

Justificación de la contratación de publicidad en *Diario de Navarra*

Fundación Baluarte realiza campañas de publicidad en medios de comunicación de Navarra y especializados en música. En ellas informa a la ciudadanía sobre las actividades que organiza en el marco de la temporada principal de la Fundación y la temporada de abono de la Orquesta Sinfónica de Navarra.

Las propuestas enmarcadas en estos ciclos son de pago, por lo que la Fundación tiene unos objetivos comerciales que cumplir para garantizar su sostenibilidad, alineados con su vocación de servicio público. Es necesario realizar campañas de marketing que impulsen las ventas.

En este marco, se ha contratado espacio publicitario en *Diario de Navarra* por las siguientes razones:

1. **Cobertura y audiencia local relevante:** *Diario de Navarra* es uno de los dos principales periódicos con edición impresa de la Comunidad Foral de Navarra y mantiene una posición de liderazgo en audiencia local. Según la 1ª Ola CIES 2025, la edición impresa de *Diario de Navarra* alcanza 161.354 lectores únicos al mes en Navarra. En el ámbito digital, los datos de GfK correspondientes a abril de 2025 sitúan a diariodenavarra.es en 2.569.203 usuarios únicos y 20.546.632 páginas vistas, con una media diaria de 216.531 usuarios. Estos datos refuerzan la capacidad del medio para hacer llegar los mensajes de la Fundación al público objetivo.
2. **Interés general y difusión institucional:** La publicidad contratada tiene un carácter comercial, orientado a dar a conocer actividades culturales desarrolladas por la Fundación, con el fin de que los ciudadanos las conozcan y participen en ellas. Según la Orden Foral 1/2003, que determina las directrices de contratación de la publicidad institucional de la Administración de Navarra, la publicidad generada por la Administración de la Comunidad Foral con carácter potestativo se contratará, en lo correspondiente a prensa diaria, con las empresas domiciliadas en Navarra que editen periódicos diarios de información general, en función de la difusión que cada uno de ellos tenga en la Comunidad Foral de Navarra. Este es el caso de *Diario de Navarra*, editado por el Grupo La Información.
3. **Idoneidad del medio:** La elección de *Diario de Navarra* se basa en criterios de eficacia comunicativa, adecuación temática y territorial del medio, y afinidad con

los diferentes segmentos poblacionales que pueden participar en las actividades culturales de la Fundación: personas de todas las edades, estratos socioeconómicos y sensibilidades. Además, su audiencia global en papel y digital, recogida por el EGM en la 1ª Ola de 2025, alcanza los 388.000 lectores.

4. **Transparencia y legalidad:** Todas las contrataciones publicitarias en *Diario de Navarra* se recogen en la sección correspondiente del portal de transparencia de la web de Fundación Baluarte. Con esta acción, la entidad cumple con su deber de informar y rendir cuentas a la ciudadanía.

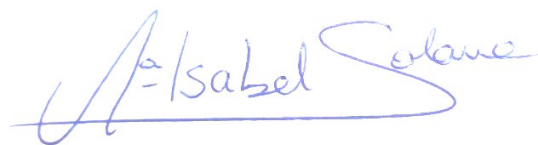
Conclusión

La publicidad contratada en *Diario de Navarra* se enmarca en la estrategia de comunicación y marketing de la Fundación Baluarte, orientada a maximizar el alcance de sus actividades culturales y a fomentar la participación ciudadana. La elección de este medio se fundamenta en su liderazgo de audiencia en Navarra, su implantación territorial y su capacidad para conectar con diversos segmentos de la población navarra.

Firma:

M^a Isabel Solana García

Responsable de Comunicación de Fundación Baluarte



Pamplona, 27 de mayo de 2026