Diario de Noticias

Fecha: 16/02/2024 Audiencia: 34.961 Sección: PUBLICIDAD
Vpe: 5.269 € Tirada: 13.271 Frecuencia: DIARIO
Vpe pág: 5.700 € Difusión: 9.989 Ámbito: PRENSA DIARIA
Vpe portada: 5.700 € Ocupación: 92,43% Sector: INFORMACION GENERAL

Pág: 8

Itxaso Laita Apesteguía / DIRECTORA DE COMUNICACIÓN DE CORPORACIÓN PÚBLICA EMPRESARIAL DE NAVARRA (CPEN)

CPEN explora nuevos formatos para acercar y visibilizar la actividad de sus 18 sociedades públicas a la ciudadanía, así como poner en valor la labor desempeñada por los más de 1.600 profesionales que las conforman

"La comunicación no es una opción, es una obligación en el sector público"

Natalia Biurrun

Participantes en una escuela taller impartida por CNAI. CEDIDA

Centro de Proceso de Datos (CPD), donde se almacena y se protege la información de todos los ciudadanos, en las instalaciones de Nasertic. CEDIDA

Vista general de las instalaciones de Tracasa Global y Tracasa Instrumental en Sarriguren. CEDIDA

Durante el mes de enero, DIARIO DE NOTICIAS y la Corporación Pública Empresarial de Navarra (CPEN) han desafiado a los lectores a poner a prueba sus conocimientos sobre las sociedades públicas de Navarra e invitado a descubrir cuánto saben, en concreto, sobre las entidades Nasertic, Tracasa Global, Tracasa Instrumental y CNAI, a través de un Trivial en la edición digital del periódico *www.noticiasdenavarra.com*

Tras la buena acogida de la iniciativa y de obtener unos resultados destacados en la encuesta sobre la información adquirida por los ciudadanos, Itxaso Laita, directora de Comunicación de CPEN, explica la relevancia y variedad de las 18 sociedades públicas que integran esta matriz del Gobierno de Navarra. Con más de 1.600 profesionales altamente cualificados en áreas tan diversas como agricultura, ganadería, infraestructuras, emprendimiento, medio ambiente, cultura y deporte, entre otras, "CPEN se esfuerza en ofrecer un servicio público de calidad, basado en la profesionalidad y la eficiencia en la gestión de los recursos públicos", puntualiza.

▸¿Cree que la comunicación a la ciudadanía de las actividades que se desarrollan en las sociedades públicas es importante?

▹Seguro que habrás escuchado más de una vez eso de que «lo que no se comunica, no existe». Siempre digo que en el sector público la comunicación no es una opción, es una obligación. Es la demostración de un compromiso firme por la rendición de cuentas y la transparencia en la gestión de fondos públicos. Las organizaciones públicas estamos sujetas a un escrutinio público continuo, y, precisamente por esto, visibilizar nuestro trabajo es vital. Sin olvidarnos de que nos ayuda a poner en valor el trabajo de más de 1.600 profesionales, que son nuestro mayor baluarte.

▸¿Considera que la ciudadanía tiene buen conocimiento del funcionamiento y de las acciones desempeñadas por las sociedades públicas?

▹En los últimos años, se ha hecho un gran esfuerzo comunicativo desde la Corporación Pública Empresarial de Navarra (CPEN) y sus sociedades públicas, y vamos por muy buen camino. Los datos nos demuestran que las sociedades públicas generan más interés del que nosotras mismas pensamos, si bien es cierto que la percepción general todavía no hace justicia a todo el trabajo que realizamos en conjunto por el desarrollo y bienestar de Navarra.

La explicación es compleja e intervienen multitud de factores, pero uno de los principales es que la mayoría de sociedades públicas son entes instrumentales del Gobierno. Es decir, somos ejecutoras de encargos directos de los distintos departamentos y, como tal, en ocasiones el trabajo técnico que desarrollamos desde las sociedades no trasciende, como es natural, por otra parte.

▸¿Cómo se asegura CPEN de que la información sobre las sociedades públicas llegue a todos los sectores de la sociedad, incluyendo a aquellos menos familiarizados con las instituciones públicas?

▹Uno de nuestros mantras es fomentar una comunicación cercana, hablar el lenguaje cotidiano de la gente, estar donde está la gente. Creemos firmemente en la comunicación proactiva y en la innovación permanente. Y eso pasa, primero, por apostar por nuestros canales propios (página web y redes sociales), donde la ciudadanía puede conocernos de primera mano, a través de nuestro propio personal que es quien protagoniza nuestros contenidos. Nos gusta ponerle ojos y cara a nuestra comunicación. Y segundo, por innovar continuamente en soportes, canales y acciones, huyendo del 'es que siempre se ha hecho así'.

Itxaso Laita, Dircom de CPEN. CEDIDA

▸¿Cuáles son los beneficios de utilizar formatos como el Trivial de DIARIO DE NOTICIAS para llegar a la ciudadanía?

▹Las sociedades públicas somos centros técnicos que ejecutamos trabajos para los distintos departamentos del Gobierno de Navarra. Son proyectos de gran relevancia para Navarra, pero de tan técnicos que son no siempre es fácil darlos a conocer o que generen interés.

Por eso, exploramos formatos quizá no habituales en el sector público, como este Trivial CPEN. También hemos probado webinars, reels de Instagram, podcasts, ... Y funcionan realmente bien. Incluso visibilizando trabajo tan técnico como el nuestro. La gente agradece que se cuenten las cosas de tú a tú.

Además, este Trivial CPEN nos permite también sacar aprendizajes muy útiles y tomar decisiones que nos ayuden a mejorar en nuestras iniciativas de comunicación.

▸¿Qué estrategias adicionales están implementando para complementar esta iniciativa?

▹Sin ir más lejos, lo último que hemos hecho ha sido abrir perfiles de CPEN en TikTok e Instagram(*@cpen_navarra*). ¿Locura? ¿Frivolidad? No lo creemos. No aspiramos a convertirnos en TikTokers del año, ni siquiera hemos mirado las métricas. Todo nace como un ejercicio meramente interno. Queremos ver si somos capaces de contar nuestro trabajo en el lenguaje de la gente y en vídeos de menos de un minuto. Si no lo somos, deberemos buscar la forma.

▸En base a los datos del Trivial CPEN ¿le ha sorprendido el alto conocimiento de los participantes sobre las cuatro sociedades públicas protagonistas de esta edición?

▹Cerca de mil personas han participado directamente en el trivial y hemos alcanzado más de 25.000 impresiones en redes sociales. Pero más allá de los números, lo que más nos enorgullece es comprobar que, efectivamente, un alto porcentaje de las personas participantes nos conocen muy bien.

Por ejemplo, 8 de cada 10 identifican que los análisis toxicológico-forenses para la Policía Foral se realizan en el laboratorio de NASERTIC; al igual que 8 de cada 10 conocen los programas de formación para el empleo en sectores como el audiovisual, sociosanitario y construcción desarrollados por el Centro Navarro de Aprendizaje Integral (CNAI). Y también un 98 %, es decir, la práctica totalidad, saben que Tracasa Instrumental y Tracasa Global desarrollan su trabajo en servicios tecnológicos, transformación digital y gestión territorial. ■