

2022

INFORME

PLAN ANUAL DE
COMUNICACIÓN
Y PUBLICIDAD
INSTITUCIONAL





-
- 01** DATOS GENERALES
 - 02** CAMPAÑAS PUBLICITARIAS REALIZADAS
 - 04** CAMPAÑAS DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL
 - 70** CAMPAÑAS DE ORGANISMOS PÚBLICOS
 - 100** CAMPAÑAS DEL RESTO DEL SECTOR PÚBLICO
 - 103** EVALUACIÓN EX POST

INFORME DE EJECUCIÓN

INTRODUCCIÓN

El artículo 13 de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia establece que el Gobierno Regional debe elaborar un **informe anual** sobre las campañas de publicidad efectuadas en el ejercicio anterior, en el que se **incluirá relación de todas las campañas** institucionales desarrolladas, su importe, los criterios de adjudicación utilizados, los adjudicatarios de los contratos celebrados, los objetivos perseguidos y los planes de medios correspondientes.

El informe anual **debe ser aprobado por el Consejo de Gobierno** y remitido a la Asamblea Regional así como ser publicado en el Portal de la Transparencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

Así, y de acuerdo con este mandato legal, se ha elaborado el presente informe con los **datos suministrados por las distintas consejerías y sus organismos**.

DATOS GENERALES

El **Consejo de Gobierno**, en la sesión celebrada el día **8 de septiembre de 2022**, a propuesta del Consejero de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes, aprobó el Plan de Comunicación y Publicidad Institucional 2022, que **previamente** había sido aprobado por el **Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional** en su sesión **de 6 de septiembre de 2022**.

La referida tramitación del Plan de Comunicación y Publicidad Institucional se ajustó, por lo tanto, a lo establecido en el artículo 12 de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. El documento completo está disponible a través de este **enlace**.



Los Planes anuales de Comunicación y Publicidad Institucional son la **herramienta de planificación de las campañas de publicidad institucional** que la Administración Pública tiene previsto realizar durante esa anualidad, siendo los contratos de creatividad y difusión publicitaria los que concretan, con exactitud, los términos de ejecución de dichas campañas.

Otra característica de estos planes es que **son instrumentos flexibles** ya que la ley permite la realización de campañas institucionales no recogidas en el plan, que de forma excepcional puedan programarse ante eventualidades que puedan surgir en el transcurso del año. Estas campañas deben ser evaluadas y seguir determinados trámites antes de su inclusión en el Plan.

El PCPI 2022 fue **confeccionado atendiendo a las propuestas de todas las Consejerías y entes del sector público regional** e incluía todas las campañas de publicidad institucional que tanto la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia como el sector público regional pretendían desarrollar durante dicho ejercicio presupuestario. Aunque la ley sólo obliga a incluir en los planes anuales las campañas de publicidad institucional de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, en atención al ámbito de aplicación, que se extiende a todo el sector público, se vienen incorporando a los sucesivos planes las campañas de publicidad institucional de dicho sector excepto aquellas, tal y como indica la ley, que tengan carácter industrial, comercial o mercantil, entendiéndose como tales aquellas cuyo objetivo principal sería la obtención de ingresos económicos resultantes de la venta de un determinado bien o servicio.

El **Plan de Comunicación y Publicidad Institucional 2022** contemplaba la realización de **un total de 84 campañas**.

El capítulo V de la ley regional establece garantías concretas para asegurar que las campañas institucionales de publicidad y de comunicación mantengan su carácter de servicio público y la difusión de contenidos de interés ciudadanos. De hecho, se contempla la posibilidad de solicitar el cese o modificación de cualquier campaña si se contraviene lo establecido legalmente, hecho que no ha ocurrido durante 2022.

CAMPAÑAS PUBLICITARIAS REALIZADAS

A diferencia de los dos años anteriores, en que la ejecución del plan se vio fuertemente marcada por la pandemia de la COVID 19, tanto en la incorporación de nuevas campañas como en la modificación de las



existentes, durante 2022 no hubo incidencias reseñables en ese sentido a destacar.

Así, de las 84 campañas contenidas en el plan, **se llegaron a realizar un total de 26**, de las cuales 18 correspondieron a la Administración General y 8 al resto del sector público. De ellas, 4 fueron nuevas incorporaciones y dos fueron modificaciones de campañas ya incluidas en el plan.

Hay que puntualizar que algunas de estas campañas se reflejan en este informe desglosadas, bien por ser distintas oleadas de la misma campaña, por haberse contratado la difusión de varias conjuntamente, o bien por incluirse bajo una denominación genérica dentro del plan, pero haberse realizado de manera separada en el tiempo en dos o más campañas, caso de las campañas que realizan el ITREM y el INFO, las cuales debido a su volumen se consideran una única campaña en cada caso, si bien se detalla su contratación de manera igual al resto.

En cuanto a la distribución por ejes, el **mayor número de campañas** correspondió a **Empleo y Economía con 7**, seguido del eje **Participación Ciudadana y Fechas conmemorativas con 5 campañas**, y el eje **Cultura y Turismo con 5**. Por otra parte, los ejes Salud, Educación y Juventud y Políticas Sociales contaron con 3 campañas cada uno.

A continuación se relacionan las campañas llevadas a cabo a lo largo de 2022, divididas entre las realizadas o impulsadas por la **Administración General** (las distintas consejerías), los **organismos públicos** (organismos autónomos, entidades públicas empresariales o entidades de derecho público) y el **resto del sector público** (fundaciones, sociedades mercantiles públicas y consorcios).

Además, y tal y como indica el artículo 13 de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, se incluyen los **datos relacionados con la efectividad** de cada una de las campañas de las que se dispone.

Asimismo, al final del documento se incluye un resumen de la evaluación ex post efectuada, así como recomendaciones para la mejora de la efectividad de las campañas.



CAMPAÑAS

ADMINISTRACIÓN GENERAL

CAMPAÑA

AYUDAS RETO DEMOGRÁFICO

Código PCPI: 01.04

Descripción: Difundir la convocatoria de las ayudas de "Reto Demográfico" que estará en vigor todo el año 2022.

Proponente: Consejería de Empresa, Empleo, Universidades y Portavocía – Dirección General de Economía Social y Trabajo Autónomo.

Objetivos legales: b) Informar a la ciudadanía de sus derechos y sus obligaciones y de los servicios, las actividades y los programas de los que pueda hacer uso.

Ámbito: Administración general

Eje de actuación: Eje 1: Empleo y Economía

Periodo de realización: Del 06/07/22 al 25/09/22

Medios utilizados: Redes sociales y otros.

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: General

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Dirección General de Comunicación Institucional – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

Objeto del contrato: Difusión y creatividad

Adjudicatario: Aka Estudio Creativo S.L.

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe: 16.940,00 €

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

INVERSIÓN POR MEDIOS

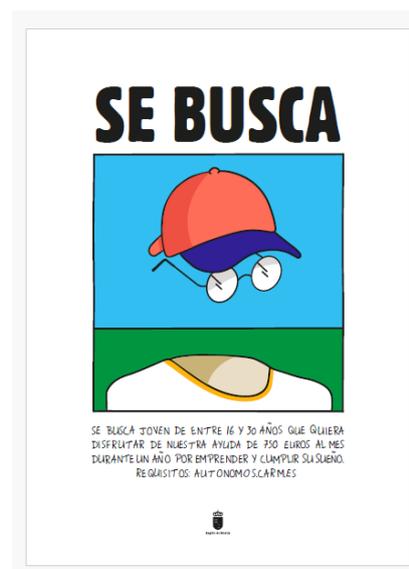
Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
05 Redes sociales	2	6.050,00 €	100 %

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
05 Redes sociales	Facebook, Instagram	6.050,00 €

KPIs

Población objetivo	265.783
Cobertura	265.783
% Cobertura	100%
Contactos potenciales	2.506.872
OTS	9,43
GRP	943,2
CPM	1,99 €
Importe medios campaña	5.000,00 €
Importe (IVA incluido)	6.050,00 €



CAMPAÑA

PROMOCIÓN DE LA ARTESANÍA

Código PCPI: 01.12

Descripción: Promoción de la venta de productos artesanos regionales a través de la nueva web www.artesaniaregiondemurcia.es así como en los Centros Regionales de Artesanía de Murcia, Lorca y Cartagena.

Proponente: Consejería de Empresa, Empleo, Universidades y Portavocía – Dirección General de Consumo y Artesanía.

Objetivos legales: k) Contribuir a la difusión y mejora de la Región de Murcia y de su patrimonio histórico y cultural.

Ámbito: Administración general

Eje de actuación: Eje 1: Empleo y Economía

Periodo de realización: Del 30/05/22 al 15/12/22

Medios utilizados: Prensa digital, redes sociales y exterior.

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: General

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Dirección General de Comunicación Institucional – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: ADC Alternativas de Comunicación S.L.

Importe: 16.724,39 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
04 Prensa digital	2	6.691,30 €	45 %

INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
05 Redes sociales	2	2.178,00 €	15 %
07 Exterior	1	5.856,40 €	40 %

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
04 Prensa digital	La Opinión	2.117,50 €
04 Prensa digital	La Verdad	4.573,80 €
05 Redes sociales	Facebook + Instagram	2.178,00 €
07 Exterior	Autobuses	5.856,40 €

KPIs

Población objetivo	1.262.399
Cobertura	1.262.399
% Cobertura	100 %
Contactos potenciales	17.218.828
OTS	13,64
GRP	1.363,98
CPM	0,71 €
Importe medios campaña	12.170,00 €
Importe (IVA incluido)	14.725,70 €



La artesanía regional ahora es **digital**



ENTRA, ELIGE Y COMPRA con solo un clic

Descubre la nueva tienda en nuestra web

www.artesaniaregiondemurcia.es

ARTESANÍA
REGION DE MURCIA

Región de Murcia

CAMPAÑA

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Código PCPI: 02.01

Descripción: Trasladar a la sociedad en general y en particular a trabajadores y empresarios la importancia de prevenir los riesgos laborales para evitar los daños a la salud derivados de los mismos: accidentes de trabajo y enfermedades profesionales. Así mismo se pretende incrementar la cultura preventiva y que esta forme parte de todos los procesos que se llevan a cabo en los centros de trabajo.

Proponente: Consejería de Empresa, Empleo, Universidades y Portavocía – Dirección General de Autónomos, Trabajo y Economía Social

Objetivos legales: e) Anunciar medidas de prevención de riesgos, de orden o seguridad pública o de evitación o reparación de daños que afecten a las personas, su salud o sus bienes, y al medio natural.

Ámbito: Administración general

Eje de actuación: Eje 2: Salud

Periodo de realización: Del 14/11/22 al 28/12/22

Medios utilizados: Televisión, Radio, Prensa (impresa y digital), Redes sociales, Exterior y Otros

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: General

Observaciones: Esta campaña sustituye a la incluida en el PCPI 2022 denominada "Reducción de la Siniestralidad Laboral en el uso de carretillas elevadoras".

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Dirección General de Comunicación Institucional – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Uniprex S.A.U.

Importe: 2.202,39 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Radio Popular S.A

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe: 1.010,59 €

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Radio Blanca S.A.

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe: 711,48 €

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: La Verdad Multimedia S.A.

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe: 5.808,00 €

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: La Opinión de Murcia S.A.U.

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe: 4.040,19 €

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Radio Popular S.A.

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe: 3.119,33 €

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Radio Murcia S.A.

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe: 5.491,83 €

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Televisión Murciana S.A.

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe total de la campaña: 798,60 €

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Audiovisual Works Producciones S.L.

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe: 1.210,00 €

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Onlycable S.L.

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe: 580,80 €

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Ediciones Murcia Plaza S.L.

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe: 968,00 €

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: ABR Comunicación Empresarial S.L.

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe: 605,00 €

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Rooster Communication S.L.

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe: 605,00 €

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: El Diario Región de Murcia S.L.

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe: 605,00 €

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Televisión Popular de la Región de Murcia S.A.

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe: 974,05 €

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Comarcal Televisión Lorca S.L.

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe: 798,60 €

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Proyectos de Innovación Babyskool S.L.

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe: 6.776,00 €

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Avante Comunicación S.L.

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Importe: 3.920,40 €

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	5	4.362,05 €	11 %
02 Radio	6	11.600,65 €	30 %
03 Prensa impresa	2	5.764,44 €	15 %
04 Prensa digital	4	6.866,75 €	17 %

INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
07 Exterior	1	6.776,00 €	17 %
05 Otros	1	3.920,40 €	10 %

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	798,60 €
01 Televisión	Popular TV Región de Murcia	974,05 €
01 Televisión	Tele Cartagena	580,80 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	1.210 €
01 Televisión	Televisión Murciana	798,60 €
02 Radio	Onda Cero	2.202,40 €
02 Radio	Cadena SER	3.778,65 €
02 Radio	Cadena COPE	3.119,33 €
02 Radio	Los 40	760,05 €
02 Radio	Cadena 100	1.028,74 €
02 Radio	Kiss FM	711,48 €
03 Prensa impresa	La Opinión	2.134,44 €
03 Prensa impresa	La Verdad	3.630,00 €
04 Prensa digital	La Opinión	1.905,75 €
04 Prensa digital	La Verdad	2.178,00 €

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
04 Prensa digital	ElDiario.es	605,00 €
04 Prensa digital	MurciaDiario.com	605,00 €
04 Prensa digital	MurciaEconomía.com	605,00 €
04 Prensa digital	MurciaPlaza.com	968,00 €
07 Exterior	Vallas publicitarias y cartelería	6.776,00 €
08 Otros	RTB	3.920,40 €

KPIs

Población objetivo	1.262.399
Cobertura	1.262.399
% Cobertura	100%
Contactos potenciales	19.715.316
OTS	15,62
GRP	1.561,73
CPM	1,64 €
Importe medios campaña	32.471,21 €
Importe (IVA incluido)	39.290,29 €

EL ARNÉS NO ES TAN IMPORTANTE



si la **discapacidad**
no fuera una
consecuencia.

Prevención de riesgos laborales
Que lo importante sea lo importante.



EL ACOSO LABORAL NO ES TAN IMPORTANTE



si la **medicación de por vida**
no fuera una consecuencia.

Prevención de riesgos laborales
Que lo importante sea lo importante.



CAMPAÑA

VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE

Código PCPI: 02.04

Descripción: Concienciar a la población sobre la importancia de vacunarse contra la gripe, con el objetivo de aumentar la cobertura de vacunación sobre la población diana (mayores, embarazadas, etc...).

Proponente: Consejería de Salud

Objetivos legales: e) Anunciar medidas de prevención de riesgos, de orden o seguridad pública o de evitación o reparación de daños que afecten a las personas, su salud o sus bienes, y al medio natural.

Ámbito: Administración general

Eje de actuación: Eje 2: Salud

Periodo de realización: Del 14/12/22 al 28/12/22

Medios utilizados: Televisión, radio, prensa impresa y digital

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: General

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Dirección General de Comunicación Institucional – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Indicativo S.L.

Importe: 16.970,01 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	3	886,08 €	5 %
02 Radio	3	10.050,87 €	61 %
03 Prensa impresa	2	1.331,00 €	8 %
04 Prensa digital	2	4.114,00 €	25 %

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	399,30 €
01 Televisión	Tele Caravaca	160,08 €
01 Televisión	Tele Yecla	326,70 €
02 Radio	Onda Cero	2.365,07 €
02 Radio	Cadena COPE	4.094,82 €
02 Radio	Cadena SER	3.590,98 €
03 Prensa impresa	7 Días Yecla	726,00 €
03 Prensa impresa	La Actualidad	605,00 €
04 Prensa digital	La Opinión	1.936,00 €
04 Prensa digital	La Verdad	2.178,00 €

KPIs

Población objetivo	1.262.399
Cobertura	1.179.300
% Cobertura	93,42%
Contactos potenciales	2.643.142
OTS	2,24
GRP	209,37
CPM	5,12
Importe medios campaña	13.538,80 €
Importe (IVA incluido)	16.381,95 €

**ESTE AÑO MÁS QUE NUNCA
LA VACUNA
LO CAMBIA TODO**

Especialmente si perteneces a los siguientes grupos de riesgo:

- Personas de 60 años o más
- Enfermos crónicos
- Personal sanitario
- Embarazadas



La vacuna es gratuita
Infórmate en tu centro de salud

Región de Murcia #YoMeVacunoRM

CAMPAÑA

ICUAM: ACREDITATE

Código PCPI: 03.02

Descripción: Difundir el procedimiento de Evaluación, Acreditación y Registro de Competencias Profesionales (PREAR) mediante el que los trabajadores de la Región pueden acreditar sus competencias profesionales, mejorar su cualificación profesional y recibir una certificación oficial.

Proponente: Consejería de Educación – Dirección General de Formación Profesional e Innovación

Objetivos legales: b) Informar a la ciudadanía de sus derechos y sus obligaciones y de los servicios, las actividades y los programas de los que pueda hacer uso.

Ámbito: Administración general

Eje de actuación: Eje 3: Educación y juventud

Periodo de realización: Del 28/03/22 al 11/04/22

Medios utilizados: Televisión, radio y prensa digital

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: General

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Dirección General de Comunicación Institucional – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Ignacio de Lara Carbajal

Importe: 14.088,88 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	2	1.706,10 €	13 %
02 Radio	6	8.822,35 €	66 %
04 Prensa digital	4	2.763,04 €	21 %

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Televisión Murciana	871,20 €
01 Televisión	Popular TV Región de Murcia	834,90 €
02 Radio	Cadena SER	2.196,15 €
02 Radio	Cadena COPE	2.599,44 €
02 Radio	Los 40	918,39 €
02 Radio	Onda Cero	917,66 €
02 Radio	Cadena 100	1.488,30 €
02 Radio	Cadena Dial	702,41 €
04 Prensa digital	Murcia.com	363,00 €
04 Prensa digital	Murcia Noticias	352,11 €
04 Prensa digital	La Opinión	741,13 €
04 Prensa digital	La Verdad	1.306,80 €

KPIs

Población objetivo	1.190.632
Cobertura	1.178.982
% Cobertura	99,02 %
Contactos potenciales	4.355.658
OTS	3,69
GRP	365,83
CPM	2,52 €
Importe medios campaña	10.984,70 €
Importe (IVA incluido)	13.291,49 €

★★★★★
Profesional acreditado en la especialidad 58104.2
Mantenimiento del motor y sus sistemas auxiliares

Detrás de cada servicio debe haber un trabajador cualificado

Acredítate

Certifica tu experiencia profesional mediante el procedimiento PREAR*

*PREAR: Procedimiento de Reconocimiento, Evaluación, Acreditación y Registro de competencias profesionales en la Región de Murcia.

Infórmate en icam.es
Procedimiento abierto permanentemente

Financiado por la Unión Europea
Resiliencia

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

Región de Murcia

ICUAM

Acción financiada por el Ministerio de Educación y Formación Profesional y por la Unión Europea - NextGenerationEU

CAMPAÑA

ESCUELAS OFICIALES DE IDIOMAS

Código PCPI: 03.03

Descripción: Promocionar las enseñanzas de idiomas en las EEOOI de la Región de Murcia y conseguir un aumento en la demanda respecto a los últimos cursos.

Proponente: Consejería de Educación – Dirección General de Formación Profesional e Innovación

Objetivos legales: d) Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar.

Ámbito: Administración general

Eje de actuación: Eje 3: Educación y juventud

Periodo de realización: Del 12/06/22 al 27/06/22

Medios utilizados: Televisión, radio, prensa (papel y digital) y redes sociales

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: Mayores de 16 años

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Dirección General de Comunicación Institucional – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

Importe total de la campaña: 13.697,20 €

Objeto del contrato: Creatividad

Adjudicatario: Proyectos de Innovación Babyskol S.L.

Importe: 5.613,35 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.227.09

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Proyectos de Innovación Babyskol S.L.

Importe: 8.083,85 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	3	1.107,88 €	14 %
02 Radio	3	1.759,24 €	22 %
03 Prensa impresa	3	1.499,92 €	19 %
04 Prensa digital	2	2.692,25 €	34 %
05 Redes sociales	2	968,00 €	12 %

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Tele Caravaca	91,48 €
01 Televisión	Tele Cartagena	271,04 €
01 Televisión	Comarcal Tv Lorca	745,36 €
02 Radio	Onda Cero	454,26 €
02 Radio	Cadena 100	619,52 €
02 Radio	Los 40	685,46 €
03 Prensa impresa	El Noroeste	363,00 €
03 Prensa impresa	La Opinión	320,17 €
03 Prensa impresa	La Verdad	816,75 €
04 Prensa digital	La Opinión	1.058,75 €
04 Prensa digital	La Verdad	1.633,50 €

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
05 Redes sociales	Youtube	484,00 €
05 Redes sociales	Facebook + Instagram	484,00 €

KPIs

Población objetivo	1.262.399
Cobertura	1.262.274
% Cobertura	99,99 %
Contactos potenciales	5.585.752
OTS	4,43
GRP	442,47
CPM	1,18 €
Importe medios campaña	6.634,12 €
Importe (IVA incluido)	8.027,29 €

ESCUELAS OFICIALES DE IDIOMAS

¡Certifícate!

Inscríbete del
14 al 27 de junio
en las webs de las
Escuelas Oficiales de Idiomas

¿Cómo te mueves por el mundo?

Región de Murcia

CAMPAÑA

MOVIBUS – MOVILIDAD COTIDIANA

Código PCPI: 05.06

Descripción: Dar a conocer el nuevo sistema de transporte público más accesible, tecnológico y ecoeficaz.

Proponente: Consejería de Fomento e Infraestructuras – Dirección General de Movilidad y Litoral

Objetivos legales: b) Informar a la ciudadanía de sus derechos y sus obligaciones y de los servicios, las actividades y los programas de los que pueda hacer uso.

Ámbito: Administración general

Eje de actuación: Eje 5: Infraestructuras y seguridad

Periodo de realización: Del 07/07/22 al 17/07/22

Medios utilizados: Radio, prensa digital y redes sociales

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: General

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Dirección General de Comunicación Institucional – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

Importe total de la campaña: 16.790,14 €

Objeto del contrato: Creatividad

Adjudicatario: Onmi Design S.L.

Importe: 4.392,30 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.27.09

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

Objeto del contrato: Difusión:

Adjudicatario: Onmi Design S.L.

Importe: 12.397,84 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

INVERSIÓN POR MEDIOS

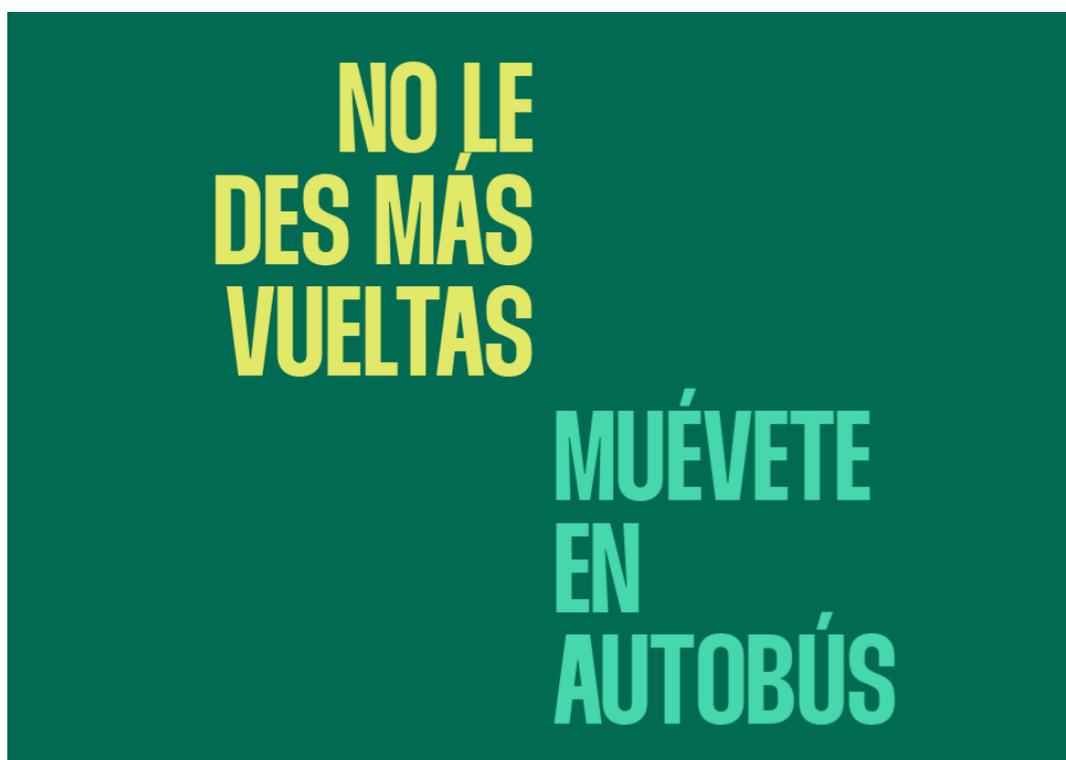
Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
02 Radio	7	7.134,82 €	67 %
04 Prensa digital	5	2.904,00 €	28 %
05 Redes sociales	3	484,00 €	5 %

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
02 Radio	Kiss FM	453,75 €
02 Radio	Onda Cero	758,91 €
02 Radio	Cadena 100	977,68 €
02 Radio	Cadena COPE	974,29 €
02 Radio	Cadena Dial	745,84 €
02 Radio	Los 40	1.647,11 €
02 Radio	Cadena SER	1.577,24 €
04 Prensa digital	La Opinión	1.089,00 €
04 Prensa digital	La Verdad	1.089,00 €
04 Prensa digital	Murcia Noticias	242,00 €
04 Prensa digital	Murcia Plaza	242,00 €
04 Prensa digital	MurciaEconomia.com	242,00 €
05 Redes sociales	Twitter	121,00 €
05 Redes sociales	Facebook + Instagram	363,00 €

KPIs

Población objetivo	1.262.399
Cobertura	1.232.062
% Cobertura	97,6 €
Contactos potenciales	3.996.166
OTS	3,24
GRP	316,55
CPM	2,17 €
Importe medios campaña	8.696,55 €
Importe (IVA incluido)	10.522,82 €



CAMPAÑA

CONTRA EL MALTRATO INFANTIL

Código PCPI: 06.04

Descripción: Reivindicar dando visibilidad a la violencia contra la infancia, concienciando tanto a los agentes sociales como a la ciudadanía en este sentido. Se trata de destacar la necesidad de crear una sociedad futura mas justa y ausente de violencia mediante el cuidado y buen trato a los menores del presente.

Proponente: Consejería de Mujer, Igualdad, LGTBI, Familias, Política Social y Transparencia - Dirección General de Familias y Protección de Menores

Objetivos legales: d) Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar.

Ámbito: Administración general

Eje de actuación: Eje 6: Políticas sociales

Periodo de realización: Del 01/05/22 al 13/05/22

Medios utilizados: Televisión, radio y prensa impresa

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: General

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Dirección General de Comunicación Institucional – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Murpro S.L.

Importe: 14.811,69 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	2	611,05 €	4 %
02 Radio	3	9.159,33 €	65 %
03 Prensa impresa	2	4.363,72 €	31 %

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Televisión Murciana	304,92 €
01 Televisión	Popular TV Región de Murcia	306,13 €
02 Radio	Onda Cero	1.655,28 €
02 Radio	Cadena COPE	3.990,21 €
02 Radio	Cadena SER	3.513,84 €
03 Prensa impresa	La Opinión	1.759,80 €
03 Prensa impresa	La Verdad	2.603,92 €

KPIs

Población objetivo	1.262.399
Cobertura	1.207.014
% Cobertura	95,61 %
Contactos potenciales	2.713.914
OTS	2,25

KPIs

GRP	214,98
CPM	4,30 €
Importe medios campaña	11.681,07 €
Importe (IVA incluido)	14.134,10 €



CAMPAÑA

DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER

Código PCPI: 06.05

Descripción: Garantizar la igualdad de oportunidades de las mujeres, incluido el fomento de la actividad asociativa, de participación y prestación de servicios específicos desde instituciones públicas y privadas y en especial, las medidas relativas a la atención integral y sensibilización.

Proponente: Consejería de Mujer, Igualdad, LGTBI, Familias, Política Social y Transparencia – Dirección General de Mujer y Diversidad de Género

Objetivos legales: a) Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad.

Ámbito: Administración general

Eje de actuación: Eje 6: Políticas sociales

Periodo de realización: Del 01/03/22 al 08/03/22

Medios utilizados: Televisión, radio y prensa impresa

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: General

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Dirección General de Comunicación Institucional – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Ignacio de Lara Carbajal

Importe: 17.565,98 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	2	909,92 €	6 %
02 Radio	5	10.352,61 €	64 %
03 Prensa impresa	2	5.003,35 €	31 %

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Televisión Murciana	464,64 €
01 Televisión	Popular TV Región de Murcia	445,28 €
02 Radio	Onda Cero	1.101,20 €
02 Radio	Cadena Dial	793,88 €
02 Radio	Cadena SER	2.151,86 €
02 Radio	Cadena 100	1.308,25 €
02 Radio	Cadena COPE	4.997,42 €
03 Prensa impresa	La Opinión	2.026,75 €
03 Prensa impresa	La Verdad	2.976,60 €

KPIs

Población objetivo	1.262.399
Cobertura	1.202.707
% Cobertura	95,27 %

KPIs

Contactos potenciales	3.002.651
OTS	2,5
GRP	237,85
CPM	4,48 €
Importe medios campaña	13.442,88 €
Importe (IVA incluido)	16.265,88 €

LA IGUALDAD DE GÉNERO ACTÚA

EN TU CASA
Ayudamos a las familias a conciliar la vida laboral y familiar

EN TU FORMACIÓN
Creamos herramientas formativas que promueven la igualdad

EN TU TRABAJO
Ayudamos a las empresas a implantar planes de igualdad

8 MARZO | DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER

Región de Murcia

CAMPAÑA

CONTRA EL RACISMO Y LA XENOFOBIA

Código PCPI: 06.09

Descripción: Identificar y combatir el racismo y la xenofobia.

Proponente: Consejería de Mujer, Igualdad, LGTBI, Familias, Política Social y Transparencia – Dirección General de Servicios Sociales y Relaciones con el Tercer Sector

Objetivos legales: a) Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad.

Ámbito: Administración general

Eje de actuación: Eje 6: Políticas sociales

Periodo de realización: Del 15/03/22 al 15/04/22

Medios utilizados: Televisión, radio, prensa impresa y exterior

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: General

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Dirección General de Comunicación Institucional – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Murpro S.L

Importe: 15.089,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	2	907,50 €	6 %
02 Radio	3	7.178,99 €	50 %

INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
03 Prensa impresa	2	3.336,21 €	23 %
07 Exterior	1	3.025,00 €	21 %

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Televisión Murciana	406,56 €
01 Televisión	Popular TV Región de Murcia	500,94 €
02 Radio	Onda Cero	1.376,50 €
02 Radio	Cadena SER	2.592,12 €
02 Radio	Cadena COPE	3.210,37 €
03 Prensa impresa	La Opinión	1.351,81 €
03 Prensa impresa	La Verdad	1.984,40 €
07 Exterior	Vallas publicitarias	3.025,00 €

KPIs

Población objetivo	1.262.399
Cobertura	999.128
% Cobertura	79,15 %
Contactos potenciales	1.651.336
OTS	1,65

KPIs

GRP	130,81
CPM	7,23 €
Importe medios campaña	11.940,25 €
Importe (IVA incluido)	14.447,70 €

GAFAS DE REALIDAD REAL

Este producto está financiado por el Fondo de Ayuda al Desarrollo e Investigación de la Unión Europea. El contenido de este material no constituye recomendación alguna del autor y de su entidad responsable. La Comisión Europea no acepta responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Alta sensibilidad ante comportamientos racistas.

Detecta al instante información manipulada.

Elimina las excepciones racistas de todas las redes sociales.

ZERO FAKE

Este producto ha sido exclusivamente diseñado para detectar y eliminar los mensajes racistas que generan discriminación.

Están muy presentes en nuestra sociedad y te afectan mucho más de lo que crees

El primer paso para solucionar un problema, es ver que existe.

+ info:
gafasderealidadreal.com

CAMPAÑA

DÍA DE LA REGIÓN 2022

Código PCPI: 09.01

Descripción: Difundir el significado del Día de la Región entre los ciudadanos, divulgar las señas de identidad regionales, fomentar el conocimiento sobre el Estatuto de Autonomía e informar de las actividades programadas por las instituciones regionales y abiertas a la ciudadanía.

Proponente: Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes – Dirección General de Comunicación Institucional

Objetivos legales: a) Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad.

Ámbito: Administración general

Eje de actuación: Eje 9: Participación ciudadana y fechas conmemorativas

Periodo de realización: Del 01/06/22 al 06/06/22

Medios utilizados: Prensa impresa

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: General

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Dirección General de Comunicación Institucional – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: La Opinión de Murcia S.A.U.

Importe: 12.100,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: La Verdad Multimedia S.A.

Importe: 15.972,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Radio Popular S.A.

Importe: 7.240,35 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Audiovisual Española 2000 S.A.

Importe: 15.730,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Televisión Popular de la Región de Murcia S.A.

Importe: 2.420,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Televisión Murciana S.A.

Importe: 2.420,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Radio Blanca S.A.

Importe: 653,40 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Radio Murcia S.A.

Importe: 6.676,36 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Ediciones Murcia Plaza S.L.

Importe: 1.765,15 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Álamo Networs S.L.

Importe: 605,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: El Diario Región de Murcia S.L.

Importe: 1.210,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Onlycable S.L.

Importe: 605,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Audiovisual Works Producciones S.L.

Importe: 726,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Comarcal Lorca Televisión S.L.

Importe: 2.420,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Blue Media Comunicación S.L.

Importe: 10.890,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Unidad Editorial S.A.

Importe: 12.100,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Excentricidad SEO S.L.

Importe: 605,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: ABR Comunicación Empresarial S.L.

Importe: 1.140,43 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Rooster Comunicación S.L.

Importe: 1.210,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: 13 TV S.A.

Importe: 13.915,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Dos Mil Palabras S.L.

Importe: 12.100,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: El Semanal Digital S.L.

Importe: 12.705,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Comercial Multimedia Vocento S.L.

Importe: 12.160,50 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Titania Compañía Editorial S.L.

Importe: 12.100,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Libertad Digital S.A.

Importe: 7.308,08 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Prisa Media S.L.U.

Importe: 9.680,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Obelisco Digital S.L.

Importe: 12.705,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Tele Caravaca S.L.

Importe: 580,80 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: La Tribuna del Noroeste S.L.

Importe: 605,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Uniprex S.A.U.

Importe: 3.623,81 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	7	23.086,80 €	12 %
02 Radio	4	18.373,92 €	9 %
03 Prensa impresa	3	8.997,00 €	5 %
04 Prensa digital	19	138.968,15 €	74 %

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	13 TV	13.915,00 €
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	2.420,00 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	726,00 €
01 Televisión	Popular TV	2.420,00 €
01 Televisión	Televisión Murciana	2.420,00 €
01 Televisión	Tele Caravaca	580,80 €
01 Televisión	Tele Cartagena	605,00 €
02 Radio	Cadena COPE	7.420,35 €
02 Radio	Cadena SER	6.676,36 €
02 Radio	Kiss FM	653,40 €
02 Radio	Onda Cero	3.623,81 €
03 Prensa impresa	La Verdad	3.267,00 €
03 Prensa impresa	La Opinión	2.100,00€
03 Prensa impresa	La Razón	3.630,00 €
04 Prensa digital	MurciaEconomía.com	1.140,43 €
04 Prensa digital	Murcia Plaza	1.765,15 €
04 Prensa digital	OK Diario	12.100,00 €
04 Prensa digital	20 Minutos	10.890,00 €
04 Prensa digital	Murcia.com	605,00 €
04 Prensa digital	El Noroeste Digital	605,00 €
04 Prensa digital	La Verdad	12.705,00 €

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	13 TV	13.915,00 €
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	2.420,00 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	726,00 €
01 Televisión	Popular TV	2.420,00 €
04 Prensa digital	La Opinión	10.000,00 €
04 Prensa digital	Murcia Noticias	605,00 €
04 Prensa digital	Es Diario	12.705,00 €
04 Prensa digital	ElDiario.es	1.210,00 €
04 Prensa digital	El Español	12.705,00 €
04 Prensa digital	Libertad Digital	7.318,08 €
04 Prensa digital	El Confidencial	12.100,00 €
04 Prensa digital	MurciaDiario.com	1.210,00 €
04 Prensa digital	El País	9.680,00 €
04 Prensa digital	El Mundo	12.100,00 €
04 Prensa digital	La Razón	12.100,00 €
04 Prensa digital	ABC	12.160,50 €

KPIs

Población objetivo	40.374.768
Cobertura	8.939.085
% Cobertura	22,14 %

KPIs

Contactos potenciales	9.853.494
OTS	1,10
GRP	24,41
CPM	16,28 €
Importe medios campaña	160.464,36 €
Importe (IVA incluido)	194.161,88 €

9 Junio
día de la Región

Orgullosos de ser como somos

Orgullosos de nuestra herencia y nuestro pasado,
de recibir siempre con los brazos abiertos, de
compartir y poder disfrutar juntos, del todo con
fuerza y de querer volver siempre.

40 aniversario
Estatuto de Autonomía
de la Región de Murcia



CAMPAÑA

ANIVERSARIO ESTATUTO DE AUTONOMÍA

Código PCPI: 09.02

Descripción: Difundir el significado del Día de la Región entre los ciudadanos, divulgar las señas de identidad regional, así como fomentar el conocimiento sobre el Estatuto de Autonomía y su aniversario.

Proponente: Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes – Dirección General de Comunicación Institucional

Objetivos legales: a) Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad.

Ámbito: Administración general

Eje de actuación: Eje 9: Participación ciudadana y fechas conmemorativas

Periodo de realización: Del 08/06/22 al 30/12/22

Medios utilizados: Televisión, radio, prensa impresa, prensa digital y otros

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: General

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Dirección General de Comunicación Institucional – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: La Verdad Multimedia S.A.

Importe: 8.999,98 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Libertad Digital S.A.

Importe: 3.000,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Obelisco Digital S.L.

Importe: 7.896,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Comercial Multimedia Vocento S.A.

Importe: 6.776,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Dos Mil Palabras S.L.

Importe: 8.470,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Ediciones Murcia Plaza S.L.

Importe: 2.178,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: El Diario Región de Murcia S.L.

Importe: 2.999,59 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: El Semanal Digital S.L.

Importe: 2.999,59 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: La Opinión de Murcia S.A.U.

Importe: 6.969,60 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Blue Media Comunicación S.L.

Importe: 7.078,50 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Radio Murcia S.A.

Importe: 5.592,02 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Audiovisual Española 2000 S.A.

Importe: 6.969,60 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Ediciones Católicos y Vida Publica S.L.U.

Importe: 2.014,27 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Prensa Ibérica 360 S.L.

Importe: 3.000,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Prisa Media S.A.

Importe: 7.986,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Titania Compañía Editorial S.L.

Importe: 6.000,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Unidad Editorial S.L.

Importe: 9.680,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Uniprex S.A.U.

Importe: 3.623,33 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Radio Popular S.A.

Importe: 5.465,62 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Razones de exclusividad

INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
02 Radio	3	14.671,97 €	14 %

INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
03 Prensa impresa	2	7.139,00 €	6 %
04 Prensa digital	16	86.307,60 €	80 %

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
02 Radio	Cadena COPE	5.456,62 €
02 Radio	Cadena SER	5.592,02 €
02 Radio	Onda Cero	3.623,33 €
04 Prensa digital	La Verdad	5.999,99 €
04 Prensa digital	Murcia Plaza	2.178,00 €
04 Prensa digital	El Debate	2.014,28 €
04 Prensa digital	El Periódico de España	3.000,00 €
04 Prensa digital	Libertad Digital	3.000,00 €
04 Prensa digital	Es Diario	3.999,05 €
04 Prensa digital	OK Diario	8.470,00 €
04 Prensa digital	El Español	7.986,00 €
04 Prensa digital	El Confidencial	6.000,00 €
04 Prensa digital	ABC	6.116,00 €
04 Prensa digital	El Mundo	9.680,00 €
04 Prensa digital	El País	7.986,00 €

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
02 Radio	Cadena COPE	5.456,62 €
02 Radio	Cadena SER	5.592,02 €
02 Radio	Onda Cero	3.623,33 €
04 Prensa digital	La Verdad	5.999,99 €
04 Prensa digital	Murcia Plaza	2.178,00 €
04 Prensa digital	El Debate	2.014,28 €
04 Prensa digital	El Periódico de España	3.000,00 €
04 Prensa digital	20 Minutos	7.078,50 €
04 Prensa digital	ElDiario.es	2.999,59 €
04 Prensa digital	La Opinión	6.969,60 €
04 Prensa digital	La Verdad	8.996,98 €
04 Prensa digital	La Razón	6.969,60 €

KPIs

Población objetivo	40.374.768
Cobertura	6.822.603
% Cobertura	16,90 %
Contactos potenciales	6.822.603
OTS	1,09
GRP	18,38

KPIs

CPM	12,04 €
Importe medios campaña	89.354,19 €
Importe (IVA incluido)	108.118,57 €

CAMPAÑA

DÍA DE EUROPA 2022

Código PCPI: 09.03

Descripción: Difundir a través de un anuncio en TV y RRSS la efeméride europea en la sociedad murciana, y mejorar el grado de conocimiento ciudadano de la Unión Europea, sus instituciones y funcionamiento.

Proponente: Consejería de Empresa, Empleo, Universidades y Portavocía – Dirección General de Unión Europea

Objetivos legales: a) Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad.

Ámbito: Administración general

Eje de actuación: Eje 9: Participación ciudadana y fechas conmemorativas

Periodo de realización: Del 02/05/22 al 09/05/22

Medios utilizados: Televisión, radio, prensa impresa y redes sociales.

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: General

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Dirección General de Comunicación Institucional – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: El Siete está en todas partes S.L.

Importe: 11.696,95 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

INVERSIÓN POR MEDIOS

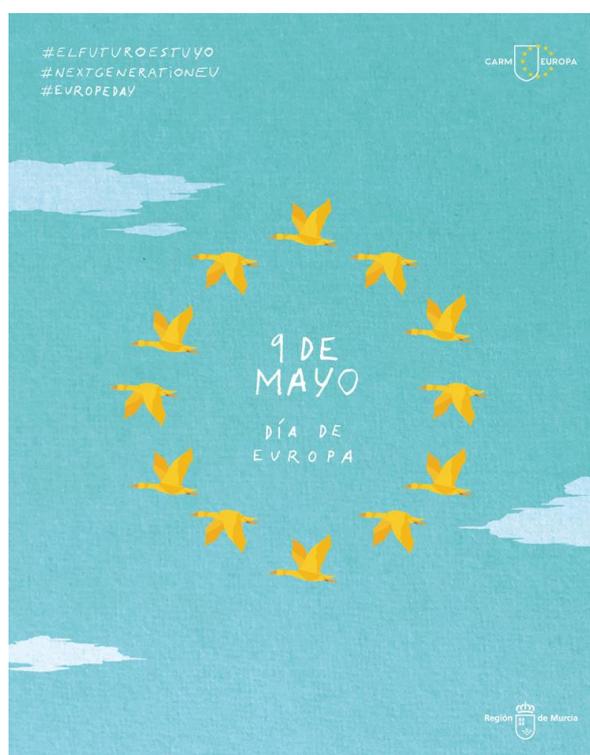
Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	4	1.034,31 €	10 %
02 Radio	3	4.860,69 €	46 %
03 Prensa impresa	2	2.716,45 €	26 %
05 Redes sociales	4	1.936,00 €	18 %

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	237,16 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	188,76 €
01 Televisión	Televisión Murciana	274,43 €
01 Televisión	Popular TV	333,96 €
02 Radio	Onda Cero	919,60 €
02 Radio	Cadena COPE	2.184,17 €
02 Radio	Cadena SER	1.756,92 €
03 Prensa impresa	La Opinión	1.203,95 €
03 Prensa impresa	La Verdad	1.512,50 €
05 Redes sociales	Twitter	484,00 €
05 Redes sociales	Youtube	484,00 €
05 Redes sociales	Facebook + Instagram	968,00 €

KPIs

Población objetivo	1.262.399
Cobertura	1.142.850
% Cobertura	90,53 %
Contactos potenciales	2.442.850
OTS	2,12
GRP	191,92
CPM	3,57 €
Importe medios campaña	8.716,90 €
Importe (IVA incluido)	10.547,45 €



CAMPAÑA

DATOS ABIERTOS COMO GENERADORES DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Código PCPI: 09.04

Descripción: Dar a conocer lo que son los datos abiertos (OPEN DATA), como generadores de empleo, valor económico y desarrollo sostenible.

Proponente: Consejería de Mujer, Igualdad, LGBTI, Familias, Política Social y Transparencia – Dirección General de Gobernanza y Participación Ciudadana

Objetivos legales: b) Informar a la ciudadanía de sus derechos y sus obligaciones y de los servicios, las actividades y los programas de los que pueda hacer uso.

Ámbito: Administración general

Eje de actuación: Eje 9: Participación ciudadana y fechas conmemorativas

Periodo de realización: Del 27/06/2022 al 03/07/2022

Medios utilizados: Televisión, radio, prensa digital y redes sociales.

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: General

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Dirección General de Comunicación Institucional – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

Importe total de la campaña: 15.424,12 €

Objeto del contrato: Creatividad

Adjudicatario: Artsolut Estudio S.L.

Importe: 4.114,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.227.09

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Proximia Havas S.L

Importe: 11.310,12 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

INVERSIÓN POR MEDIOS

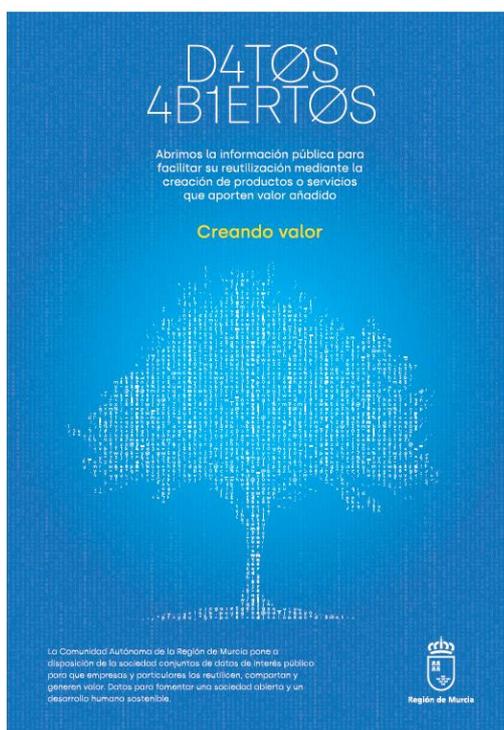
Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	2	506,99 €	5 %
02 Radio	3	7.662,99 €	70 %
04 Prensa digital	2	1.692,31€	16 %
05 Redes sociales	4	1.036,64 €	9 %

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Televisión Murciana	228,69 €
01 Televisión	Popular TV	278,30 €
02 Radio	Onda Cero	1.428,77 €
02 Radio	Cadena COPE	3.505,67 €
02 Radio	Cadena SER	2.728,55 €
04 Prensa digital	La Opinión	675,91€
04 Prensa digital	La Verdad	1.016,40 €
05 Redes sociales	Youtube	335,25 €
05 Redes sociales	Facebook + Instagram	356,44 €
05 Redes sociales	Twitter	344,95 €

KPIs

Población objetivo	1.262.399
Cobertura	1.052.337
% Cobertura	83,36 %
Contactos potenciales	1.956.248
OTS	1,86
GRP	154,96
CPM	4,60 €
Importe medios campaña	9.007,38 €
Importe (IVA incluido)	10.898,93 €



CAMPAÑA

PROCESO PARTICIPATIVO SOBRE EL PACTO POR LAS INFRAESTRUCTURAS DE LA REGIÓN DE MURCIA

Código PCPI: 09.10

Descripción: Difundir el proceso de participación ciudadana iniciado por la Comunidad para que los ciudadanos de la Región de Murcia aporten sus propuestas para la conformación del Pacto por las Infraestructuras de la Región de Murcia.

Proponente: Consejería de Fomento e Infraestructuras – Secretaría General

Objetivos legales: b) Informar a la ciudadanía de sus derechos y sus obligaciones y de los servicios, las actividades y los programas de los que pueda hacer uso.

Ámbito: Administración general

Eje de actuación: Eje 9: Participación ciudadana y fechas conmemorativas

Periodo de realización: Del 28/02/22 al 17/03/22

Medios utilizados: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: General

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Dirección General de Comunicación Institucional – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

Importe total de la campaña: 15.538,70 €

Objeto del contrato: Creatividad

Adjudicatario: Onmi Design S.L.

Importe: 2.662,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.227.09

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Onmi Design S.L.

Importe: 12.876,70 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	2	694,54 €	6 %
02 Radio	6	6.576,65 €	57 %
04 Prensa digital	4	2.417,08 €	21 %
05 Redes sociales	3	1.936,00 €	17 %

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Televisión murciana	304,92 €
01 Televisión	Popular TV	389,62 €
02 Radio	Onda Cero	919,60 €
02 Radio	Cadena 100	228,21 €
02 Radio	Cadena COPE	2.299,00 €
02 Radio	Cadena Dial	644,20 €
02 Radio	Los 40	612,26 €
02 Radio	Cadena SER	1.873,38 €
04 Prensa digital	La Opinión	665,00 €
04 Prensa digital	La Verdad	1.270,50 €

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
04 Prensa digital	Murciadiario.com	239,58 €
04 Prensa digital	MurciaPlaza.com	242,00 €
05 Redes sociales	Youtube	484,00 €
05 Redes sociales	Facebook + Instagram	968,00 €
05 Redes sociales	Twitter	484,00 €

KPIs

Población objetivo	1.190.632
Cobertura	1.190.632
% Cobertura	100%
Contactos potenciales	9.356.193
OTS	7,86
GRP	785,82
CPM	1,03 €
Importe medios campaña	9.615,10 €
Importe (IVA incluido)	11.634,27 €



CAMPAÑA

TURISMO DE CALIDAD

Código PCPI: 10.01

Descripción: La promoción de los propios valores, imagen o señas de identidad del territorio o la población de la administración anunciante. Apoyar a los sectores económicos regionales, mediante la promoción de la comercialización de productos regionales, especialmente en el exterior de la Región de Murcia, y de acciones que impulsen a nuestra Comunidad como destino turístico.

Proponente: Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deporte – Dirección General de Competitividad y Calidad Turística

Objetivos legales: k) Contribuir a la difusión y mejora de la Región de Murcia y de su patrimonio histórico y cultural.

Ámbito: Administración general

Eje de actuación: Eje 10: Cultura y turismo

Periodo de realización: 01/06/22 a 22/06/22

Medios utilizados: Televisión, radio, prensa impresa y redes sociales

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: General

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Dirección General de Comunicación Institucional – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Murpro S.L.

Importe: 17.411,86 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	5	2.192,24 €	13 %
02 Radio	3	6.414,16 €	39 %
03 Prensa impresa	2	7.096,65 €	43 %
05 Redes sociales	1	726,00 €	4 %

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Tele Cartagena	353,32 €
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	677,00 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	290,40 €
01 Televisión	Televisión Murciana	304,92 €
01 Televisión	Popular TV	566,60 €
02 Radio	Onda Cero	1.435,73 €
02 Radio	Cadena COPE	2.662,13 €
02 Radio	Cadena SER	2.316,30 €
03 Prensa impresa	La Opinión	1.651,65 €
03 Prensa impresa	La Verdad	5.445,00 €
05 Redes sociales	Youtube	726,00 €

KPIs

Población objetivo	1.262.399
Cobertura	1.222.320
% Cobertura	96,83%
Contactos potenciales	3.254.162
OTS	2,66
GRP	257,78
CPM	4,17 €
Importe medios campaña	13.577,73 €
Importe (IVA incluido)	16.429,05 €

Entre todos
hemos conseguido
**una Región
de Calidad.**

El ICTE ha galardonado a la Región de Murcia por el crecimiento de las entidades adheridas a la Q de Calidad Turística. Gracias a los empresarios y destinos turísticos, hemos sido premiados. Porque **somos un destino turístico de calidad. Una región de calidad.**

www.calidadturistica.es

CAMPAÑA

FESTIVAL ESTRENAARTE

Código PCPI: 10.03

Descripción: Dar a conocer el festival Estrenarte como una forma de fomentar el talento joven de la Región de Murcia.

Proponente: Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes – Dirección General de Juventud

Objetivos legales: b) Informar a la ciudadanía de sus derechos y sus obligaciones y de los servicios, las actividades y los programas de los que pueda hacer uso.

Ámbito: Administración general

Eje de actuación: Eje 10: Cultura y turismo

Periodo de realización: Del 09/05/22 al 10/06/22

Medios utilizados: Radio y redes sociales

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: General

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Dirección General de Comunicación Institucional – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

Importe total de la campaña: 16.836,66 €

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Radio Popular S.A.

Importe: 3.934,92 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Radio Murcia S.A.

Importe: 3.523,46 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Exclusividad

Objeto del contrato: Difusión

Adjudicatario: Uniprex S.A.U.

Importe: 1.149,98 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Exclusividad

Objeto del contrato: Difusión (RRSS)

Adjudicatario: Portavoz Comunicaciones Integradas S.L.

Importe: 8.828,00 €

Partida presupuestaria: 19.07.00.112B.226.02

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
02 Radio	3	7.114,35 €	54 %
05 Redes sociales	3	6.050,00 €	46 %

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
02 Radio	Europa FM	950,40 €
02 Radio	Cadena 100	3.252,00 €
02 Radio	Los 40	2.911,95 €
05 Redes sociales	Spotify	1.800,00 €
05 Redes sociales	Facbook + Instagram	2.600,00 €
05 Redes sociales	Youtube	1.650,00 €

KPIs

Población objetivo	360.516
Cobertura	360.516
% Cobertura	100 %
Contactos potenciales	6.335.773
OTS	17,57
GRP	1.757,42
CPM	1,72 €
Importe medios campaña	10.879,63 €
Importe (IVA incluido)	13.164,35 €





CAMPAÑAS

ORGANISMOS PÚBLICOS

AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA

PAGO DEL IMPUESTO DE VEHICULOS DE TRACCIÓN MECÁNICA

Código: 01.03

Descripción: Campañas mediante la que dar a conocer a los contribuyentes el fin del plazo de pago del Impuesto de Vehículos de Tracción Mecánica (IVTM) en los municipios en los que la ATRM tiene convenio.

Objetivos legales: b) Informar a la ciudadanía de sus derechos y sus obligaciones y de los servicios, las actividades y los programas de los que pueda hacer uso.

Ámbito: Sector público

Eje de actuación: 1 – Empleo y economía.

Medios utilizados: Radio

Ámbito de difusión: Municipios en los que la ATRM tiene convenio para la recaudación de impuestos.

Público objetivo: General

Observaciones: Esta campaña aparece en el PCPI 2022 bajo la denominación genérica "Periodo voluntario de pago y fomento de la domiciliación ATRM" junto con la campaña siguiente, por lo que ambas se consideran una única campaña.

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: La contratación de estas campañas es una prestación incluida en el servicio de información presencial, telefónica y de asistencia material a los obligados tributarios a cargo de la empresa DIGILTEA SOLUCIONES, S.L (CONTRATO ADMINISTRATIVO, 59004/2021, RELATIVO AL "SERVICIO DE INFORMACIÓN PRESENCIAL, TELEFÓNICA, TELEMÁTICA Y DE ASISTENCIA MATERIAL A LOS OBLIGADOS TRIBUTARIOS 2021-2023")

Importe total de la campaña: 13.621,76 €

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	SopORTE	Importe
01 Televisión	Popular TV Región de Murcia	849,79 €

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Televisión Murciana	580,21 €
02 Radio	Cadena SER	1.461,55 €
02 Radio	Cadena COPE	1.602,67 €
02 Radio	Onda Cero	1.427,33 €
02 Radio	Radio Caravaca	967,10 €
02 Radio	Radio Abarán	36,63 €
02 Radio	Radio Calasparra	17,81 €
02 Radio	Radio Antena Ciudad Fuente Álamo	20,16 €
05 Redes sociales	Facebook	1.649,72 €
05 Redes sociales	Twitter	215,38 €
07 Exterior	Correos	189,92 €

CAMPAÑA

PAGO DEL IMPUESTO DE BIENES INMUEBLES

Código: 01.03

Descripción: Campaña mediante la que dar a conocer a los contribuyentes el fin del plazo de pago del Impuesto de Bienes Inmuebles en los municipios en los que la ATRM tiene convenio.

Objetivos legales: b) Informar a la ciudadanía de sus derechos y sus obligaciones y de los servicios, las actividades y los programas de los que pueda hacer uso.

Ámbito: Sector público

Eje de actuación: 1 – Empleo y economía.

Medios utilizados: Radio

Ámbito de difusión: Municipios en los que la ATRM tiene convenio para la recaudación de impuestos.

Público objetivo: General

Observaciones: Esta campaña aparece en el PCPI 2022 bajo la denominación genérica "Periodo voluntario de pago y fomento de la domiciliación ATRM" junto con la campaña anterior, por lo que ambas se consideran una única campaña.

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: La contratación de estas campañas es una prestación incluida en el servicio de información presencial, telefónica y de asistencia material a los obligados tributarios a cargo de la empresa DIGILTEA SOLUCIONES, S.L (CONTRATO ADMINISTRATIVO, 59004/2021, RELATIVO AL "SERVICIO DE INFORMACIÓN PRESENCIAL, TELEFÓNICA, TELEMÁTICA Y DE ASISTENCIA MATERIAL A LOS OBLIGADOS TRIBUTARIOS 2021-2023")

Importe total de la campaña: 10.056,76 €.

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Popular TV Región de Murcia	192,96 €
01 Televisión	Televisión Murciana	415,06 €

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Tele Caravaca	168,00 €
01 Televisión	Tele Jumilla	210,00 €
02 Radio	Cadena SER	1.259,48 €
02 Radio	Cadena COPE	986,86 €
02 Radio	Onda Cero	839,70 €
02 Radio	Radio Abarán	62,72 €
02 Radio	Radio Calasparra	48,53 €
02 Radio	Caravaca Radio	112,00 €
02 Radio	Radio Jumilla	79,80 €
05 Redes sociales	Facebook + Instagram	1.800,00 €
05 Redes sociales	Twitter	1.200,00 €

SERVICIO DE EMPLEO Y FORMACIÓN

CAMPAÑA

FERIA DE EMPLEO SEF

Código: 01.09

Descripción: Campaña mediante la que dar a conocer la Feria Regional de Empleo y Formación organizada por el SEF como un espacio que acerca y conecta a la ciudadanía al mercado laboral con empresas de referencia nacional e internacional, potenciales empleadores en nuestra Región

Objetivos legales: d) Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar.

Ámbito: Sector público

Eje de actuación: 01. Empleo y Economía

Medios utilizados: Radio, prensa (papel y digital), redes sociales y otros.

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: Desempleados

Observaciones: Sustituye a la campaña del PCPI 2022 "20 Aniversario del SEF".

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Servicio de Empleo y Formación (SEF)

Objeto del contrato: Creatividad y difusión

Adjudicatario: Playroom S.A.

Importe: 14.520,00 €

Partida presupuestaria: 570400 312A 227.09

Procedimiento de adjudicación: Contrato menor

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	SopORTE	Importe
02 Radio	COPE	1.065,80 €
02 Radio	Los 40	1.023,47 €
02 Radio	Onda Cero	965,73 €

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
04 Prensa (digital)	La Verdad	2.202,20 €
05 Redes Sociales	Facebook	1.815,00 €
08 Otros	Google	605,00 €

CAMPAÑA

TE CONECTAMOS AL EMPLEO

Código: 01.19

Descripción: Campaña mediante la que impulsar la formación en sectores que necesitan profesionales cualificados en la Región de Murcia como son los del metal, el transporte y la construcción

Objetivos legales: d) Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar.

Ámbito: Sector público

Eje de actuación: 01. Empleo y Economía

Medios utilizados: Televisión, radio y redes sociales.

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: Principalmente desempleados

Observaciones: Campaña incorporada al PCPI 2022.

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Servicio de Empleo y Formación (SEF)

Objeto del contrato: Creatividad y difusión

Adjudicatario: Chillypills S.A.

Importe: 17.889,85 €

Partida presupuestaria: 57.03.00.324A.227.06 Proyecto 41130

Procedimiento de adjudicación: Contrato menor

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	
01 Televisión	Televisión Murciana	847,00 €
02 Radio	Cadena 100	1.634,95 €
02 Radio	Los 40	2.687,11 €
05 Redes Sociales	Instagram	1.380,00 €

INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	
05 Redes Sociales	Linkedin	550,00 €
05 Redes Sociales	Facebook	550,00 €

INSTITUTO DE FOMENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA

DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL INFO

Código: 01.18

Descripción: Campañas mediante las que dar a conocer las convocatorias de ayudas, de eventos, los servicios y proyectos, etc. propios del INFO..

Objetivos legales: d) Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar.

Ámbito: Sector público

Eje de actuación: 01. Empleo y Economía

Medios utilizados: Televisión, radio, prensa (papel y digital) y redes sociales.

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: Empresarios, autónomos, emprendedores, cuadros intermedios, etc...

Observaciones: Campaña incorporada al PCPI 2022.

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO)

Objeto del contrato: Difusión (Programación UMU Emprende)

Adjudicatario: José Espinosa Menarguez

Importe: 4.530,00 €

Partida presupuestaria: 1611.711A.72003/2022

Objeto del contrato: Difusión (Programación UMU Emprende)

Adjudicatario: Laura Aragón Lacarcel

Importe: 2.400,00 €

Partida presupuestaria: 1611.711A.72003/2022

Objeto del contrato: Difusión (Programación UPCT Emprende)

Adjudicatario: PUBLIEXPE GESTIÓN INTEGRAL DE PUBLICIDAD, S.L.

Importe: 438,50 €

Partida presupuestaria: 1611.711A.72003/2022

Objeto del contrato: Difusión (Programación UPCT Emprende)

Adjudicatario: María Morata Valverde

Importe: 109,30 €

Partida presupuestaria: 1611.711A.72003/2022

Objeto del contrato: Difusión (Programación UCAM Emprende)

Adjudicatario: GUERRILLA MEDIA MARKETING, S.L.

Importe: 7.260,00 €

Partida presupuestaria: 1611.711A.72003/2022

Objeto del contrato: Difusión (Campaña B2Digital)

Adjudicatario: La Opinión de Murcia

Importe: 242,00 €

Partida presupuestaria: 1611.711A.74107/2021

Objeto del contrato: Difusión (Campaña B2Digital)

Adjudicatario: La Verdad

Importe: 535,75 €

Partida presupuestaria: 1611.711A.74107/2021

Objeto del contrato: Difusión (Campaña B2Digital)

Adjudicatario: Cartagena Diario

Importe: 242,00 €

Partida presupuestaria: 1611.711A.74107/2021

Objeto del contrato: Difusión (Programa Escalado E360BAN)

Adjudicatario: La Opinión de Murcia

Importe: 1.094,02 €

Partida presupuestaria: 1611.711A.74107/2021

Objeto del contrato: Difusión (Programa Escalado E360BAN)

Adjudicatario: La Verdad

Importe: 976,75 €

Partida presupuestaria: 1611.711A.74107/2021

Objeto del contrato: Difusión (Programa Escalado E360BAN)

Adjudicatario: ABR Comunicación – Murcia Economía

Importe: 181,50 €

Partida presupuestaria: 1611.711A.74107/2021

Objeto del contrato: Difusión (Programa Escalado E360BAN)

Adjudicatario: Rooster Comunicación - Murcia Diario

Importe: 100,80 €

Partida presupuestaria: 1611.711A.74107/2021

Objeto del contrato: Difusión (Programa Escalado E360BAN)

Adjudicatario: Cartagena Diario

Importe: 242,00 €

Partida presupuestaria: 1611.711A.74107/2021

Objeto del contrato: Difusión (Programa Incoova 2022)

Adjudicatario: Portavoz Comunicaciones Integradas S.L.

Importe: 968,00 €

Partida presupuestaria: 1611.711A.74107/2021

Objeto del contrato: Difusión (Programa Helios)

Adjudicatario: Avante Comunicación

Importe: 1.250,00€

Partida presupuestaria: 1611.711F.74001/2022

Objeto del contrato: Difusión (VI FORO CONTRACT DEL MEDITERRÁNEO)

Adjudicatario: PLAYROOM COMUNICACIÓN, S.L.

Importe: 6.509,80 €

Partida presupuestaria: 2022.1605.751A.74008

Objeto del contrato: Difusión (FERIA DEL CALZADO YUTE FESTIVAL" 2022)

Adjudicatario: LA TRIBUNA DEL NOROESTE, S.L.

Importe: 786,50 €

Partida presupuestaria: 2022.1605.751A.74009

Objeto del contrato: Difusión (FERIA DEL CALZADO YUTE FESTIVAL" 2022)

Adjudicatario: MEDIANOR PUBLICIDAD Y COMUNICACION, S.L.

Importe: 605,00 €

Partida presupuestaria: 2022.1605.751A.74009

Objeto del contrato: Creatividad (FERIA DEL CALZADO YUTE FESTIVAL" 2022)

Adjudicatario: PRODUCCIONES SERRANO, S.L.U.

Importe: 3.267,00 €

Partida presupuestaria: 2022.1605.751A.74009

Objeto del contrato: Difusión (Programa Relanza 2022)

Adjudicatario: ESCUELA PROFESIONAL LByD, SL

Importe: 397,00 €

Partida presupuestaria: 1611.711A.74107/2021

INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑAS

PROMOCIÓN TURÍSTICA 2022

Código: 10.08

Descripción: Campañas de promoción de los atractivos turísticos de la Región de Murcia así como para difundir las actividades que se programen desde el ITREM durante 2022, con el objetivo de incrementar el número de turistas y pernoctaciones en la Región.

Objetivos legales: k) Contribuir a la difusión y mejora de la Región de Murcia y de su patrimonio histórico y cultural.

Ámbito: Sector público

Eje de actuación: 10 - Cultura y Turismo

Medios utilizados: Televisión, radio, prensa (papel y digital), redes sociales y exterior.

Ámbito de difusión: Región de Murcia, España y Europa

Público objetivo: +25 / IE1 a IA1

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM)

Objeto del contrato: Difusión (Campaña Conectividades Barcelona)

Adjudicatario: Carat España S.A.U.

Importe: 30.360,28 €

Tipo licitación: Procedimiento abierto

Objeto del contrato: Difusión (Campaña Conectividades Bilbao)

Adjudicatario: Carat España S.A.U.

Importe: 168.486,12 €

Tipo licitación: Procedimiento abierto

Objeto del contrato: Difusión (Campaña Conectividades Santander)

Adjudicatario: Carat España S.A.U.

Importe: 158.355,17 €

Tipo licitación: Procedimiento abierto

Objeto del contrato: Difusión (Campaña Conectividades Oviedo)

Adjudicatario: MEDIATALENT S.L.

Importe: 102.022,80 €

Tipo licitación: Regulación Armonizada

Objeto del contrato: Difusión (Campaña Conectividades Las Palmas)

Adjudicatario: EQU MEDIA XL S.L.

Importe: 52.548,75 €

Tipo licitación: Regulación Armonizada

Objeto del contrato: Difusión (Campaña Conectividades Ciudades Europeas)

Adjudicatario: PORTAVOZ COMUNICACIONES INTEGRALES SL

Importe: 46.883,14 €

Tipo licitación: Regulación Armonizada

Objeto del contrato: Difusión (Campaña FITUR Madrid)

Adjudicatario: JCDECAUX ESPAÑA SLU

Importe: 13.370,50 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (Lona Madrid)

Adjudicatario: SOPORTES Y MEDIANERAS SL

Importe: 90.750,00 €

Tipo licitación: Contrato patrimonial

Objeto del contrato: Difusión (Campaña FITUR Madrid)

Adjudicatario: Proximia Havas S.L.

Importe: 10.890,00 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

Objeto del contrato: Difusión (Campaña FITUR Madrid)

Adjudicatario: Blue Media Comunicación

Importe: 3.630,00 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (servicio de Agencia de PR en Reino Unido)

Adjudicatario: Lotus Uk Integrated Communication Ltd

Importe: 18.029,00 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

Objeto del contrato: Difusión (Campaña Segundo Residente)

Adjudicatario: SPAIN TODAY ONLINE, SL

Importe: 15.016,10 €

Tipo de licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (Campaña Semana Santa)

Adjudicatario: Proximia Havas S.L.

Importe: 15.972,00 €

Criterio de adjudicación: Oferta más ventajosa

Objeto del contrato: Difusión (Campaña Semana Santa)

Adjudicatario: La Opinión de Murcia

Importe: 3.000,80 €

Tipo de licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (Campaña Verano Cines Madrid)

Adjudicatario: 014 D.S. MEDIA SLU

Importe: 7.078.50 €

Tipo de licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (Campaña verano prensa)

Adjudicatario: Blue Media Comunicación

Importe: 17.545,00 €

Tipo de licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (Campaña digital fin de año)

Adjudicatario: PORTAVOZ COMUNICACIONES INTEGRALES SL

Importe: 18.029,00 €

Tipo de licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: Atresmedia Corporación

Importe: 464.400,00 €

Tipo licitación: Procedimiento negociado

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: Publiespaña S.A.

Importe: 394.516,76 €

Tipo licitación: Procedimiento negociado

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: Radio Murcia S.A.

Importe: 295.998,78 €

Tipo licitación: Procedimiento negociado

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: Radio Popular S.A.

Importe: 231.930,86 €

Tipo licitación: Procedimiento negociado

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: Uniprex S.A.U.

Importe: 121.998,25 €

Tipo licitación: Procedimiento negociado

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: Diario ABC S.L.

Importe: 26.979,01 €

Tipo licitación: Procedimiento negociado

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: Unidad Editorial S.A.

Importe: 41.995,99 €

Tipo licitación: Procedimiento negociado

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: Prisa Brands Solutions

Importe: 24.689,98 €

Tipo licitación: Procedimiento negociado

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: Audiovisual Española S.A.

Importe: 21.999,99 €

Tipo licitación: Procedimiento negociado

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: Dos Mil Palabras S.L.

Importe: 13.000,00 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: Periodista Digital S.L.

Importe: 3.025,00 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: Hola S.L.

Importe: 17.976,67 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: RBA publiventas

Importe: 11.999,57 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: Obelico Digital S.L.

Importe: 18.029,00 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario:

Importe: €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: UNIDAD DE MEDIOS ESCRITOS S.A.

Importe: 3.499,32 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: Libertad Digital S.A.

Importe: 4.999,72 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: El Semanal Digital S.L.

Importe: 3.500,00 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: VOZPOPULI DIGITAL.S.A.

Importe: 4.500,00 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: COMPAÑIA EDITORIAL S.L.

Importe: 13.999,72 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: PARK ROW DIGITAL S.L.

Importe: 3.500,00 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña nacional)

Adjudicatario: BLUE MEDIA COMUNICACIÓN

Importe: 2.420,00 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña regional)

Adjudicatario: La Verdad Multimedia S.A.

Importe: 73.004,79 €

Tipo licitación: Procedimiento negociado

Objeto del contrato: Difusión (campaña regional)

Adjudicatario: La Opinión de Murcia S.A.U.

Importe: 39.000,00 €

Tipo licitación: Procedimiento negociado

Objeto del contrato: Difusión (campaña regional)

Adjudicatario: Radio Popular S.A,

Importe: 65.973,15 €

Tipo licitación: Procedimiento negociado

Objeto del contrato: Difusión (campaña regional)

Adjudicatario: Radio Murcia S.A.

Importe: 42.498,60 €

Tipo licitación: Procedimiento negociado

Objeto del contrato: Difusión (campaña regional)

Adjudicatario: Uniprex S.A.U.

Importe: 21.975,80 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña regional)

Adjudicatario: Televisión Murciana S.A.

Importe: 11.250,00 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña regional)

Adjudicatario: Televisión Popular de la Región de Murcia S.A.

Importe: 11.249,16 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña regional)

Adjudicatario: Audiovisual Works Producciones S.L.

Importe: 9.000,00 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña regional)

Adjudicatario: Comarcal Televisión S.L.

Importe: 9.000,00 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña regional)

Adjudicatario: Only Cable S.L.

Importe: 3.333,33 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña regional)

Adjudicatario: Tele Caravaca S.L.

Importe: 2.250,00 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña regional)

Adjudicatario: La Tribuna del Noroeste S.L.

Importe: 6.374,97 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña regional)

Adjudicatario: EL DIARIO REGIÓN DE MURCIA S.L.

Importe: 6.500,01 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña regional)

Adjudicatario: Rooster Communication, S.L.

Importe: 3.749,94 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña regional)

Adjudicatario: Ediciones Murcia Plaza, S.L.

Importe: 6.000,01 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña regional)

Adjudicatario: ABR Comunicación Empresarial, S.L.

Importe: 3.749,97 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña regional)

Adjudicatario: Excentricidad SEO, S.L.

Importe: 726,00 €

Tipo licitación: Contrato Menor

INSTITUTO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y LAS ARTES

CAMPAÑA

PROGRAMACIÓN CENTROS ICA

Código: 10.09

Descripción: Campañas mediante la que dar a conocer a la ciudadanía las actuaciones y programación de eventos que se celebran en los centros ICA.

Objetivos legales: k) Contribuir a la difusión y mejora de la Región de Murcia y de su patrimonio histórico y cultural.

Ámbito: Sector público

Eje de actuación: 10 - Cultura y Turismo

Medios utilizados: Prensa (papel y digital).

Ámbito de difusión: Región de Murcia.

Público objetivo: General

Observaciones: Campaña incorporada al PCPI 2022.

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: Instituto de las Industrias Culturales y las Artes (ICA)

Importe total de la campaña: 18.573,50

Objeto del contrato: Difusión

Partida presupuestaria: 15.01.00.421A.440.08

Tipo licitación: Contrato menor

Importe: 17.847,50 €

Adjudicatario: ADC ALTERNATIVAS DE COMUNICACIÓN, SL

Objeto del contrato: Difusión

Partida presupuestaria: 15.01.00.421A.440.08

Tipo licitación: Contrato menor

Importe: 726,00 €

Adjudicatario: LAURA ÁLVAREZ DE CIENFUEGOS BALLESTEROS (Guía GO)

SOPORTES CAMPAÑA

Medio	Soporte
03 Prensa (papel)	La Verdad
03 Prensa (papel)	La Opinión
04 Prensa (digital)	La Opinión
04 Prensa (digital)	Murcia Plaza
04 Prensa (digital)	Murcia Diario
08 Revistas	La guía GO



CAMPAÑAS

RESTO DEL SECTOR PÚBLICO

FUNDACIÓN PARA LA FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SANITARIAS

CAMPAÑA

ESCUELA DE SALUD

Código: 02.08

Descripción: Campaña para concienciar a los adolescentes y jóvenes sobre la importancia de romper su silencio y pedir ayuda ante la vivencia de situaciones con malestar a nivel psicoafectivo, así como dar a conocer los recursos disponibles para el afrontamiento de dichas situaciones..

Objetivos legales: e) Anunciar medidas de prevención de riesgos, de orden o seguridad pública o de evitación o reparación de daños que afecten a las personas, su salud o sus bienes, y al medio natural:

Ámbito: Sector público

Eje de actuación: 2 - Salud.

Ámbito de difusión: Región de Murcia

Público objetivo: General

Observaciones: Campaña incorporada al PCPI 2022.

CONTRATACIÓN

Órgano de contratación: FFIS - Convenio suscrito con JANSSEN-CILAG, S.A. para la colaboración en el proyecto de formación titulado "Campaña Difusión Proyecto Prevención Suicidio Juvenil"

Adjudicatario: ADC alternativas de Comunicación

Importe: 16.940,00 €.



EVALUACIÓN EX POST

INTRODUCCIÓN

La Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia establece en su artículo 13 que al informe anual se acompañarán los datos disponibles en relación con la efectividad de las campañas.

Por otra parte, la Autoridad Independiente de Responsabilidad fiscal (AIReF), a raíz de la publicación del informe de evaluación sobre la gestión de la publicidad institucional en la Junta de Castilla y León entre 2014 y 2019, entre sus propuestas de mejora, sugiere fomentar los mecanismos de evaluación en la publicidad institucional.

Por ello y a fin de profesionalizar al máximo este análisis, es por lo que la Dirección General de Comunicación licitó un contrato para llevar a cabo la evaluación y análisis de las campañas de publicidad institucional del año 2022, el cual fue adjudicado a la OJD, empresa de servicios especializada en auditoría de la difusión de los medios con más de 60 años de experiencia en el mercado español y que reúne los requisitos de la Ley de Publicidad vigente al estar formada por anunciantes, agencias y medios

Para realizar dicho análisis se han debido utilizar diferentes metodologías a fin de poder estimar los indicadores de evaluación de cada una de las campañas. Esto se produce ya que algunos de los medios regionales utilizados no cuentan con datos de audiencia/difusión oficiales, sino que son proporcionados por parte de cada editor obtenidos a través de herramientas, empresas o estudios que se los ofrezcan, por lo que ha sido necesario crear un procedimiento que permita, en la medida de lo posible, homogeneizar y hacer comparables todas estas métricas, para poder llevar a cabo la evaluación de las mismas.

Una vez obtenidos estos datos, se ha procedido a deduplicar la audiencia y calcular la cobertura, utilizando para esto la Fórmula Saunbury, que se fundamenta en principios probabilísticos para calcular la cobertura incremental en la planificación publicitaria. Con esta metodología hemos podido calcular Indicadores Clave de Rendimiento (KPI's) como los OTS, GRP y coste por 1000 impactos potenciales (CPM), pudiendo analizar así la eficacia de cada una de las campañas.

Los índices analizados (KPIs) se muestran en la ficha de cada una de las campañas y a continuación se resumen los datos obtenidos en función de distintos parámetros así como unas recomendaciones generales y unas conclusiones finales.

INDICADORES ANALIZADOS

Eficiencia financiera

Uno de los indicadores analizados es la eficiencia financiera que evalúa la relación entre el presupuesto invertido en la campaña y los resultados obtenidos a través del CPM (Coste por Mil Impresiones).

La eficiencia financiera global es positiva, destacando algunas campañas con un bajo CPM que podrían ser priorizadas en futuras estrategias.

Campañas destacadas por su eficiencia:

- PROMOCIÓN DE LA ARTESANÍA: CPM = 0,71 €, la más eficiente de todas las campañas.
- FESTIVAL ESTRENARTE: CPM = 0,95 €, también notablemente eficiente con un impacto sobresaliente.

Alcance y Cobertura

La cobertura mide la proporción de la audiencia objetivo impactada con cada campaña.

Hay varias campañas con cobertura total que muestran una adecuada estrategia de distribución de medios, mientras que aquellas con menor cobertura podrían beneficiarse de una mejor planificación y asignación de recursos. En particular, DÍA DE LA REGIÓN presenta retos específicos debido a su enfoque nacional.

Campañas con cobertura total (100%):

- PROMOCIÓN DE LA ARTESANÍA, PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES, PACTO POR LAS INFRAESTRUCTURAS, RETO DEMOGRÁFICO y FESTIVAL ESTRENARTE

Impacto y Engagement

El impacto combina la cobertura con la frecuencia de exposición (OTS), mientras que el engagement refleja la calidad de la interacción obtenida con la campaña.

En términos generales, el impacto es positivo en la mayoría de las campañas que han sido bien planificadas, pero es conveniente mejorar el engagement en aquellas con menor frecuencia o relevancia para el público.

Campañas con mayor impacto:

- FESTIVAL ESTRENARTE: Impacto de 1.757,42 GRP, lidera por su alta cobertura y frecuencia.
- PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES: Impacto de 1.561,73 GRP, también sobresaliente.

Segmentación y Público Objetivo

La segmentación global es adecuada, definiendo de forma clara el público objetivo al que se quiere impactar. La segmentación efectiva permite dirigir mensajes hacia audiencias específicas con mayor relevancia.

En algunas campañas sería conveniente definir mejor sus audiencias para poder maximizar su efectividad.

Ejemplos destacados:

- PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES: Excelente segmentación hacia poblaciones de trabajadores en activo.
- FESTIVAL ESTREARTE: Buena adaptación a una audiencia específica joven y cultural.

Impactos potenciales

Reflejan la cantidad total de interacciones posibles generadas.

Campañas con más impactos potenciales:

- PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES: 19,7 millones de contactos potenciales, la más destacada.
- PROMOCIÓN DE LA ARTESANÍA: 17,2 millones de contactos, también sobresaliente.

RECOMENDACIONES GENERALES

1. Presupuestos:

Priorizar en la planificación de las campañas aquellos criterios que resultan altamente eficientes como los utilizados para las campañas PROMOCIÓN DE LA ARTESANÍA, PACTO POR LAS INFRAESTRUCTURAS, ESCUELAS OFICIALES DE IDIOMAS y FESTIVAL ESTREARTE.

2. Cobertura:

Intentar que todas las campañas al ejecutarse alcancen al menos un 90% de su público objetivo.

3. Engagement:

Habría que considerar la utilización de mensajes más personalizados y relevantes para incrementar la interacción en campañas de bajo impacto.

4. Segmentación:

Conviene mejorar la identificación y el enfoque hacia audiencias específicas, especialmente en las campañas como DÍA DE LA REGIÓN y CONTRA EL RACISMO Y LA XENOFOBIA.

5. Planificación de Medios:

Estudiar la diversificación de los canales para maximizar el impacto.

Se recomienda, de forma general, priorizar el uso de soportes que cuenten con datos de audiencia y difusión de fuentes consensuadas del mercado auditadas, garantizando una mayor transparencia y precisión en la planificación y evaluación de las campañas.

A destacar los resultados inferiores a la media en el caso de la campaña del DÍA DE LA REGIÓN, cuya evaluación debe considerar su carácter nacional (a diferencia del resto de campañas que son de ámbito regional) por lo que la población objetivo a alcanzar es mucho mayor (40 millones) lo que dificulta su distribución dentro de un presupuesto limitado. Así, a pesar de conseguir un gran número de impactos, en términos porcentuales es inferior a otras dado el amplio número de público a impactar.

CONCLUSIONES

El análisis de las campañas publicitarias institucionales de 2022 refleja un esfuerzo significativo en la difusión de mensajes clave para la población, con un impacto positivo en términos de cobertura, eficiencia y alcance. A lo largo del año, se han implementado estrategias diversas que han permitido llegar a audiencias amplias y generar un alto nivel de exposición.

1. Cobertura y Alcance

Se ha logrado una cobertura amplia en la mayoría de las campañas, con un porcentaje alto de impacto en la población objetivo. Muchas de ellas han alcanzado el 100% de su audiencia esperada, lo que demuestra una adecuada planificación y selección de medios. A su vez, algunas campañas con coberturas ligeramente inferiores han conseguido resultados satisfactorios en su difusión, con oportunidades de mejora en la optimización de recursos para maximizar su presencia en la población objetivo.

2. Impacto y Frecuencia de Exposición

Las campañas han registrado un buen nivel de impactos potenciales, con OTS (Oportunidades de Ser Visto) adecuados que garantizan una repetición del mensaje suficiente para reforzar su recuerdo. Algunas han alcanzado una alta intensidad

publicitaria (GRP elevado), lo que sugiere una buena estrategia de medios en cuanto a frecuencia y penetración. En el futuro, se podría seguir optimizando la distribución para aumentar la frecuencia en aquellas campañas que lo requieran y reforzar el impacto en grupos de interés estratégico.

3. Eficiencia Financiera

Se observa una buena relación entre el presupuesto invertido y el impacto logrado en muchas de las campañas, con CPM (Coste por Mil) optimizados para maximizar la cobertura con la menor inversión posible. Algunas campañas han destacado por su eficiencia, alcanzando un alto número de impactos a un coste muy reducido. Es recomendable seguir potenciando estas estrategias en futuras planificaciones, asegurando un equilibrio entre inversión y alcance.

Se recomienda:

- Reforzar la frecuencia de exposición en aquellas campañas con menor OTS para mejorar la recordación del mensaje.
- Aprovechar los formatos y canales con mejor rendimiento y eficiencia.
- Potenciar la segmentación de audiencias para asegurar que los mensajes lleguen con precisión a los grupos de interés.
- Utilizar medios con datos de audiencia auditados para garantizar la transparencia y la efectividad en la difusión de los mensajes institucionales.

En conclusión, el balance de las campañas publicitarias institucionales de 2022 es positivo, reflejando una estrategia bien estructurada que ha permitido maximizar el impacto con recursos bien gestionados.

La diversidad de formatos, la adecuada selección de medios y la eficiencia en la inversión han sido factores clave para el éxito de las iniciativas de comunicación institucional. Siguiendo las recomendaciones de optimización, se podrá continuar fortaleciendo la estrategia de difusión de los mensajes, logrando una mayor cobertura, impacto y eficiencia en las campañas futuras.

