



Rf.ª: CP/17/013

BRIEF DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “ALIMENTACIÓN SALUDABLE”, DE LA CONSEJERÍA DE SALUD
1. Introducción

En los países desarrollados, las principales causas de mortalidad y morbilidad se relacionan fundamentalmente, con los estilos de vida de la población. En España, las causas de mortalidad muestran un perfil epidemiológico similar al de los países de su entorno socioeconómico: enfermedades cardiovasculares, cerebrovasculares y cáncer como primeras causas de muerte. En cuanto a la morbilidad, las principales causas son las enfermedades crónicas (hipertensión arterial, hipercolesterinemia, diabetes).

En La Rioja, las tres primeras causas de mortalidad son las enfermedades del sistema circulatorio, los tumores y enfermedades del sistema respiratorio. Respecto a la mortalidad, en primera posición se encuentran las enfermedades circulatorias, seguidas de las enfermedades respiratorias y de las enfermedades digestivas.

En el III Plan de Salud de La Rioja (2015-2019) se destaca la importancia de la alimentación como factor de riesgo común a distintas enfermedades, en las siguientes líneas estratégicas: hábitos y estilos de vida, enfermedades crónicas, diabetes, envejecimiento y enfermedades cardiovasculares.

La Estrategia de Atención al Paciente Crónico de La Rioja (2014) ha priorizado como enfermedades crónicas principales las siguientes: insuficiencia cardiaca, enfermedad pulmonar obstructiva crónica, diabetes mellitus, hipertensión arterial y enfermedad renal crónica. Entre ellas sobresale la hipertensión, un problema de salud que afecta a 50.651 personas, casi un 20% de la población mayor de 14 años de La Rioja.

La Organización Mundial de La Salud (OMS) considera el sobrepeso y la vida sedentaria responsables de la aparición de los problemas de salud más prevalentes en nuestra sociedad. La Estrategia global sobre dieta, actividad física y salud, aprobada en la 57ª Asamblea Mundial de la Salud en 2004, señala que, con el fin de lograr resultados en la prevención de las enfermedades crónicas, las estrategias y las políticas de salud que se apliquen deben reconocer el papel esencial de la dieta, la nutrición y la actividad física. Sugiere, entre otras recomendaciones, que para modificar la dieta habitual y aumentar el gasto de energía se debe limitar la ingesta energética procedente de las grasas, sustituir las grasas saturadas por grasas insaturadas y tratar de eliminar los ácidos grasos trans; y lograr un equilibrio energético y un peso normal.

En España la Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad (NAOS) en respuesta del Ministerio de Sanidad a las actuaciones promovidas por la OMS para que los gobiernos establezcan medidas específicas ante los problemas que se plantean por la obesidad y el sedentarismo. Supone intervenciones a lo largo de toda la vida del individuo, haciendo especial hincapié en la población infantil y juvenil.

El Gobierno de La Rioja, a través de la Consejería de Salud, ha situado la necesidad de desarrollar una campaña de comunicación para sensibilizar a la población riojana sobre la importancia que tiene para nuestra salud llevar a cabo una dieta saludable, así como realizar actividad física.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 1 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00065	Otros	Publicidad institucional	2017/0402200		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director General					
2 Director de Gabinete					
3 Consejera					
4					



La Encuesta Nacional de Ingesta Dietética 2011 proporciona las siguientes recomendaciones:

- Moderar el consumo de productos cárnicos, en particular el de carnes grasas y alternar el consumo con carnes magras, huevos, pescados y legumbres.
- Aumentar el consumo de cereales, preferentemente integrales, frutas, hortalizas, legumbres y frutos secos, ya que se ingieren menos raciones de las recomendadas.
- Moderar el consumo de azúcares.

La Estrategia de Promoción de la Salud y Prevención en el Sistema Nacional de Salud (2013) indica que “debe fomentarse una alimentación variada, equilibrada y moderada que posibilite la adopción de una alimentación saludable por parte de la población”. También señala que “en los últimos años se ha producido un cambio negativo hacia una dieta de alta densidad energética en la que juegan un papel más importante las grasas, la sal y los azúcares añadidos a los alimentos, con una mayor ingesta de grasas saturadas y una reducción de la ingesta de hidratos de carbono complejos y de fibra, así como de frutas y verduras. La estrategia recoge y desarrolla la Declaración de Viena sobre Nutrición y Enfermedades no transmisibles en el contexto de salud 2020 (marco político con el que los estados miembros de la Organización Mundial de La Salud en la Región Europea se comprometen a prevenir y combatir el sobrepeso, la obesidad y la desnutrición).

El Estudio Aladino (2015), realizado en La Rioja con población de 6 a 9 años, indica que la prevalencia de sobrepeso y obesidad alcanza al 34,99%, con cifras superiores en niños (39,6%) que en niñas (30%). Se incrementa con la edad, pasando de un 30,2% en niños/as de 6 años al 38,6% en niños/as de 9 años. El bajo peso ronda el 1%, siendo de 0,4% en niños y de 1,2% en niñas.

La prevalencia de obesidad es del 13,3%, superior en niños (16,2%) que en niñas (10,3%).

Según la última Encuesta Nacional de Salud 2012, los hábitos alimentarios de la población riojana (población de 1 y más años) son los siguientes:

- Desayuno: sólo un 7,5% realiza un desayuno completo; en el ámbito nacional esta cifra es del 9,7%.
- Fruta fresca: la consumen diariamente el 61,7%; en el ámbito nacional esta cifra es del 61,4% (frecuencia recomendada: 3 raciones diarias).
- Zumos naturales: consumen diariamente el 17,9%; en el ámbito nacional 13,8%.
- Verduras, ensalada, hortalizas: diariamente la consumen el 59,9%; en el ámbito nacional el 45,8% (frecuencia recomendada: 2 raciones diarias).
- Carne: el 29,4% de la población de La Rioja la consume diariamente; en el resto de España el 10,5% (frecuencia recomendada: 3 veces a la semana).
- Pescado: el 44,8% de la población riojana consume 3 o más veces a la semana. En el ámbito nacional el 37,4% (frecuencia recomendada: 3-4 veces a la semana).
- Legumbres: el 74,8% consumen una o dos veces a la semana, el 15,6% tres o más veces. A nivel nacional estos datos son, respectivamente, del 60,2% y del 23,2% (frecuencia recomendada: 2-4 veces a la semana).
- Embutidos y fiambres: el 14,5% de la población riojana los consume diariamente; en el ámbito nacional el 16,1% (frecuencia recomendada: ocasionalmente).
- Dulces: consumen diariamente el 43,3% a nivel nacional el 31,4% (frecuencia recomendada: ocasionalmente).

El último Estudio de Valoración Nutricional de la Dieta Española de acuerdo al Panel de Consumo Alimentario, muestra que el consumo de cereales, cereales integrales, patatas, verduras, hortalizas y legumbres está por

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 2 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
00848-2017/00065	Otros	Publicidad institucional	2017/0402200	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
1	Director General			
2	Director de Gabinete			
3	Consejera			
4				



debajo de las recomendaciones. El de lácteos, pescados, carnes magras, huevos, grasas, dulces y embutidos, por encima de los recomendados.

2. Enfoque de comunicación

Somos lo que comemos

Todos estos problemas y realidades pueden ser abordados mediante diferentes estrategias: programas y acciones de promoción de una alimentación saludable en los centros escolares (sesiones educativas, distribución de frutas, comedores escolares...), consejo dietético en las consultas de atención primaria y atención especializada, acciones en el ámbito de la restauración, máquinas expendedoras, campañas en los medios de educación....

Considerando esta última estrategia puede ser muy válida para tratar estos temas ya que nos permite alcanzar a toda la población: muchos de los mensajes son transversales respecto a los distintos grupos de edad, la ciudadanía demanda cada día más información sobre el binomio alimentación-salud.

Conscientes de la necesidad de promocionar en la población hábitos de alimentación saludable, como parte de un estilo de vida sana, se pretende realizar una campaña de comunicación sobre alimentación sana.

La alimentación, junto a la actividad física, son pilares básicos de la salud. Las personas que adoptan una dieta variada, equilibrada y moderada y que además son activas, disfrutan de mayor estado de salud y bienestar.

La forma de alimentarnos: la elección de los alimentos, el tamaño de las raciones, el número de ingestas, el entorno en el que comemos y el tiempo que dedicamos, tiene una gran importancia en nuestra salud.

Comer variado ayuda a transmitir a la población el concepto y las principales habilidades para promover una alimentación saludable: equilibrada en nutrientes y en energía, variedad de alimentos, recetas y técnicas culinarias, suficiente para cubrir nuestras necesidades y segura.

A través de mensajes sencillos con recomendaciones generales, con información sobre frecuencias de consumo, tamaño de raciones y recetas de cocina sana, se facilita a las personas conocimientos y habilidades para sensibilizar y favorecer la adopción de hábitos y estilos de vida sanos relacionados con la alimentación.

3. Objetivos de comunicación

Objetivos generales de comunicación:

- Sensibilizar a la población riojana sobre la importancia que tiene, para nuestra salud, **llevar a cabo una dieta saludable, así como realizar actividad física.**

Objetivos específicos de comunicación:

- Proporcionar recomendaciones para promover una **alimentación sana.**

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 3 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2017/00065	Otros	Publicidad institucional	2017/0402200	
1 Director General				
2 Director de Gabinete				
3 Consejera				
4				



- Sensibilizar a la población sobre la importancia de leer, antes de comprar, el **etiquetado de los alimentos**.
- **Proporcionar información** sobre frecuencias de consumo de alimentos recomendadas.
- Sensibilizar sobre la importancia de **reducir el consumo de sal, azúcares y grasas no saludables**.

4. Públicos objetivos de la campaña

Se establecen los **siguientes públicos objetivos** para la campaña de comunicación:

a) Público primario:

Seleccionamos como público primario a las **familias riojanas**, como núcleo de población relacionado con el objetivo de esta campaña. Teniendo en cuenta que, según los últimos datos del Instituto de Estadística de La Rioja, la edad media de maternidad en la Comunidad Autónoma de La Rioja está en 32 años, seleccionaremos nuestro público objetivo como aquel grupo formado por **mujeres y hombres desde los 32 años hasta los 65 años**. Según los datos ofrecidos por el Instituto de Estadística de La Rioja, este rango de edad está constituido por **156.100 personas**.

b) Público secundario:

Seleccionaremos a niños y jóvenes como público objetivo secundario de esta campaña. Según los datos ofrecidos por El Estudio Aladino (2015), realizado en La Rioja con población de 6 a 9 años indica que la prevalencia de sobrepeso y obesidad alcanza al 34,99%, con cifras superiores en niños (39,6%) que en niñas (30%). De esta manera escogeremos para esta campaña **niños y jóvenes desde los 6 a los 32 años**. Este grupo de población está formado por **85.152 personas** en nuestra comunidad, según los datos del Instituto de Estadística de La Rioja.

5. Tono y estilo de comunicación

El tono y el estilo de la campaña definen la forma en la que el Gobierno quiere dirigir sus mensajes a los públicos para cumplir los objetivos establecidos. La identidad para la publicidad institucional, aprobada por el Consejo de Gobierno, en sesión de 27 de febrero, estableció un conjunto de normas orientadas a la homogeneidad de estilo y tono en la actividad publicitaria del Gobierno de La Rioja.

Según se especifica en la ficha básica de campaña incluida en el Plan de Publicidad Institucional, la tipología de la campaña es social. Por ello se deberá utilizar para la composición de mensajes el **programa publicitario social** del Programa de Identidad para la Publicidad Institucional. Puede descargarse los recursos en la página web <https://www.larioja.org/publicidad/es/identidad-publicitaria/programa-publicitario-social-gobierno-rioja>

El programa publicitario social tiene como objetivo promover la concienciación social, evitar las conductas de riesgo y fomentar la educación social de la ciudadanía sobre asuntos de interés y relevancia. Este programa se aplicará en todas las campañas publicitarias que tengan como objetivo la concienciación social de la ciudadanía o fines similares.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 4 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00065	Otros	Publicidad institucional	2017/0402200		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director General					
2 Director de Gabinete					
3 Consejera					
4					



5.1. Emisor de la campaña

Entendemos que la difusión de campañas de sensibilización y concienciación a la ciudadanía, como es el objeto de esta campaña, es competencia del Gobierno de La Rioja y por lo tanto éste será el emisor de las actividades publicitarias.

5.2. Lenguaje

Cuando las campañas publicitarias pretendan estimular la concienciación y la participación de la ciudadanía en asuntos de interés –programa publicitario social–, se prevé de forma excepcional **el uso del tono y estilo persuasivo**, como por ejemplo, sucede en el objeto de esta campaña publicitaria sobre la alimentación saludable.

Este tono de persuasión deberá dirigirse al ciudadano y respetará también las prohibiciones establecidas para el autobombo y el ensalzamiento de logros institucionales.

La persuasión con la que se construya el mensaje deberá cumplir con los principios de comunicación establecidos en la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional, así como con el compromiso del Gobierno de La Rioja con la realidad social en la que interviene o actúa.

6. Táctica publicitaria

6.1 Presentación

Nos dirigimos a un público objetivo muy amplio formado por personas desde los 6 hasta los 65 años. Por ello, se cree conveniente elegir medios como la prensa escrita regional, la radio generalista, medios digitales y publicidad exterior para llegar a impactar con nuestros mensajes.

Un objetivo que contará con un **criterio de conversión**:

Objetivo de la publicidad	Criterio de conversión
Sensibilizar sobre la necesidad de llevar una vida saludable	Nº de visitas a la web www.larioja.org/comevariado en los días de la campaña

6.2. Duración de la campaña

La campaña se extenderá desde el 9 al 23 de octubre y del 18 al 24 de diciembre

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.	Pág. 5 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento	
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora	
00848-2017/00065	Otros	Publicidad institucional	2017/0402200	
1 Director General				
2 Director de Gabinete				
3 Consejera				
4				



6.3. Planes de medios

Se establece el siguiente plan de medios para el desarrollo de la táctica publicitaria:

Prensa escrita regional auditada						
Soporte	Tirada diaria	Tirada acumulada	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Diario La Rioja	9.007 ejemplares	90.070 ejemplares	Faldón pequeño	10	256x63 mm	Del 9 al 11 y 13 y 14 de octubre 18 al 22 de diciembre
Noticias de La Rioja	5.218 ejemplares	52.180 ejemplares	Faldón grande	10	255x87 mm	10, 11, 14, 17 y 18 de octubre 19 al 23 de diciembre
Gente	15.733 ejemplares	31.466 ejemplares	Media página	2	250x158 mm	13 de octubre 22 de diciembre

Radios regionales auditadas de corte generalista						
Soporte	Audiencia diaria	Audiencia acumulada	Formato	Q	Tipo	Inserciones
Cadena SER	50.000 oyentes	700.000 oyentes	Cuña publicitaria	98	Cuña 20"	9 al 15 de octubre 18 al 24 de diciembre
Cadena Cope	21.000 oyentes	294.000 oyentes	Cuña publicitaria	98	Cuña 20"	9 al 15 de octubre 18 al 24 de diciembre
Onda Cero	17.000 oyentes	238.000 oyentes	Cuña publicitaria	98	Cuña 20"	9 al 15 de octubre 18 al 24 de diciembre

Diarios regionales y locales digitales						
Soporte	U.U. diarios	U.U. acumulados	Formato	Q	Medidas	Inserciones
Larioja.com	61.200 U.	428.400 U.U.	Megabanner	7	980x90 px 320x50 px	9 al 15 de octubre
Rioja2.com	7.795 U.U.	54.565 U.U.	Cintillo superior	7	1140x68 px	9 al 15 de octubre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Banner principal	7	970x90 px 728x90 px 300x90 px	9 al 15 de octubre
Nuevecuatrouno.com	5.469 U.U.	38.283 U.U.	Tempranillo	7	600x150 px	9 al 15 de octubre
El balcón de Mateo	1.071 U.U.	7.497 U.U.	Megabanner	7	1191x90 px	9 al 15 de octubre

Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento
00848-2017/00065	Otros	Publicidad institucional	2017/0402200
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora
1 Director General			
2 Director de Gabinete			
3 Consejera			
4			



Noticiasdel arioja.com	723 U.U.	5.061 U.U.	Megabanner	7	1305x130 px	9 al 15 de octubre
---------------------------	----------	---------------	------------	---	-------------	--------------------

Publicidad exterior

Soporte	Soporte	Descripción	Q	Medidas	Inserciones
Publicidad exterior	Muppie	Muppie	15	120x175 cm	10 al 23 de octubre

La planificación y contratación del plan de medios de esta campaña corresponderá a la Consejería de Presidencia, Relaciones Institucionales y Acción Exterior, con cargo a la partida presupuestaria 1410.1812.226.11. Este órgano de la Administración, de acuerdo a su decreto de estructura, es el encargado de la política de comunicación e informativa del Gobierno de La Rioja, en donde se inserta la política pública de publicidad institucional.

DOCUMENTO FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE			en formato PDF/A 1.7 Firma PAdES. Custodiado en repositorio seguro del Gobierno de La Rioja.		Pág. 7 / 7
Expediente	Tipo	Procedimiento	Nº Documento		
00848-2017/00065	Otros	Publicidad institucional	2017/0402200		
Cargo	Firmante / Observaciones		Fecha/hora		
1 Director General					
2 Director de Gabinete					
3 Consejera					
4					