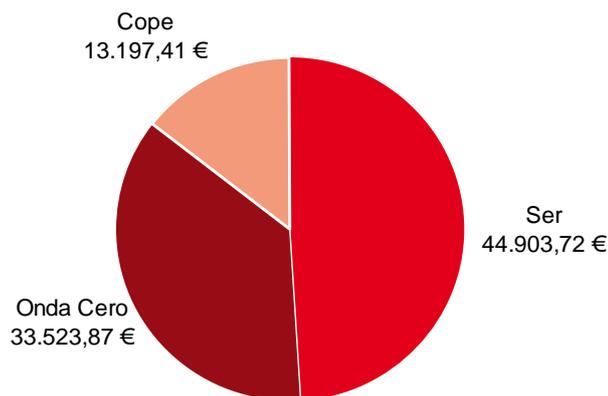
### Prensa



## Internet



## Radio

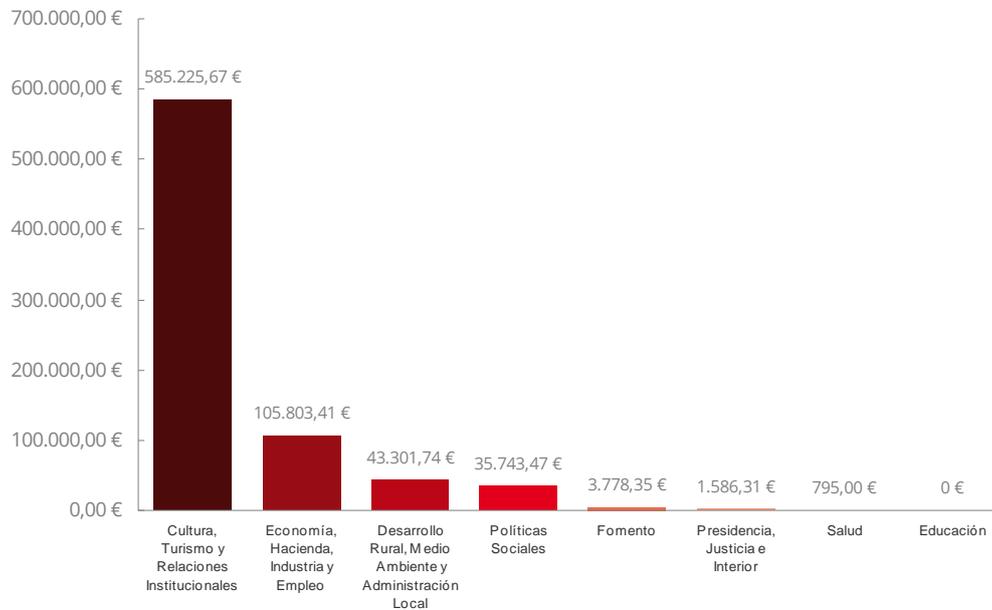


## Distribución del gasto por departamentos

Cultura, Turismo y Relaciones Institucionales fue en 2014 el departamento del Gobierno de Navarra que más invirtió en publicidad institucional, dado que en él radica esta Dirección General de Comunicación – Oficina del Portavoz del Gobierno, la unidad que realiza las inversiones publicitarias de carácter corporativo.

Así, en 2014 se destinaron 127.004,51 euros a la promoción mediante banners en las ediciones digitales de Diario de Navarra y Diario de Noticias; y 87.573,92 euros a la publicidad mediante cuñas en las emisoras con cobertura regional.

El segundo departamento inversor, el de Economía, Hacienda, Industria y Empleo, invirtió 105.803,41 en acciones diversas (publicidad de avisos, campaña de empleo no declarado, feria de biomasa).

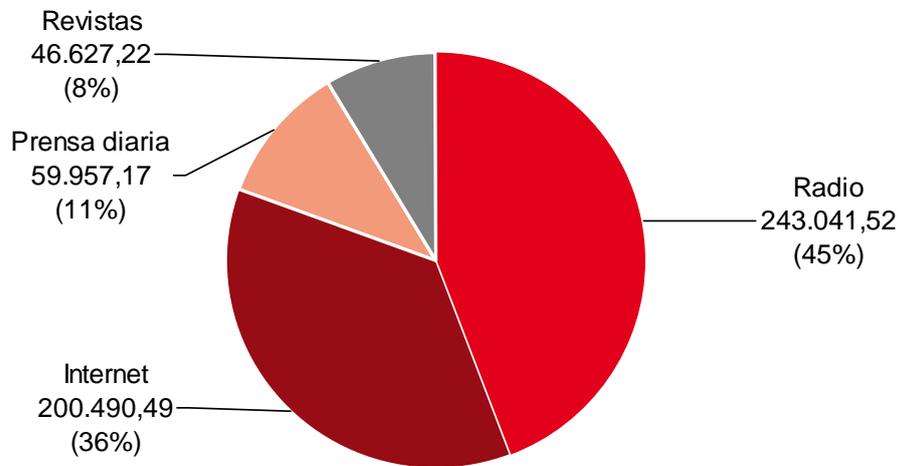


## Promoción de la marca turística de Navarra

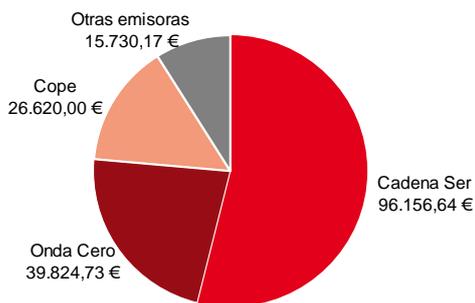
La inversión publicitaria correspondiente a la marca turística "Navarra" ascendió en 2014 a 623.823,12 euros, frente a los 604.674,44 euros del año anterior, esto es, un 3,17% más, en cinco actuaciones: campaña nacional; campaña en Cataluña; campaña en País Vasco; campaña en el Sur de Francia; y en una acción en una agencia de viajes on line.

De esta cantidad, 73.706,73 euros (11,82%) fueron destinados a financiar las labores de creatividad, mientras que el resto del gasto ascendió a 550.116,40 euros (88,18%) correspondió a inversión publicitaria propiamente dicha (medios de comunicación y otros soportes).

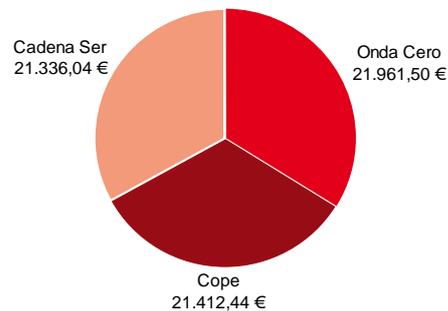
## Turismo por canales



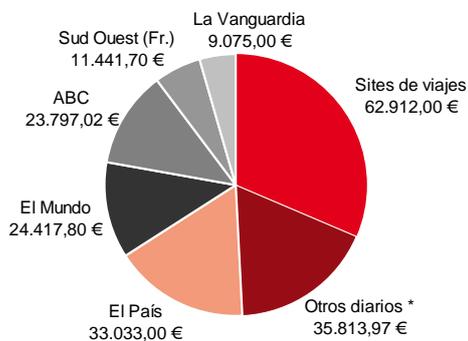
### Inversión en radio nacional



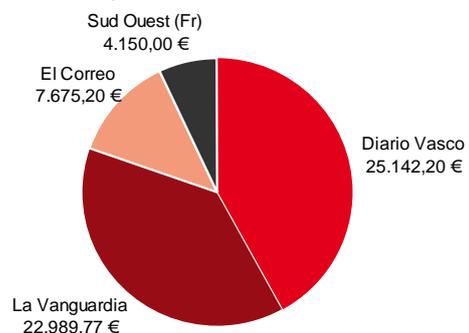
### Inversión radio local



### Inversión en internet



### Inversión en prensa



\* D. Vasco, El Correo, etc

## sección portal navarra.es

En 2014 la Sección portal Navarra.es ha desarrollado los siguientes trabajos y proyectos:

- proyecto de diseño de la evolución del portal navarra.es.
- revisión y aprobación de contenido de navarra.es.
- edición de la home de ncia.es y creación de banners.
- creación de webs promocionales o monográficos.
- elaboración de informes para la incorporación de nuevos contenidos.

La memoria, además, recoge un apartado final en el que se ofrecen los datos principales sobre accesos al portal navarra.es durante el ejercicio.

### Proyecto de diseño de la evolución del portal navarra.es

Durante el primer semestre de 2014 la Sección participó en el diseño de la evolución del portal navarra.es.

Esta iniciativa trata de resolver problemas conocidos que se pueden resumir en: tramitación electrónica compleja; dificultad para localizar el contenido a través de una estructura de navegación enmarañada y modelo de gestión del portal web obsoleto que dificulta garantizar la calidad del contenido final.

Unido a lo anterior, hay que destacar el riesgo tecnológico y el coste adicional que se está asumiendo al seguir utilizando la actual plataforma tecnológica, sin soporte del fabricante, ni compatibilidad con otros productos con los que convive, según viene informando la DG de Informática y Telecomunicaciones.

El proyecto finalizó en junio de 2014 con la elaboración de un plan de construcción que incluye la estimación económica de desarrollo, alojamiento y mantenimiento del nuevo portal.

Finalmente el proyecto de construcción no ha podido ser abordado por carecer del presupuesto necesario para ello, aunque se considera necesario destacar la validez y oportunidad del trabajo realizado (diseño del nuevo portal), independientemente de que finalmente su construcción se lleve o no a cabo.

El trabajo realizado permite tener una estrategia para unificar los dos portales principales en uno (navarra.es y gobierno abierto), ordenar los contenidos del Gobierno de Navarra en internet y hacerlo desde un punto de vista de servicio ciudadano (simplificando trámites y fomentando la participación en la vida pública).

A lo largo del segundo semestre de 2014 se están abordando mejoras en el portal actual que permitan avanzar hacia el nuevo modelo con el objetivo de mejorar la prestación del servicio que se ofrece a través de Internet.

### Revisión y aprobación de contenido de navarra.es

Los autores autorizados en cada área del portal web envían los contenidos para revisión previa a la publicación, a través del gestor de contenido corporativo.

La revisión de los contenidos se hace de acuerdo con los criterios del manual de estilo de navarra.es. Los aspectos que se revisan son los siguientes:

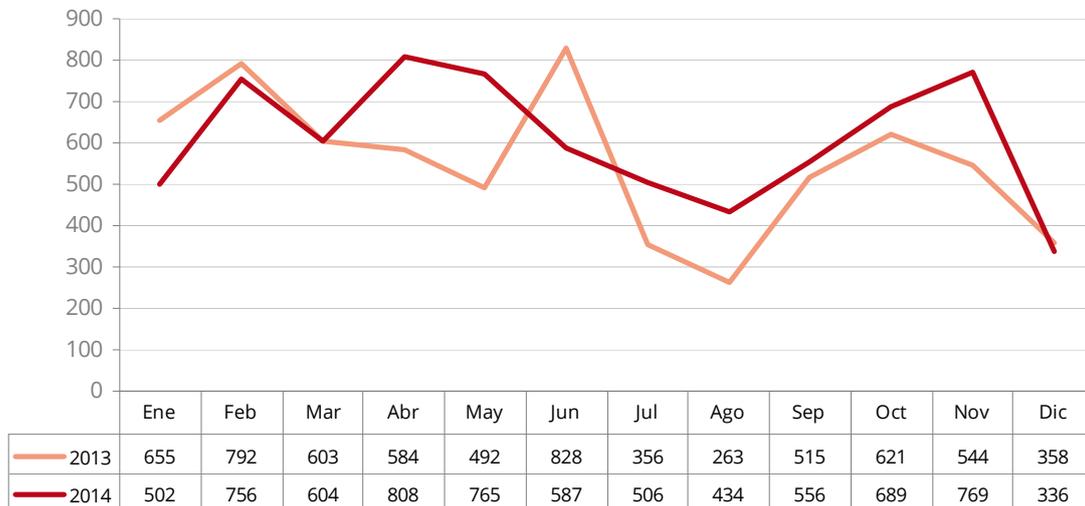
- la ubicación de la página en el canal correspondiente.
- pertinencia de la plantilla adoptada para el contenido.
- funcionalidad y accesibilidad de los hipervínculos.
- calidad y pertinencia de las imágenes (fotografías, iconos)
- tipografía (títulos, intertítulos, pies de foto, negritas y cursivas).
- ortografía y corrección gramatical del texto.
- estilo de la redacción con criterios de inteligibilidad.

La actitud del revisor es doble. Si los cambios exigibles son mínimos, los ejecuta él mismo, para lo que tiene permiso. Si, a su criterio, estos cambios afectan en mayor medida al contenido remitido para su aprobación se devuelve al autor, preferiblemente mediante la opción de rechazar con aviso.

Las funciones de revisión y aprobación de contenidos incluyen el contacto directo con los autores para aclarar y poner en común aspectos relacionados con los contenidos enviados a aprobación. Este contacto incluye en ocasiones una labor de soporte funcional y aclaración de dudas.

En el año 2014 se han revisado un total de 6.611 páginas en castellano.

Nº de páginas revisadas en castellano  
Comparación 2013-2014



## Edición de la home de navarra.es y creación de banners

Las tareas ordinarias de edición de la home consisten en tomar la decisión sobre los contenidos a publicitar en la misma con objeto de atraer el tráfico hacia ellos. Para ello, la sección elabora y gestiona un tipo de formato publicitario en Internet, los banners, ubicados en distintas zonas de la home de navarra.es:

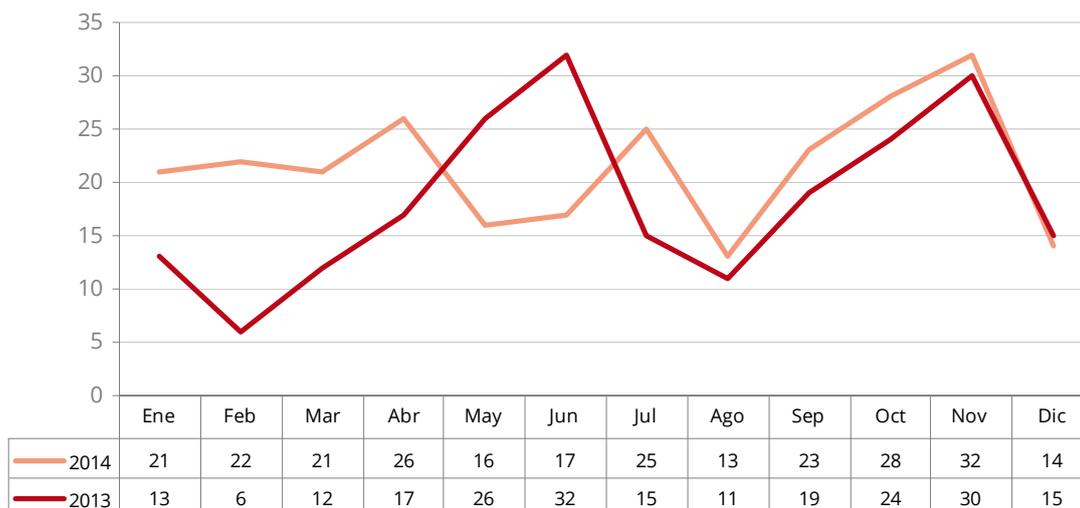
- Recuadro 'Novedades' en el cuadrante superior izquierdo de la página.
- Columna inferior derecha de la página.
- Faldón inferior.
- Súper banner en la parte superior.

También se confeccionan banners a demanda de las unidades administrativas promotoras del servicio o mensaje que se quiere publicitar en páginas departamentales y temáticas.

Así mismo la sección realiza la gestión de banners del boletín electrónico de noticias.

Durante el año 2014 se han creado 258 banners para insertar tanto en la home de navarra.es como en las páginas departamentales y temáticas y en el boletín electrónico de noticias.

**Creación de banners  
Comparación 2013-2014**



## Creación de webs promocionales o monográficos

Durante el año 2014 se han elaborado las siguientes web de tipo promocional o de carácter monográfico:

- «Navarra intensa». Exposición homenaje a Julio Caro Baroja.
- Premio Príncipe de Viana de la cultura.
- Delegación del Gobierno de Navarra en Bruselas.
- Elecciones europeas.
- Feria de la Biomasa celebrada en Pamplona en septiembre de 2014.
- Concurso escolar DBR3. Imagen turística de Navarra.
- Monográfico sobre el Canal de Navarra.
- Campaña «No sólo son golpes», en torno a la violencia psicológica contra las mujeres.
- Campaña «Sin contrato eres invisible» del programa para la lucha contra la economía sumergida y el empleo no declarado. En castellano y euskera.

- Día de Navarra 2014. Promoción de las actividades programadas para la celebración del Día de Navarra. En castellano y euskera.
- Carné joven de Navarra. Revisión y actualización de contenido relacionado con el lanzamiento de nueva app. En castellano y euskera.

Asimismo, se ha colaborado en el segundo volumen de «Relatos de plomo», que recoge el testimonio de las víctimas de ETA, y en la web de la campaña de promoción de la Ley de Mecenazgo (MECNA).

Por otro lado, se han realizado prototipos para el Concurso de violín Pablo Sarasate y para la elaboración de un monográfico sobre el Dividendo digital.

## Elaboración de informes para la incorporación de nuevos contenidos

En general, el trabajo de la Sección en este ámbito consiste en determinar si procede la inclusión del nuevo contenido en el Portal navarra.es y, en caso afirmativo, orientar sobre dónde se incluye el contenido en el portal, cómo estructurarlo y qué plantillas utilizar; proporcionar recomendaciones básicas para redactar los contenidos y optimizar su posicionamiento en los buscadores; y, finalmente, publicar el nuevo contenido y promocionarlo.

Durante el 2014, la sección ha elaborado informes sobre la incorporación de los siguientes contenidos al portal web:

- Creación de una web promocional del «Concurso de violín Pablo Sarasate», a propuesta del Servicio de Acción cultural.
- Creación y publicación de la «Guía de recursos para las familias», a propuesta del Instituto para la Familia e Igualdad.
- Creación de un «Planificador de autobuses», a propuesta del Servicio de Transportes.
- Incorporación a navarra.es de la web del Parque de Urbasa, alojada en un servidor externo (<http://www.parquedeurbasa.es/>), a propuesta de la Sección de Montes.
- Incorporación a navarra.es de la web «Fiestas sostenibles», alojada en un servidor externo ([www.fiestassostenibles.com](http://www.fiestassostenibles.com)), a propuesta de la Sección de Información y Educación Ambiental.

- Imagen institucional en la web del Instituto de Salud pública y Salud Laboral.
- Incorporación de contenido relacionado con la promoción de las TIC, a propuesta de la Sección de Sociedad de la información.

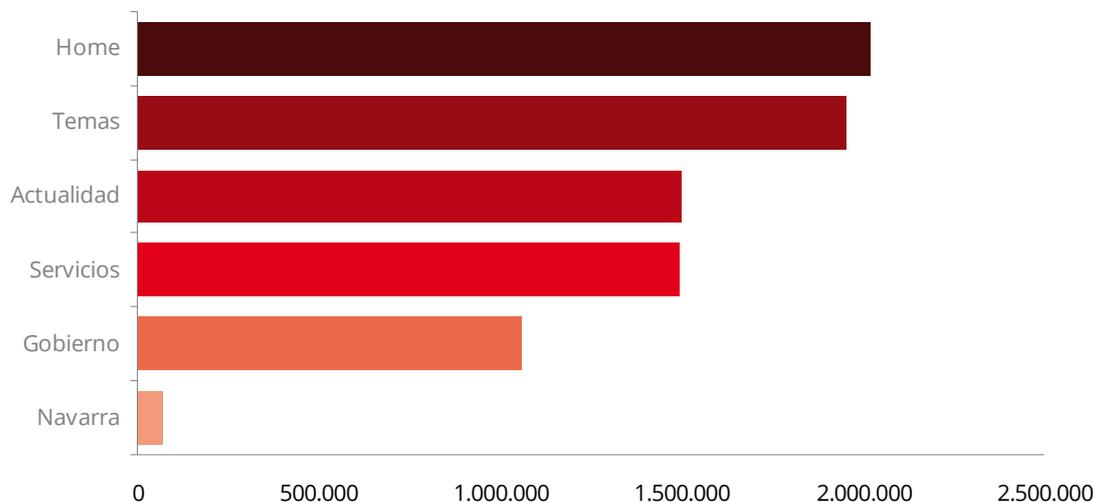
## Datos sobre accesos al portal navarra.es en 2014

Mediciones realizadas en el periodo 3 febrero - 31 diciembre 2014. Fuente: Google Analytics

En el año 2014, el portal web del Gobierno de Navarra ([www.navarra.es](http://www.navarra.es)) recibió 8.245.006 visitas (el 46,25 % corresponden a nuevas visitas), realizadas por 3.817.495 visitantes, que, en total, accedieron a 36.133.732 páginas.

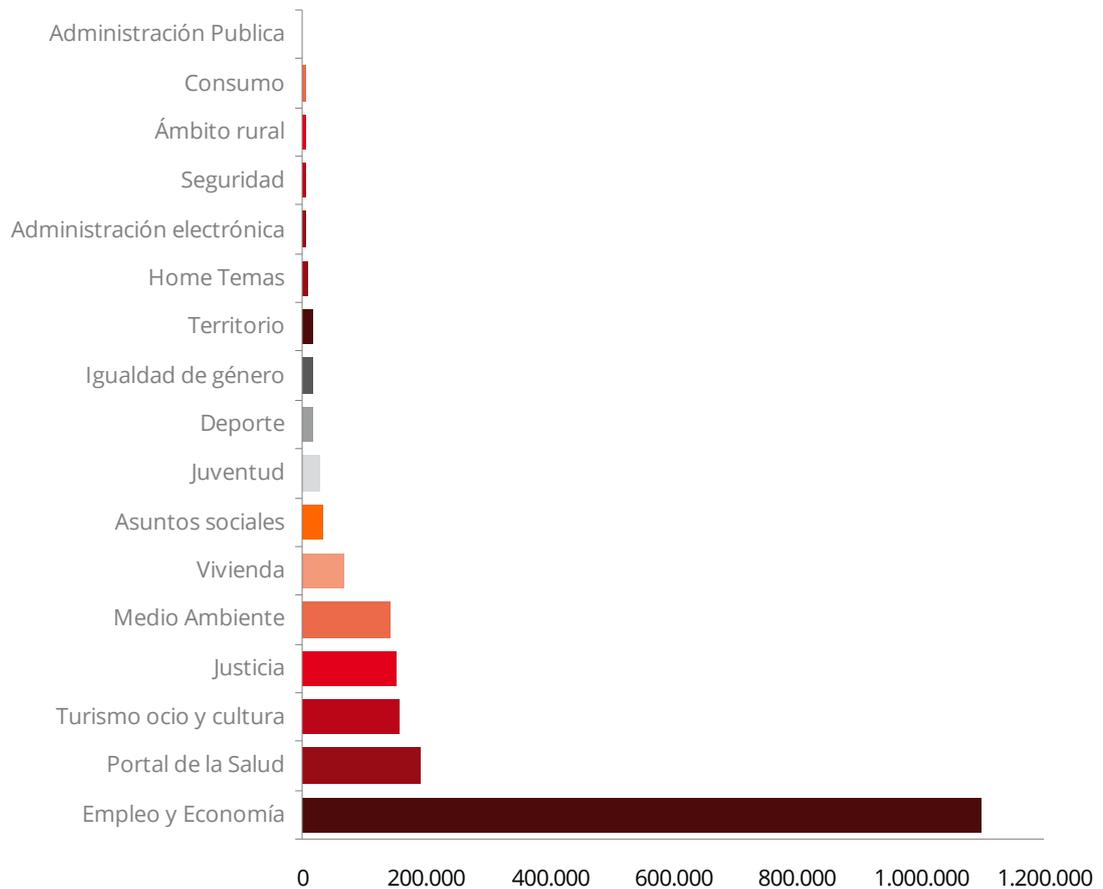
De estas visitas, 8.135.934 correspondieron al portal en castellano y 35.180 al portal en euskera.

Visitas por apartados principales del portal en castellano



*VISITAS: Es el número total de sesiones que se han realizado en el periodo. Una sesión es el periodo durante el cual un usuario interactúa con su sitio web.*

## Visitas por temas



*VISITAS: Es el número total de sesiones que se han realizado en el periodo. Una sesión es el periodo durante el cual un usuario interactúa con su sitio web.*

Las 25 páginas más visitadas en navarra.es (número total de páginas vistas; las visitas repetidas a una misma página también se contabilizan) en 2014 fueron:

	Título de la página	Nº de páginas vistas
1.	Navarra - navarra.es	3.635.108
2.	Ofertas de empleo. Ofertas gestionadas por SNE - navarra.es	2.870.411
3.	BON - navarra.es	2.114.295
4.	Ofertas de empleo - navarra.es	1.320.324
5.	Boletín - navarra.es	1.153.861
6.	Hacienda Tributaria - navarra.es	1.045.712
7.	Buscador avanzado de Servicios - navarra.es	1.036.174

	Título de la página	Nº de páginas vistas
8.	Empleo - navarra.es	876.773
9.	Buscador - navarra.es	839.942
10.	Buscador del Boletín Oficial de Navarra - navarra.es	454.640
11.	Servicios - navarra.es	448.634
12.	Trámites con Hacienda - navarra.es	406.523
13.	Buscador de Servicios - navarra.es	386.160
14.	Prioritariamente desempleados/as. Default - navarra.es	385.500
15.	Índice de Boletines - navarra.es	377.811
16.	Noticias del Gobierno - navarra.es	276.758
17.	Estructura orgánica - navarra.es	274.282
18.	Consulta de declaraciones - navarra.es	258.078
19.	Temas - navarra.es	242.072
20.	Recibo de nómina del Gobierno de Navarra - navarra.es	219.433
21.	Impresión de declaraciones - navarra.es	204.350
22.	Formación. Default - navarra.es	202.436
23.	Justicia en Navarra - navarra.es	197.453
24.	Los departamentos - navarra.es	183.196
25.	Gobierno - navarra.es	179.797

# atención ciudadana

La Sección de Atención Ciudadana recogió y atendió en 2014 un total de 137.232 llamadas o consultas:

- 92.744 atenciones por teléfono (29.709 a través de la centralita 848-427000; y 63.035 a través del teléfono de información general 948 012 012 o servicio 012).
- 42.535 atenciones presenciales, en su Oficina de Atención de Tudela.
- 1.935 atenciones por correo electrónico ([navarra@navarra.es](mailto:navarra@navarra.es) y [nafarroa@navarra.es](mailto:nafarroa@navarra.es)).

La Sección gestionó, además, la atención ciudadana también desde las cuentas generales del Gobierno de Navarra en las redes sociales Twitter (@navarra y @nafarroa, que a 31 de diciembre sumaban 9.624 y 13.305 seguidores, respectivamente) y en Facebook, perfil Infonavarra, con 1.030 “me gusta” a final de año. Y dio servicio de atención online en directo mediante chat: <http://chat.navarra.es>

Es importante señalar que el servicio 012, que gestiona esta Sección, también atendió 112.060 llamadas ciudadanas en relación con informaciones y trámites correspondientes **al centenar de municipios adheridos a este servicio.**

Y, finalmente, el resumen de la actividad en materia de atención ciudadana se cierra con el trabajo realizado para gestionar y optimizar el **catálogo online de trámites del Gobierno de Navarra**, que eran 1.268 a final de año, un 80% de ellos tramitables electrónicamente al menos en su fase inicial.

## Teléfono de atención ciudadana

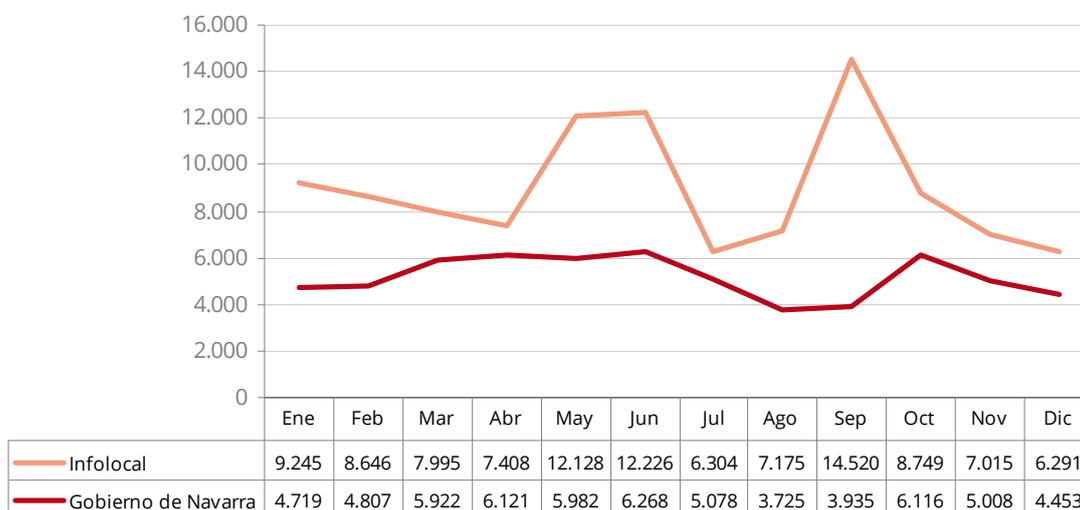
Por su parte, el teléfono 012 atendió durante el pasado año un total de **175.095 llamadas ciudadanas**, de las que el 64% eran relativas a servicios ofrecidos por las entidades locales. El 36% restantes eran servicios del Gobierno de Navarra, entre los que destacan los relativos a empleo, vivienda, caza y pesca, y trámites de la Administración Foral.

Entre otras, a través de este teléfono se atendieron 72.270 relacionadas con instituciones municipales (44.876 para inscripciones, 25.141 para citas previas y 2.253 para venta de entradas), 15.160 de trámites (padrón, catastro, duplicados, recibos, domiciliaciones o cobros), y 741 llamadas relativas a avisos, quejas y sugerencias.

Además de recibir llamadas, este servicio también contacta directamente con los ciudadanos, modalidad que a lo largo del pasado año efectuó un total de 178.969 contactos salientes, de los que 169.969 SMS, se enviaron 1.366 correos electrónicos, se realizaron 4.610 llamadas telefónicas, y se realizaron encuestas a 1.046 personas.

La mayor parte de las llamadas se registraron en mayo (80%), junio (72%) y septiembre (70%) debido a que en estos meses se publican la mayor parte de convocatorias y actividad. La distribución de llamadas por meses fue la siguiente:

Llamadas 012



El tiempo medio de las llamadas fue de 108 segundos. Por idiomas, el 96% se atendió en castellano, y el 3,13%, en euskera.

Respecto a los servicios que presta al Gobierno de Navarra, uno de los principales es la recepción de llamadas, inscripciones, cita previa y envío de impresos del **Servicio Navarro de Empleo (SNE)**. El pasado año se atendieron 42.430 llamadas, 8.982 de ellas relativas a la oficina de Rochapea (Pamplona), 8.355 a la del Ensanche (Pamplona), 7.079 a Tudela, 5.572 a Tafalla, 5.054 a Iturrondo, 4.572 a Yamaguchi (Pamplona) y 2.816 a la oficina general del propio SNE.

Los contactos que estableció el 012 con las personas solicitantes de información superan los 9.000, entre las que destacan los contactos vía SMS (8.775) y las llamadas efectuadas (320). Además, se realizaron 210 encuestas a

las personas usuarias, relativas a valoración del proceso de ayudas y de las prácticas realizadas en empresas.

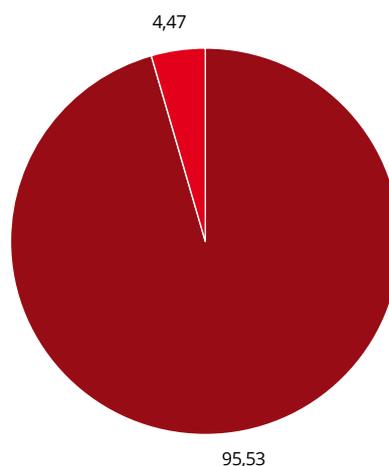
Otra de las principales demandas de información se refirió al **censo único de vivienda protegida**, sobre el que en 2014 se atendieron 4.574 llamadas.

Respecto a **caza y pesca**, se atendieron 7.792 llamadas. Cabe destacar que dentro de la campaña de solicitud de permisos de pesca en la región salmonícola superior, se gestionaron 2.266 personas, un 26,6% de los concedidos. También cabe destacar que el número de personas inscritas para recibir avisos sobre los niveles de ozono en Navarra ascendió a 171. En cuanto a las llamadas atendidas sobre **transportes**, se cifraron en 312, relativas a horarios de salida de transporte público, destinos dentro y fuera de Navarra, y gestión de líneas interurbanas.

Finalmente, cabe destacar que el servicio 012 también gestionó las **visitas guiadas al Palacio de Navarra**, entre los días 17 de noviembre y 2 de diciembre, con motivo del Día de Navarra. Así, se contestaron un total de 652 llamadas relativas a este tema, y de realizaron un total de 1.314 inscripciones.

### Centralita del Gobierno de Navarra

Durante 2014, el teléfono 848 42 70 00 recibió 29.709 llamadas, de las que atendió un 95,53%

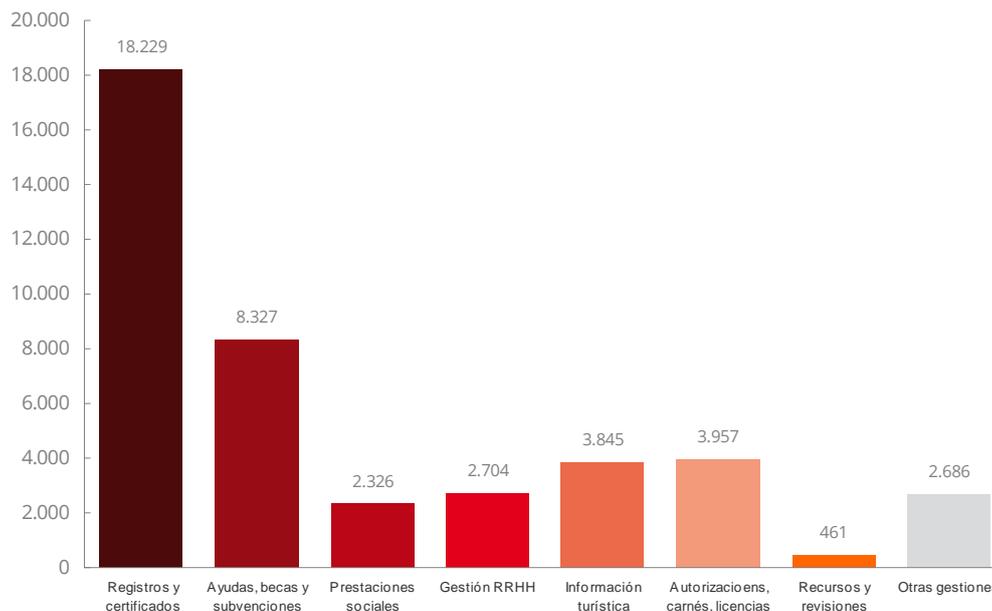


El tiempo medio de las llamadas recibidas en la centralita del Gobierno de Navarra es de 32,09 segundos.

## Oficina de atención ciudadana de Tudela

La Oficina de Atención Ciudadana (OAC) del Gobierno de Navarra en Tudela atendió en 2014 un total de **42.535 peticiones de información**, un 3,6% más de actividad que en el año anterior (41.054 en 2013).

La distribución de atenciones por tipo de gestión fue la siguiente:



Además, a esta actividad debe añadirse las 1.595 consultas sobre vivienda protegida atendidas en la de Tudela por personal de la empresa pública Nasuvinsa..

El personal de la OAC de Tudela también apoya a la técnico de Turismo que atiende en el mismo emplazamiento de la Plaza de los Fueros.

## Redes sociales

En relación a la actividad en redes sociales, la cuenta de atención ciudadana ha publicado durante 2014 un total de 2.777 tweets. De ellos, 2168 lo fueron a través de la dirección @infonavarra (2.168), que se cerró en el mes de noviembre, a partir de ese mes, otros 609 a través de la cuenta @navarra, desde la que, actualmente, este servicio atiende a los ciudadanos.

La cuenta @infonavarra, contaba en noviembre con 2956 seguidores, 1238 más que cuando comenzó el año. Por su parte, la cuenta @navarra terminó el año con 9.624 seguidores.

Por su parte, los datos de la cuenta de atención ciudadana en Facebook son los siguientes: se publicaron 1.050 noticias que recibieron un centenar de comentario y se recibieron 61 preguntas ciudadanas, 21 a través de mensajes directos y 40 en el muro. El número de “me gusta” de la página pasó de 920 en enero a 1.032 el 31 de diciembre de 2015.

Finalmente, las cuentas de la Oficina del Portavoz del Gobierno de Navarra: @navarragob y @nafarroagob, publicaron 2076 tweets y 692 respectivamente. La primera terminó el año con 13.305 seguidores mientras que la segunda lo hizo con 282.

## Catálogo de trámites

A lo largo del 2014, el catálogo de trámites del Gobierno de Navarra ha pasado de comenzar el año con 1.415 fichas, a terminarlo con 1.286. Este descenso en el número de fichas es debido al esfuerzo que se ha hecho en unificar trámites, eliminar fichas antiguas, etc.

Del total de trámites publicados, el 80% pueden iniciarse telemáticamente, mientras que el resto requieren acercarse a una oficina para poder tramitarlos.

