1.2 Servicio de Comunicación

1.2.1 Notas de prensa y convocatorias de medios

El Servicio de Comunicación del Ayuntamiento de Pamplona envía a los medios de comunicación en 2025 un total de 1.708 notas de prensa, un 1,5% más que el año anterior cuando se remitieron 1.682 informaciones municipales. Los meses con más notas enviadas son octubre (171), julio y septiembre (158 cada mes), junio (154), marzo (151) y mayo (148). En los meses de agosto, diciembre y enero se remiten menos de 130 notas de prensa.

Durante este año se realizan 247 convocatorias de medios para diferentes actos, aperturas, visitas, exposiciones o ruedas de prensa, entre otros eventos.

	2021	2022	2023	2024	2025
Notas de prensa	1.641	1.547	1.621	1.682	1.708
Convocatorias de medios	243	226	217	246	247

1.2.2 Página web

La página web del Ayuntamiento de Pamplona, www.pamplona.es, cerró el año 2025 con un total de 1.373.327 usuarios, que generaron 2.568.238 sesiones y visitaron 3.887.323 páginas. En cuanto a los dispositivos utilizados para acceder al portal, el 72,56 % de los accesos se realizó a través de teléfonos móviles, el 26,23 % desde ordenadores y el 1,17 % mediante tablets. Estos datos reafirman el predominio del acceso móvil, con un aumento de 10.27 puntos con respecto a 2024.

Según la herramienta de análisis Google Analytics, cada sesión registró una media de 2,85 páginas visitadas y una duración promedio de 1 minuto y 3 segundos. La mayoría de los visitantes acceden a la página a través de la búsqueda orgánica (79,92 %), seguida del tráfico directo (15,02 %) y las redes sociales (2,94 %). Estas cifras suponen un incremento, con respecto al año pasado, tanto de la duración de las sesiones como del número de páginas visitadas, reflejo de un mayor nivel de interacción de los usuarios con la web.

En cuanto a los contenidos más consultados, la página de inicio continúa siendo la sección más visitada, concentrando el 8,15 % de los accesos, seguida de la agenda municipal, con un 7,77 %, la página de las zonas de estacionamiento regulado, con un 1,78 % y el portal de ofertas de empleo público, con un 1,71 %.

1.2.3 Redes sociales

A lo largo del año 2025 los perfiles en redes sociales del Ayuntamiento de Pamplona han consolidado su crecimiento, tanto en alcance como en participación ciudadana. El ejemplo más claro de esta realidad son los datos de Instagram y Facebook, donde el Consistorio comparte cada día todas las notas de prensa y comunicados de la institución. Estos mensajes, en un lenguaje adaptado a las redes sociales, han logrado durante este año más de veinte millones de visualizaciones y más de cien mil interacciones.

Coincidiendo con la llegada del Día de Pamplona, el Ayuntamiento de Pamplona consolidó este mes de noviembre su presencia también en la red de video Tik Tok. Los nuevos perfiles municipales en castellano (@pamplona_ayto) y euskera (@iruna_udala) arrancaron su estrategia estos días con la publicación de más de una decena de videos de los momentos claves de la celebración de San Saturnino y el encendido de las luces navideñas en la ciudad.

Es destacable también el crecimiento consolidado de las redes oficiales de San Fermín @SanferminesPamplona, gestionadas por el Servicio de Comunicación del Ayuntamiento. Sus perfiles públicos en Tik Tok, Instagram, Facebook y X han conseguido más de quince millones de reproducciones, centrados sobre todo en los primeros días de las fiestas. Alguno de los videos publicados por estas cuentas, como el que muestra cómo se empieza a colocar el vallado o el que plasma cómo los gaiteros municipales salen por primera vez a la plaza tras el Chupinazo, han conseguido incluso viralizarse.

En cuanto a otras vías de comunicación online directa con la ciudadanía, el Ayuntamiento ha seguido utilizando los canales existentes en LinkedIn o WhatsApp. En los perfiles de la red profesional se han ido actualizando periódicamente todas las noticias sobre convocatorias de empleo públicas municipales. A través de la aplicación de mensajería se han comunicado mensajes de interés ciudadano, como avisos urgentes en torno a consecuencias de eventos climáticos extraordinarios (nevadas o crecimientos de ríos), estado de los niveles de polen en la ciudad, o apertura de plazos importantes para la ciudadanía, como las inscripciones a los cursos de la red Civivox.

1.2.4 Servicios fotográficos y videográficos

El Ayuntamiento de Pamplona ha ejecutado la primera prórroga del **contrato de fotografía**, que tiene por objeto realizar los diferentes trabajos fotográficos encomendados por el Consistorio sobre sus proyectos, actuaciones y actos, para difundirlo por los canales municipales y para la puesta a disposición de los medios de comunicación. El contrato tiene un presupuesto de 45.000 euros anuales y fue adjudicado al equipo de profesionales formado por Cristina Núñez Baquedano y Gorka Beunza González. El contrato es por un año más cuatro posibles prórrogas.

El Ayuntamiento de Pamplona licitó y adjudicó en 2025 el contrato de **elaboración de videonoticias** para informar a la ciudadanía de la actualidad municipal a través de diferentes soportes. El importe máximo del contrato es de 60.530,25 euros al año, y se ha adjudicado a Ignacio Martínez Martínez. Incluye la elaboración de 250 vídeos, que se publican ordinariamente de lunes a viernes durante los días laborables del año, como complemento audiovisual a las informaciones municipales. Estos contenidos se pueden visualizar en los mupis digitales, en el canal de Youtube del Ayuntamiento de Pamplona o la web y redes sociales municipales.

1.2.5 Publicidad institucional

En el mes de noviembre de 2024, se licita un nuevo **acuerdo marco para la selección de hasta diez empresas o profesionales para los trabajos de diseño de publicidad y materiales de comunicación**. El presupuesto base de licitación es de 484.000 euros anuales. El contrato tiene una duración de un año y tres posibles prórrogas.

Este contrato fue adjudicado en marzo de 2025, con la selección de diez empresas y profesionales para la prestación de estos servicios: por orden de prelación, La Llorona Comunicación SL, Antuñano Larrañaga Juan y Ros Salanueva Tamara (Hansel y Gretel), Javier Errea Comunicación SL, Intro Comunicación SA, Artworks Comunicación SL, NC Encomunicación SL, Room 116 Marketing Digital SL, Magma Comunicación S.COOP, Estudio Key/Estudios Pigmento y Ciganda Comunicación S.L.

El acuerdo marco regulariza las contrataciones estableciendo un tarifario unificado, definido en función de los precios de mercado y acordado en un proceso de consulta con empresas y profesionales del sector. A partir de ahora, esas empresas se repartirán, por el orden establecido en el acuerdo marco, los contratos derivados inferiores a 15.000 euros. Cuando el volumen contratado con una empresa alcance un importe entre los 6.000 y 7.000 euros, se contratará con la siguiente. Si los encargos sobrepasan los 7.000 euros, el diferencial se restará del próximo encargo que se le realice cuando le toque.

En el caso de contratos con una cuantía entre los 15.000 y los 30.000 euros, se procederá a invitar a las diez empresas seleccionadas para que presenten una oferta. Las propuestas serán valoradas para su adjudicación por un equipo técnico municipal y/o profesionales externos. La adjudicación de estos encargos no implicará que la empresa o profesional que haya a realizar ese trabajo sea excluida en los sucesivos contratos inferiores a 15.000 euros. Las contrataciones que superen los 30.000 euros no serán objeto de este acuerdo marco y se licitarán con un procedimiento diferente.

Por otro lado, en septiembre se licita el **acuerdo marco para para la compra de espacios de publicidad en medios de comunicación privados de ámbito local,** agrupando medios en lotes diferentes según su tipología. El contrato establece un presupuesto máximo de 600.000 euros en inserciones con una vigencia de un año, de los que 120.000 euros se distribuyen entre medios que utilicen total o parcialmente el euskera. El acuerdo marco se adjudica en enero de 2026. Se adjudican 5 lotes, que se corresponden con prensa escrita y prensa digital en castellano y en euskera con un mínimo del 28% y con radio en euskera. Los otros siete lotes quedaron desiertos, a la espera de nueva licitación en 2026.

Servicio de Comunicación se encarga de gestionar las campañas municipales en los **56 soportes verticales (mupis)** y en los **18 edículos de aparcamientos subterráneos**. La gestión se realiza mediante concesión administrativa, adjudicada en diciembre de 2022 a la empresa JCDecaux España SLU. EL contrato contempla la gestión y explotación de este mobiliario como espacios de información y publicidad. Con este contrato, además, se impulsó la modernización de estos elementos, mediante la sustitución los MUPIs analógicos (52 de los 56) por MUPIs digitales. La empresa también se comprometió en su oferta a la sustitución de los 39 relojes hora temperatura por elementos digitales, renovando así por completo todo el mobiliario urbano. En 2024 se ha cmpletado la renovación de la totalidad del parque de mupis analógicos, siendo ya los 56 mupis que hay en la ciudad digitales.

1.2.6 Imagen corporativa

IMAGINA IRUÑA 2050

Durante 2025 se desarrolló la campaña 'Imagina Iruña 2050', con el lema 'Miradas que construyen futuro'. Esta iniciativa se diseñó para conmemorar el 2.100 aniversario de la fundación de la ciudad (Pompaelo) con el objetivo de invitar a la ciudadanía a reflexionar y proyectar cómo será la Pamplona del futuro. Para ello, se organizaron jornadas técnicas, concursos de relatos y se organizaron talleres y actividades de divulgación.

CAMPAÑA DE NAVIDAD

Campaña de Navidad

La programación navideña de 2025, con más de 200 actividades, fue objeto de una campaña publicitaria que utilizó todos los soportes y medios municipales, web y redes sociales, además de los medios de comunicación. Con el lema 'La Navidad está en la calle, la Navidad está en tu barrio', promovió el conocimiento de la agenda municipal diaria entre la ciudadanía y su participación.

MEMORIA MUNICIPAL

Dentro del trabajo del servicio en torno a la imagen corporativa de la institución en 2025 se realiza, como cada año, la **memoria municipal** del año anterior (2024) que es navegable on line y descargable en .pdf. Así, desde 2008 el Servicio de Comunicación centraliza y resume de forma accesible a los ciudadanos el trabajo realizado ese año por todas las áreas del Ayuntamiento de Pamplona ofreciendo una visión global de la institución.