

El Gobierno de Navarra aprueba el Plan de Publicidad Institucional para 2021, dotado con 1,8 millones de euros

Con 400.000 euros previstos, la información y concienciación ante la pandemia por coronavirus será la principal acción publicitaria del Ejecutivo, que prevé además otras 22 campañas sectoriales

Miércoles, 12 de mayo de 2021

El Gobierno de Navarra ha aprobado en su sesión de esta mañana el **Plan Anual de Publicidad Institucional para 2021**, que estará dotado inicialmente con 1,8 millones de euros para la compra de espacios en medios de comunicación y otros soportes publicitarios.

Tal y como prevé el propio Plan, los departamentos y organismos del Ejecutivo foral podrán reforzar las campañas previstas o impulsar otras acciones publicitarias a cargo de sus propias partidas presupuestarias, por lo que la cifra final de inversión, que será recogida por la memoria anual de publicidad institucional que se elabora al final de año y tiene carácter público, se verá previsiblemente incrementada.

De la cantidad inicialmente prevista para gasto publicitario, 400.000 euros se destinarán a informar y concienciar a la ciudadanía en el marco de la pandemia por coronavirus, incluyendo la promoción de la vacunación de toda la población; y se destinarán 1,4 millones a un total de 22 campañas para informar y concienciar a la ciudadanía sobre servicios de utilidad pública y distintas cuestiones de relevancia social en los ámbitos de competencia del Ejecutivo Foral.

El Plan Anual de Publicidad Institucional es gestionado, con carácter horizontal para toda la acción del Gobierno de Navarra, por el Departamento de Presidencia, Igualdad, Función Pública e Interior, y en lo que a medios de comunicación se refiere, proporciona la inversión publicitaria a la audiencia medida en el ejercicio de 2020 por el Estudio de Audiencias de Navarra elaborado por la mercantil Cíes y sufragado por instituciones públicas, medios de comunicación y agencias de publicidad.

El Gobierno de Navarra invierte en todos los siguientes medios de comunicación: diarios editados en Navarra o con edición diaria para la Comunidad Foral; medios digitales profesionales; emisoras de radio generalistas y musicales; televisiones con licencia de TDT; y revistas comarcales. Esta inversión en medios se complementa con otros soportes publicitarios, como es la rotulación de transporte público, el alquiler de marquesinas y otro mobiliario exterior, la exhibición en salas de cine o la contratación publicitaria en redes sociales.

Desde 2017, y con la salvedad del pasado año por la pandemia, el Gobierno de Navarra hace pública esta previsión de inversión publicitaria anualmente mediante Acuerdo en atención al criterio de transparencia en la gestión pública. Además, semestralmente rinde cuentas de estos gastos a través del Portal del Gobierno Abierto y remite la información correspondiente al Parlamento de Navarra.

22 campañas previstas

De las 22 campañas contempladas específicamente en el Plan, presupuestadas con 1.407.000 euros, en el primer cuatrimestre del año ya se han presentado cinco: la campaña de conmemoración del Día Internacional de las Mujeres (8 de marzo); la campaña informativa sobre la Declaración de la Renta, que arrancó el pasado 12 de abril; la campaña de concienciación sobre la discriminación de las personas mayores por su edad; la campaña que fomenta la Escuela Pública en el marco de la preinscripción para Educación Infantil y Primaria del curso 2021 – 2022; y la campaña para prestigiar los estudios de Formación Profesional.

El Gobierno tiene previstas antes de verano otras seis iniciativas publicitarias encaminadas a: reforzar la imagen pública de las residencias de personas mayores tras el primer año de pandemia por coronavirus; promocionar el producto agroalimentario local; concienciar sobre el uso de plásticos; informar sobre las ventajas de la credencial digital CI@ve para operar online con las administraciones públicas, incluyendo el

Gobierno de Navarra; sensibilizar sobre el disfrute de los espacios de la Red Explora de Navarra desde el respeto al entorno natural y local; y dar a conocer los objetivos del Plan Reactivar Navarra / Nafarroa Suspertu 2020-2023.

A partir de septiembre, el Gobierno tiene previsto recurrir a la publicidad, un año más, para impulsar la inscripción de personas adultas a los cursos de aprendizaje de euskera que arrancan ese mes, fomentar la práctica deportiva segura y promocionar la demanda cultural. Asimismo, ha previsto también iniciativas para invitar a las personas fumadoras a abandonar ese hábito perjudicial para la salud, promocionar el oficio de comerciante, estimular la movilización de viviendas en el mercado de alquiler y concienciar en los ámbitos de la despoblación y el cambio climático.

La planificación publicitaria del año finalizará con tres clásicos: la campaña de concienciación contra la violencia machista, que se difundirá en fechas próximas al 25 de noviembre; y las campañas informativas sobre los actos de celebración del Día de Navarra y del Día del Euskera, en torno al 3 de diciembre.

Memoria de inversión publicitaria en 2020: un gasto de 1,55 millones de euros

Además de aprobar la planificación publicitaria prevista para 2021, el Gobierno de Navarra también ha conocido hoy la **memoria de inversión en publicidad institucional** del ejercicio precedente, el de 2020, una información que se publicará en breve en la página web de Gobierno Abierto y que será remitida al Parlamento de Navarra.

De acuerdo a esta memoria, en un año marcado por la crisis pandémica del coronavirus, el Ejecutivo Foral invirtió 1.556.492,79 euros en la compra de espacios publicitarios en medios de comunicación y otros soportes exteriores. De esta cantidad, el 59,7% fue utilizada para campañas directamente relacionados con la pandemia, tanto en informar y concienciar a la ciudadanía sobre la prevención del coronavirus, como para impulsar sectores de actividad afectados por la situación sanitaria, como el comercio minorista o las actividades culturales, y promocionar en ese contexto la práctica deportiva o el apoyo social a la población migrante.

Los soportes publicitarios más utilizados por la Administración Foral en 2020 fueron los diarios, con más de 477.000 euros de inversión; las emisoras de radio, por encima de los 433.000 euros; y en tercer lugar los medios digitales, superando los 178.000 euros. Dentro de cada tipo de medios de comunicación, el gasto se proporcionó a la audiencia acumulada por cada medio, de acuerdo con el Estudio de Audiencias de Navarra 2019 de la mercantil Cíes S.L.

Respecto de los soportes publicitarios distintos a los medios de comunicación, la inversión en publicidad en el transporte urbano y comarcal (marquesinas y rotulación de autobuses) fue la que mayor inversión pública recibió, por encima de los 123.000 euros.