

GOBIERNO DE NAVARRA

DESARROLLO ECONÓMICO

DERECHOS SOCIALES

HACIENDA Y POLÍTICA FINANCIERA

PRESIDENCIA, FUNCIÓN PÚBLICA,
INTERIOR Y JUSTICIARELACIONES CIUDADANAS E
INSTITUCIONALES

EDUCACIÓN

SALUD

CULTURA, DEPORTE Y JUVENTUD

DESARROLLO RURAL, MEDIO
AMBIENTE Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

El Gobierno de Navarra invertirá 1,3 millones de euros en publicidad institucional y turística durante 2017

Es la primera vez que el Ejecutivo Foral hace pública su planificación de campañas publicitarias

Miércoles, 29 de marzo de 2017

El Gobierno de Navarra ha aprobado en su sesión ordinaria de hoy miércoles su [planificación de inversión publicitaria para 2017](#), con una previsión inicial de gasto de 1.310.000 euros, y ha acordado hacer pública esta previsión de gasto publicitario tanto institucional (850.000 euros) como de promoción turística (460.000).

Además, el Gobierno de Navarra duplicará la periodicidad con la que se informará al Parlamento de Navarra y a la ciudadanía a través del portal de transparencia, www.gobiernoabierto.navarra.es, de la ejecución de dicho plan, detallando todos los medios de comunicación y otros soportes publicitarios que se contraten. Pasará de rendir cuentas a final de cada ejercicio presupuestario a hacerlo semestralmente.

Detalle de la planificación publicitaria institucional

La planificación aprobada hoy por el Gobierno de Navarra detalla las inversiones que se realizarán con cargo a la partida presupuestaria de publicidad institucional, gestionada desde el Departamento de Relaciones Ciudadanas e Institucionales y que atiende las necesidades publicitarias del conjunto del Ejecutivo, con una previsión de gasto en contratación de espacios publicitarios de 850.000 euros para 2017. De esta cantidad, 675.000 euros se destinarán a doce campañas publicitarias principales, aquellas con un presupuesto superior a 40.000 euros y que se detallan y calendarizan a continuación; otros 100.000 euros para campañas publicitarias no planificadas o campañas menores (de cuantía inferior a 40.000 euros); y los restantes 75.000 euros para cofinanciar las campañas de difusión de los programas e iniciativas promovidas por la Dirección General de Cultura / Institución Príncipe de Viana y la Fundación Baluarte.

Las campañas publicitarias principales previstas para este ejercicio presupuestario son, de acuerdo a su fecha de inicio:

- enero (tres campañas): promoción de la Educación Pública, promoción del modelo D y de uso eficiente de los recursos sanitarios.
- marzo (una campaña): promoción de la rehabilitación de vivienda.
- abril (dos campañas): campaña de la renta - IRPF; y promoción de la seguridad para los usuarios de bicicletas.

- mayo (una campaña): promoción de los valores en la práctica deportiva.
- junio (una campaña): promoción de la igualdad en el marco de las fiestas patronales.
- septiembre (una campaña): promoción del uso responsable de los medicamentos.
- octubre (dos campañas): promoción de la seguridad en las instalaciones térmicas (calderas); y uso responsable del teléfono de emergencias 112.
- noviembre (una campaña): difusión de las actividades programadas para la celebración del Día de Navarra 2017.

No obstante, el Acuerdo de Gobierno prevé también que los distintos departamentos y organismos autónomos de la Administración de la Comunidad Foral de Navarra puedan impulsar, con financiación propia, otras acciones publicitarias, que se gestionarán y contratarán desde la Dirección General de Comunicación y Relaciones Institucionales.

460.000 euros para promocionar el turismo navarro

La planificación hoy aprobada también contempla la contratación de espacios publicitarios prevista para promoción turística de Navarra. Se trata de una inversión que se financiará desde la Vicepresidencia de Desarrollo Económico, y que también gestionará el Departamento de Relaciones Ciudadanas e Institucionales.

El gasto previsto en publicidad turística asciende a 460.000 euros, de ellos 400.000 para incidir en los mercados prioritarios (Madrid, Cataluña, Comunidad Valenciana y Andalucía) y de cercanía (Comunidad Autónoma Vasca, La Rioja, Castilla y León, Aragón y Aquitania), de acuerdo con el posicionamiento estratégico que busca la marca Turismo Navarra; y otros 60.000 para la promoción del turismo interno en el mercado navarro.

La planificación hoy hecha pública no incluye los gastos correspondientes a contratos de creación publicitaria, ni a otras actuaciones promocionales o de patrocinio distintas de la contratación de espacios publicitarios, aunque conlleven contraprestaciones publicitarias.