

INFORME

2 PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL 2 3



---

<b>01</b>	INTRODUCCIÓN
<b>01</b>	CAMPAÑAS PUBLICITARIAS REALIZADAS
<b>03</b>	CAMPAÑAS DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL
<b>100</b>	CAMPAÑAS DE ORGANISMOS PÚBLICOS
<b>122</b>	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**.

## CAMPAÑAS PUBLICITARIAS REALIZADAS

A lo largo de **2023** se realizaron un total de **31 campañas de publicidad institucional**, de las cuales 28 correspondieron a la Administración General y 3 al resto del sector público.

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.



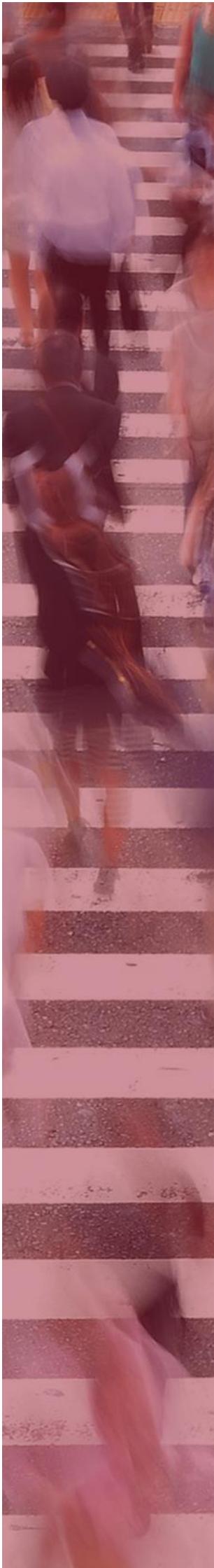
En cuanto a la distribución por ejes, el **mayor número de campañas** correspondió a **Empleo y Economía con 9**, seguido del eje **Políticas Sociales con 6 campañas, y el eje Salud con 5**.

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 2023.

A continuación se relacionan las campañas llevadas a cabo a lo largo de 2023, 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

# PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

---

**Código PCPI:** 01.01

**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, Economía Social y Autónomos.

**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 1: Empleo y Economía.

**Periodo de realización:** Del 24/03/23 al 10/12/23.

**Medios utilizados:** Televisión, Radio, Prensa impresa, Prensa digital, Redes sociales, Exterior y Otros.

**Ámbito de difusión:** Región de Murcia.

**Público objetivo:** General.

## CONTRATACIÓN

---

**Órgano de contratación:** Dirección General de Comunicación – Consejería de Presidencia, Portavocía y Acción Exterior.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe total de la campaña:** 3.146,00 €

**Adjudicatario:** Ediciones Murcia Plaza S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe total de la campaña:** 687,28 €

**Adjudicatario:** Comarcal Televisión Lorca S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 406,56 €

**Adjudicatario:** Onlycable S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 228,69 €

**Adjudicatario:** Telecaravaca S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 902,66 €

**Adjudicatario:** Televisión Murciana S.A.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 338,80 €

**Adjudicatario:** Audiovisual Works Producciones S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 907,50 €

**Adjudicatario:** Rooster Communication S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 907,50 €

**Adjudicatario:** ABR Comunicación Empresarial S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 1.652,33 €

**Adjudicatario:** Audiovisual Española 2000 S.A.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 907,50 €

**Adjudicatario:** Excentricidad SEO S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Mejor oferta

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 3.388,00 €

**Adjudicatario:** Toyco Comunicación S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 7.145,05 €

**Adjudicatario:** Indicativo S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 3.648,15 €

**Adjudicatario:** Artexterior S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 3.932,52 €

**Adjudicatario:** Murpro S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 1.358,83 €

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

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 217,80 €

**Adjudicatario:** Fibraworld Telecom S.A.U.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 11.853,98 €

**Adjudicatario:** Radio Popular S.A.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 11.109,98 €

**Adjudicatario:** Radio Murcia S.A.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 7.082,61 €

**Adjudicatario:** Uniprex S.A.U.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 3.993,00 €

**Adjudicatario:** El Diario Región de Murcia S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 3.025,00 €

**Adjudicatario:** Obelisco Digital S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 3.513,84 €

**Adjudicatario:** Prisa Media S.A.U.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 1.936,00 €

**Adjudicatario:** Titania Compañía Editorial S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 3.025,00 €

**Adjudicatario:** Unidad Editorial S.A.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 1.936,00 €

**Adjudicatario:** Alayans Media S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 1.936,00 €

**Adjudicatario:** Dos Mil Palabras S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 1.936,00 €

**Adjudicatario:** Comercial Multimedia Vocento S.A.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 1.936,00 €

**Adjudicatario:** Audiovisual Española 2000 S.A.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 18.150,00 €

**Adjudicatario:** Avante Comunicación S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 11.076,34 €

**Adjudicatario:** Art exterior, S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 7.136,58 €

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

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe total de la campaña:** 8.820,90 €

**Adjudicatario:** La Verdad Multimedia S.A.

**Objeto del contrato:** Creatividad

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.227.09

**Importe:** 17.726,50 €

**Adjudicatario:** José Ángel Sánchez Centeno

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe total de la campaña:** 605,00 €

**Adjudicatario:** Salvador Jiménez López

## INVERSIÓN POR MEDIOS (1ª y 2ª OLEADA)

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	7	4.140,63 €	3 %
02 Radio	3	30.046,57 €	21 %
03 Prensa impresa	3	17.609,81 €	13 %
04 Prensa digital	16	39.801,74 €	28 %
05 Redes sociales	4	8.470,00 €	6 %
07 Exterior	2	29.190,06 €	21 %
08 Otros	1	10.890,00 €	8 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES (1ª Y 2ª OLEADA)

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Tele Caravaca	228,70 €
01 Televisión	Tele Cartagena	406,56 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	338,80 €
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	687,28 €
01 Televisión	Televisión Murciana	902,66 €
01 Televisión	Popular TV	1.358,83 €
01 Televisión	Tele Yecla	217,80 €
02 Radio	Onda Cero	7.082,61 €
02 Radio	Cadena SER	11.109,98 €
02 Radio	Cadena COPE	11.853,98 €
03 Prensa impresa	La Opinión	7.136,58 €
03 Prensa impresa	La Verdad	8.820,90 €

<b>Medio</b>	<b>Soporte</b>	<b>Importe</b>
<b>03 Prensa impresa</b>	La Razón	1.652,33 €
<b>04 Prensa digital</b>	La Verdad	5.190,90 €
<b>04 Prensa digital</b>	La Opinión	4.900,50 €
<b>04 Prensa digital</b>	Murcia Noticias	907,50 €
<b>04 Prensa digital</b>	MurciaEconomia.com	907,50 €
<b>04 Prensa digital</b>	MurciaDiario.com	907,50 €
<b>04 Prensa digital</b>	MurciaPlaza.com	3.146,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	ElDiario.es	3.993,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	La Razón	1.936,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	El Español	3.025,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	El País	3.513,84 €
<b>04 Prensa digital</b>	El Confidencial	1.936,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	El Mundo	3.025,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	20 Minutos	1.936,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	OK Diario	1.936,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	ABC	1.936,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	La Actualidad	605,00 €
<b>05 Redes sociales</b>	Facebook + Instagram	3.630,00 €
<b>05 Redes sociales</b>	Youtube	2.420,00 €
<b>05 Redes sociales</b>	Spotify	2.420,00 €
<b>07 Exterior</b>	Mupis	11.076,34 €
<b>07 Exterior</b>	Vallas publicitarias	18.113,72 €
<b>08 Otros</b>	Compra Programática	10.890,00 €

### **KPIs (1ª OLEADA)**

<b>Población objetivo</b>	1.531.878
<b>Cobertura</b>	1.531.311
<b>% Cobertura</b>	99,96 %
<b>Contactos potenciales</b>	7.673.913
<b>OTS</b>	5.01
<b>GRP</b>	500.95
<b>CPM</b>	5,34 €
<b>Importe medios campaña</b>	40.970,16 €
<b>Importe (IVA incluido)</b>	49.574,86 €

### **KPIs (2ª OLEADA)**

<b>Población objetivo</b>	1.531.878
<b>Cobertura</b>	1.531.876
<b>% Cobertura</b>	100 %
<b>Contactos potenciales</b>	13.069.172
<b>OTS</b>	8,53
<b>GRP</b>	853,15
<b>CPM</b>	5,72 €
<b>Importe medios campaña</b>	74.854,50 €
<b>Importe (IVA incluido)</b>	90.573,95 €

# LA SEGURIDAD DE CAMINO AL TRABAJO ES MUY IMPORTANTE

Perder la vida en la carretera está en juego.



Prevención de riesgos laborales

Haz que lo importante no esté en juego.



# EL ARNÉS ES MUY IMPORTANTE

Una discapacidad permanente está en juego.



Prevención de riesgos laborales  
Haz que lo importante no esté en juego.



## CAMPAÑA

# DEDUCCIONES IRPF

---

**Código PCPI:** 01.02

**Descripción:** Ante la próxima campaña del IRPF informar a los contribuyentes cuya residencia esté en la Región de Murcia acerca de las posibles deducciones fiscales a aplicarse en su próxima declaración de la renta.

**Proponente:** Consejería de Economía, Hacienda y Administración Digital.

**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 1: Empleo y Economía

**Periodo de realización:** Del 28/03/23 al 03/04/23

**Medios utilizados:** Televisión, radio, prensa impresa, 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, Juventud, Deportes y Portavocía.

**Objeto del contrato:** Difusión.

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 17.655,35 €

**Adjudicatario:** Murpro S.L.

**Objeto del contrato:** Creatividad

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.227.09

**Importe:** 5.445,00 €

**Adjudicatario:** Playroom Comunicación S.L

## INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	7	2.149,81 €	13 %
02 Radio	3	8.680,75 €	51 %
03 Prensa impresa	2	1.920,27 €	11 %
04 Prensa digital	4	2.994,75 €	18 %
05 Redes sociales	3	1.149,50 €	7 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Tele Caravaca	68,61 €
01 Televisión	Tele Yecla	108,90 €
01 Televisión	Tele Cartagena	135,52 €
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	440,44 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	855,47 €
01 Televisión	Televisión Murciana	203,28 €
01 Televisión	Popular TV	337,59 €
02 Radio	Onda Cero	1.662,90 €
02 Radio	Cadena COPE	3.775,35 €
02 Radio	Cadena SER	3.242,50 €
03 Prensa impresa	La Opinión	770,77 €
03 Prensa impresa	La Verdad	1.149,50 €
04 Prensa digital	La Opinión	1.089,00 €
04 Prensa digital	La Verdad	1.179,75 €

Medio	Soporte	Importe
04 Prensa digital	Libertad Digital	363,00 €
04 Prensa digital	Murcia Plaza	363,00 €
05 Redes sociales	Facebook + Instagram	484,00 €
05 Redes sociales	Spotify	302,50 €
05 Redes sociales	Youtube	363,00 €

## KPIs

Población objetivo	1.190.632
Cobertura	1.182.677
% Cobertura	99,33 %
Contactos potenciales	4.255.801
OTS	3,60
GRP	357,44
CPM	3,28 €
Importe medios campaña	13.962,88 €
Importe (IVA incluido)	16.895,08 €

Región de Murcia

*En la Región de Murcia,*  
**- impuestos**  
**+ beneficios**

En la Región de Murcia tenemos + sol, + calidad de vida y ahora + beneficios fiscales. Por ser madre trabajadora, por alquilar una vivienda, por comprar material escolar y libros o por apoyar la cultura y la investigación.

Si vives en la Región de Murcia, benefícate de hasta 15 deducciones autonómicas en tu declaración de la renta.

Infórmate en [carm.es](http://carm.es)

## CAMPAÑA

# AYUDAS COMERCIO

---

**Código PCPI:** 01.03

**Descripción:** Informar acerca de la ampliación del plazo para optar a una ayuda de 600 euros dirigida a comerciantes minoristas autónomos con menos de dos trabajadores.

**Proponente:** Consejería de Economía, Hacienda y Administración Digital

**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 1: Empleo y Economía

**Periodo de realización:** Del 22/04/23 al 05/05/23

**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, Juventud, Deportes y Portavocía.

**Objeto del contrato:** Difusión.

**Adjudicatario:** Proyectos de Innovación Babyskool S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 17.008,85 €

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

## INVERSIÓN POR MEDIOS

---

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	7	2.039,33 €	12 %
02 Radio	3	8.325,40 €	51 %
04 Prensa digital	8	5.030,50 €	31 %

## INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
05 Redes sociales	3	968,00 €	6 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Tele Caravaca	137,21 €
01 Televisión	Tele Yecla	217,80 €
01 Televisión	Tele Cartagena	271,04 €
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	566,28 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	338,80 €
01 Televisión	Televisión Murciana	174,24 €
01 Televisión	Popular TV	333,96 €
02 Radio	Onda Cero	1.610,63 €
02 Radio	Cadena COPE	3.491,33 €
02 Radio	Cadena SER	3.223,44 €
04 Prensa digital	Murcia Noticias	363,00 €
04 Prensa digital	Libertad Digital	363,00 €
04 Prensa digital	Murcia Plaza	726,00 €
04 Prensa digital	MurciaEconomia.com	363,00 €
04 Prensa digital	MurciaDiario.com	363,00 €
04 Prensa digital	ElDiario.es	484,00 €
04 Prensa digital	La Opinión	1.098,00 €
04 Prensa digital	La Verdad	1.270,50 €

<b>Medio</b>	<b>Soporte</b>	<b>Importe</b>
05 Redes sociales	Youtube	363,00 €
05 Redes sociales	Spotify	242,00 €
05 Redes sociales	Facebook + Instagram	363,00 €

## KPIs

<b>Población objetivo</b>	1.102.631
<b>Cobertura</b>	1.102.631
<b>% Cobertura</b>	100 %
<b>Contactos potenciales</b>	7.280.358
<b>OTS</b>	6,60
<b>GRP</b>	660,27
<b>CPM</b>	1,86 €
<b>Importe medios campaña</b>	13.523,33 €
<b>Importe (IVA incluido)</b>	16.363,23 €

**AYUDAS PARA AUTÓNOMOS  
COMERCIO MINORISTA**

**600€**

Solicítala antes del 5 de mayo

Región de Murcia

## CAMPAÑA

# BRECHA SALARIAL

---

**Código PCPI:** 01.04

**Descripción:** Promover la eliminación de la brecha salarial promocionando la política de igual retribución por trabajo e igual valor entre hombres y mujeres.

**Proponente:** Consejería de Empresa, Economía Social y Autónomos

**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 1: Empleo y Economía

**Periodo de realización:** Del 29/11/23 al 27/12/23.v

**Medios utilizados:** Televisión, prensa digital, Redes Sociales y Otros.

**Ámbito de difusión:** Región de Murcia

**Público objetivo:** General

## CONTRATACIÓN

---

**Órgano de contratación:** Dirección General de Comunicación – Consejería de Presidencia, Portavocía y Acción Exterior

**Objeto del contrato:** Creatividad

**Adjudicatario:** Taller de Técnicas Creativas S.L.U.

**Importe:** 726,00 €

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.227.09

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Objeto del contrato:** Difusión.

**Adjudicatario:** Spotremedia S.L.

**Importe:** 18.150,00 €

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Objeto del contrato:** Difusión.

**Adjudicatario:** Portavoz Comunicaciones Integradas S.L.

**Importe:** 11.530,09 €

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

## INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	7	2.539,79 €	10 %
04 Prensa digital	10	7.840,80 €	30 %
05 Redes Sociales	2	4.138,20 €	16 %
06 Otros	1	11.495,00 €	44 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Tele Caravaca	98,01 €
01 Televisión	Tele Yecla	108,90 €
01 Televisión	Tele Cartagena	406,56 €
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	474,32 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	484,00 €
01 Televisión	Televisión Murciana	484,00 €
01 Televisión	Popular TV	484,00 €
04 Prensa digital	Libertad Digital	968,00 €
04 Prensa digital	La Razón	968,00 €
04 Prensa digital	ElDiario.es	968,00 €
04 Prensa digital	El Español	968,00 €
04 Prensa digital	Murcia Noticias	350,90 €
04 Prensa digital	MurciaDiario.com	181,50 €

<b>Medio</b>	<b>Soporte</b>	<b>Importe</b>
04 Prensa digital	MurciaEconomia.com	290,40 €
04 Prensa digital	Murcia Plaza	968,00 €
04 Prensa digital	La Opinión	1.089,00 €
04 Prensa digital	La Verdad	1.089,00 €
05 Redes sociales	Spotify	1.899,70 €
05 Redes sociales	Youtube	2.238,50 €
06 Otros	RTB (Real Time Biding)	11.495,00 €

## KPIs

<b>Población objetivo</b>	1.262.399
<b>Cobertura</b>	1.261.076
<b>% Cobertura</b>	99,90 %
<b>Contactos potenciales</b>	4.932.001
<b>OTS</b>	3,91
<b>GRP</b>	390,68
<b>CPM</b>	4,36 €
<b>Importe medios campaña</b>	21.499,00 €
<b>Importe (IVA incluido)</b>	26.013,79 €



## CAMPAÑA

# ARTESANÍA REGION DE MURCIA

---

**Código PCPI:** 01.05

**Descripción:** La promoción de la marca "Artesanía de la Región de Murcia" así como de los Centros regionales de Artesanía.

**Proponente:** Consejería de Empresa, Empleo, Universidades y Portavocía

**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 1: Empleo y Economía

**Periodo de realización:** Del enero a diciembre

**Medios utilizados:** Televisión, Cine y Otros.

**Ámbito de difusión:** Región de Murcia

**Público objetivo:** General

## CONTRATACIÓN

---

**Órgano de contratación:** Dirección General de Impulso al Comercio, Innovación Empresarial e Industrias y Oficios Artesanales – Consejería de Empresa, Empleo, Universidades y Portavocía.

**Objeto del contrato:** Difusión.

**Adjudicatario:** Metropolitan y Podcast S. Coop.

**Partida presupuestaria:** 16.04.00.724B.649.00

**Importe:** 5.445,00 €

**Objeto del contrato:** Difusión.

**Adjudicatario:** Popular TV Región de Murcia

**Partida presupuestaria:** 16.04.00.724B.649.00

**Importe:** 3.872,00 €

**Objeto del contrato:** Difusión.

**Adjudicatario:** Carceserna.

**Partida presupuestaria:** 16.04.00.724B.649.00

**Importe:** 16.940,00 €

## INVERSIÓN POR SOPORTES

---

<b>Medio</b>	<b>Soporte</b>	<b>Importe</b>
<b>01 Televisión</b>	Popular TV	3.872,00 €
<b>06 Cine</b>	Carceserna	16.940,00 €
<b>08 Otros</b>	Metropolitan	5.445,00 €

## CAMPAÑA

# PROMOCIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO

---

**Código PCPI:** 01.06

**Descripción:** Promocionar las compras en el pequeño comercio en la campaña de verano y la de navidad.

**Proponente:** Consejería de Empresa, Empleo, Universidades y Portavocía

**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 1: Empleo y Economía

**Medios utilizados:** Radio.

**Ámbito de difusión:** Región de Murcia

**Público objetivo:** General

## CONTRATACIÓN

---

**Órgano de contratación:** Dirección General de Impulso al Comercio, Innovación Empresarial e Industrias y Oficios Artesanales – Consejería de Empresa, Empleo, Universidades y Portavocía.

**Objeto del contrato:** Creatividad y difusión (Navidad).

**Adjudicatario:** Agencia de publicidad, 20 Monos, S.L.

**Partida presupuestaria:** 16.05.00.622A.649.00

**Importe:** 18.131,85 €

**Objeto del contrato:** Creatividad y difusión (Verano).

**Adjudicatario:** Agencia de publicidad, 20 Monos, S.L.

**Partida presupuestaria:** 16.05.00.622A.649.00

**Importe:** 14.701,50 €

## CAMPAÑA

# DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

---

**Código PCPI:** 01.07

**Descripción:** Conmemoración del 15 de marzo, Día Mundial de los Derechos de los Consumidores y Usuarios, que fue instituido en 1983 por la ONU, después del discurso que dió el presidente de los Estados Unidos, John F. Kennedy el 15 de marzo de 1962

**Proponente:** Consejería de Empresa, Empleo, Universidades y Portavocía

**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 1: Empleo y Economía

**Medios utilizados:** Radio y redes sociales.

**Ámbito de difusión:** Región de Murcia

**Público objetivo:** General

## CONTRATACIÓN

---

**Órgano de contratación:** Dirección General de Consumo – Consejería de Empresa, Empleo, Universidades y Portavocía.

**Objeto del contrato:** Creatividad y difusión.

**Adjudicatario:** BEE SOCIAL, S.L.

**Importe:** 10.357,60 €

**Objeto del contrato:** Difusión

**Adjudicatario:** Uniprex SA

**Importe:** 995,90 €

**Objeto del contrato:** Difusión

**Adjudicatario:** Radio Murcia SA

**Importe:** 3.025,00 €

## CAMPAÑA

# AGRESIONES A SANITARIOS

---

**Código PCPI:** 02.01

**Descripción:** Concienciar a la población sobre las agresiones a trabajadores sanitarios a fin de reducir estos actos violentos a través del respeto.

**Proponente:** Consejería de Salud

**Objetivos legales:** c) Fomentar actitudes y comportamientos cívicos en la ciudadanía con relación a bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento del empleo y otros de naturaleza equivalente.

**Ámbito:** Administración general.

**Eje de actuación:** Eje 2: Salud.

**Periodo de realización:** Del 06/03/23 al 19/03/23.

**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, Juventud, Deportes y Portavocía.

**Objeto del contrato:** Difusión.

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 17.103,35 €

**Adjudicatario:** Proyectos de Innovación Babyskool S.L.

## INVERSIÓN POR MEDIOS

---

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	7	1.725,21 €	10%
02 Radio	6	11.947,77 €	73%
03 Prensa impresa	2	2.775,74 €	17 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Tele Caravaca	98,01 €
01 Televisión	Tele Yecla	108,90 €
01 Televisión	Tele Cartagena	145,20 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	217,80 €
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	338,80 €
01 Televisión	Televisión Murciana	426,88 €
01 Televisión	Popular TV	389,62 €
02 Radio	Cadena 100	2.071,52 €
02 Radio	Cadena Dial	1.707,00 €
02 Radio	Los 40	1.707,00 €
02 Radio	Onda Cero	1.376,49 €
02 Radio	Cadena COPE	2.803,09 €
02 Radio	Cadena SER	2.282,67 €
03 Prensa impresa	La Opinión	1.202,74 €
03 Prensa impresa	La Verdad	1.573,00 €

## KPIs

Población objetivo	1.262.399
Cobertura	1.227.405
% Cobertura	97,23 %
Contactos potenciales	3.534.366
OTS	2,88

## KPIs

GRP	279,97
CPM	3,85 €
Importe medios campaña	13.593,98 €
Importe (IVA incluido)	16.448,72 €



## CAMPAÑA

# PREVENCIÓN DEL SUICIDIO

---

**Código PCPI:** 02.02

**Descripción:** Concienciar a la población acerca de la gravedad del fenómeno del suicidio, especialmente entre los jóvenes, y favorecer la prevención, así como de la necesidad de visibilizar un problema que a menudo pasa desapercibido y cuyo alarmante aumento se viene detectando en los últimos años.

**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 20/03/23 al 02/04/23.

**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, Juventud, Deportes y Portavocía.

**Objeto del contrato:** Difusión.

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 17.103,35 €

**Adjudicatario:** Ignacio de Lara Carbajal.

## INVERSIÓN POR MEDIOS

---

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	2	1.176,12 €	9 %

## INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
02 Radio	3	6.383,84 €	47 %
03 Prensa impresa	3	4.153,13 €	30 %
05 Redes Sociales	2	1.936,00 €	14 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	619,52 €
01 Televisión	Popular TV Región de Murcia	556,60 €
02 Radio	Europa FM	888,62 €
02 Radio	Cadena 100	2.081,20 €
02 Radio	Los 40	3.414,02 €
03 Prensa impresa	La Opinión	1.202,74 €
03 Prensa impresa	La Razón	1.377,39 €
03 Prensa impresa	La Verdad	1.573,00 €
05 Redes Sociales	Youtube	726,00 €
05 Redes Sociales	Facebook + Instagram	1.210,00 €

## KPIs

Población objetivo	1.190.632
Cobertura	1.091.778
% Cobertura	91,70 %
Contactos potenciales	2.314.420

## KPIs

OTS	2,12
GRP	194,39
CPM	4,87 €
Importe medios campaña	11.280,24 €
Importe (IVA incluido)	13.649,09 €

**GRITA**

me siento sola  
mi vida ahora no tiene sentido  
no quiero ver a nadie  
no logro superarlo  
no encuentro el camino  
me acosan  
necesito ayuda

Si escuchas las señales,  
**compártelas,**  
con tu familia,  
amigos, profesores,  
profesional sanitario...

Y si no te oímos,  
pide ayuda...  
**GRITA.**

**#grita**

TELÉFONOS 24 H / 365 DÍAS

024  
Teléfono de atención a la conducta suicida

968 34 34 00  
Teléfono de la Esperanza de la Región de Murcia

112  
En caso de emergencia

CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DEL SUICIDIO JUVENIL

COLABORAN

Región de Murcia

FBI

janssen

IMIB

## CAMPAÑA

# ATENCIÓN PRIMARIA

---

**Código PCPI:** 02.03

**Descripción:** Informar de las novedades que se van a implantar en el sistema regional de salud próximamente, así como concienciar a la población acerca de la importancia que tiene cuidar de nuestro sistema de atención primaria.

**Proponente:** Consejería de Salud

**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 2: Salud

**Periodo de realización:** Del 02/03/23 al 02/04/23

**Medios utilizados:** Televisión, radio, prensa impresa, 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, Juventud, Deportes y Portavocía.

**Objeto del contrato:** Creatividad

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.227.09

**Importe:** 7.865,00 €

**Adjudicatario:** Aka Estudio Creativo S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 17.591,97 €

**Adjudicatario:** Murpro S.L.

## INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	7	2.383,29 €	14 %
02 Radio	3	7.502,57 €	45 %
03 Prensa impresa	2	1.942,05 €	12 %
04 Prensa digital	8	4.162,40 €	25 %
05 Redes sociales	2	847,00 €	5 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Tele Caravaca	137,21 €
01 Televisión	Tele Yecla	108,90 €
01 Televisión	Tele Cartagena	271,46 €
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	670,24 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	855,47 €
01 Televisión	Televisión Murciana	145,20 €
01 Televisión	Popular TV	194,81 €
02 Radio	Onda Cero	1.176,21 €
02 Radio	Cadena COPE	3.491,33 €
02 Radio	Cadena SER	2.835,03 €
03 Prensa impresa	La Opinión	711,48 €
03 Prensa impresa	La Verdad	1.230,57 €
04 Prensa digital	Libertad Digital	363,00 €
04 Prensa digital	Murcia Noticias	181,50 €
04 Prensa digital	Murcia Plaza	363,00 €

Medio	Soporte	Importe
04 Prensa digital	Murcia Economía	121,00 €
04 Prensa digital	MurciaDiario.com	181,50 €
04 Prensa digital	ElDiario.es	302,50 €
04 Prensa digital	La Opinión	1.197,90 €
04 Prensa digital	La Verdad	1.452,00 €
05 Redes sociales	Facebook+Instagram	484,00 €
05 Redes sociales	Youtube	363,00 €

## KPIs

Población objetivo	1.102.631
Cobertura	1.089.723
% Cobertura	98,83 %
Contactos potenciales	3.792.517
OTS	3,48
GRP	343,95
CPM	3,67 €
Importe medios campaña	13.915,13 €
Importe (IVA incluido)	16.837,31 €



## CAMPAÑA

# MOSQUITO TIGRE

---

**Código PCPI:** 02.04

**Descripción:** Concienciar a la población acerca de las medidas a tomar enfocadas a evitar los acúmulos de agua que puedan servir de focos de cría del mosquito y/o realizar tratamientos adecuados.

**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 10/07/23 al 10/09/23

**Medios utilizados:** 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, Juventud, Deportes y Portavocía.

**Objeto del contrato:** Creatividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.227.09

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Importe:** 2.722,50 €

**Adjudicatario:** Enblanco OEAR

**Objeto del contrato:** Difusión.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración.

**Adjudicatario:** Portavoz Comunicaciones Integradas S.L.

**Importe:** 10.043,00 € (este importe corresponde a la difusión en redes sociales de tres campañas de manera proporcional: Mosquito Tigre, Plan Copla y Plan Infomur)

## INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
05 Redes sociales	2	2.331,00 €	100 %

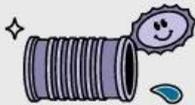
## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
05 Redes sociales	Youtube	333,00 €
05 Redes sociales	Spotify	666,00 €
05 Redes sociales	Instagram	666,00 €
05 Redes sociales	Facebook	666,00 €

## KPIs

Población objetivo	1.190.632
Cobertura	1.034.517
% Cobertura	86,89 %
Contactos potenciales	1.216.471
OTS	1,18
GRP	102,17
CPM	1,58 €
Importe medios campaña	1.926,45 €
Importe (IVA incluido)	2.331,00 €

# AL MOSQUITO TIGRE NO LE BAILES EL AGUA



RETÍRALA



LÍMPIALA



CÁMBIALA



VACÍALA



## CAMPAÑA

# VACUNACIÓN DE LA GRIPE

---

**Código PCPI:** 02.05

**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.), así como de acompañarla con la de la COVID en aquellos casos que así se aconseje.

**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 30/10/23 al 12/11/23

**Medios utilizados:** Televisión, radio y prensa digital.

**Ámbito de difusión:** Región de Murcia

**Público objetivo:** General

## CONTRATACIÓN

---

**Órgano de contratación:** Consejería de Presidencia, Portavocía y Acción Exterior – Dirección General de Comunicación.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Importe:** 17.355,60 €

**Adjudicatario:** ADC Alternativas de Comunicación S.L.

## INVERSIÓN POR MEDIOS

---

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	5	2.170,00 €	30 %

## INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
02 Radio	3	8.154,25 €	50 %
04 Prensa digital	8	6.025,80 €	20 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Tele Caravaca	137,20 €
01 Televisión	Tele Yecla	271,04 €
01 Televisión	Tele Cartagena	271,04 €
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	813,12 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	677,60 €
02 Radio	Onda Cero	1.879,06 €
02 Radio	Cadena COPE	2.610,93 €
02 Radio	Cadena SER	3.664,26 €
04 Prensa digital	Libertad Digital	605,00 €
04 Prensa digital	ElDiario.es	605,00 €
04 Prensa digital	La Razón	605,00 €
04 Prensa digital	El Español	605,00 €
04 Prensa digital	LaActualidad.com	605,00 €
04 Prensa digital	Siete Días Yecla	605,00 €
04 Prensa digital	La Opinión	1.197,90 €
04 Prensa digital	La Verdad	1.197,90 €

## KPIs

Población objetivo	1.262.399
Cobertura	1.262.377
% Cobertura	100 %
Contactos potenciales	7.226.594
OTS	5,72
GRP	572,45
CPM	1,87 €
Importe medios campaña	13.512,44 €
Importe (IVA incluido)	16.350,05 €

**¡QUE NO SE TE OLVIDE!**

**LA VACUNA  
LO CAMBIA TODO**

Este grupo tiene que recibir vacunación contra la **GRUPE**

Niños y niñas de 6 a 59 meses de edad.

Estos grupos tienen que recibir vacunación contra la **COVID-19 y GRUPE**

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

**Vacuna Gripe 2023**

**Vacuna COVID-19 2023**

Y además, si tienes entre 65 y 80 años revisa tu vacunación frente a neumonía o si eres nacido en 1968 revisa tu vacunación frente a herpes zóster.

**La vacuna es gratuita.**  
Infórmate en tu centro de salud o puesto de vacunación habitual.

Región de Murcia

#YoMeVacunoRM

## CAMPAÑA PREAR

---

**Código PCPI:** 03.01

**Descripción:** Informar acerca de la posibilidad que tienen los trabajadores con experiencia y que no disponen de cualificación, de obtener esta mediante el PREAR.

**Proponente:** Consejería de Educación, Formación Profesional y Empleo.

**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 27/03/23 al 03/04/23

**Medios utilizados:** Redes sociales y otros.

**Ámbito de difusión:** Región de Murcia

**Público objetivo:** General

## CONTRATACIÓN

---

**Órgano de contratación:** Consejería de Presidencia, Portavocía y Acción Exterior – Dirección General de Comunicación.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Adjudicatario:** Playroom Comunicación S.L.

**Importe:** 3.509,00 €

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Objeto del contrato:** Creatividad

**Adjudicatario:** Casaú Estudio S.L.

**Importe:** 3.146,00 €

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.227.09

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

## INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
05 Redes sociales	3	1.815,00 €	60 %
06 Otros	1	1.210,00 €	40 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
05 Redes sociales	Facebook+Instagram	1.210,00 €
05 Redes sociales	Youtube	605,00 €
05 Otros	RTB	1.210,00 €

## KPIs

Población objetivo	1.190.632
Cobertura	845.722
% Cobertura	71,03 %
Contactos potenciales	1.082.904
OTS	1,28
GRP	90,95
CPM	2,31 €
Importe medios campaña	2.500,00 €
Importe (IVA incluido)	3.025,00 €



Acredita tu competencia en:

**PELUQUERÍA**  
**TÉCNICO**  
**ARTÍSTICA**

El **PREAR** te ayuda a convertir tu experiencia en un GRADO.



Acredita tu competencia en:

**ACONDICIONAMIENTO**  
**FÍSICO EN SALA DE**  
**ENTRENAMIENTO**  
**POLIVALENTE**

El **PREAR** te ayuda a convertir tu experiencia en un GRADO.



Acredita tu competencia en:

**SOCORRISMO EN**  
**INSTALACIONES**  
**ACUÁTICAS**

El **PREAR** te ayuda a convertir tu experiencia en un GRADO.



## CAMPAÑA

# NOVEDADES CURSO ESCOLAR

---

**Código PCPI:** 03.02

**Descripción:** Informar acerca de las novedades que tendrán lugar de cara al curso 23-24 y más concretamente las referidas la gratuidad de libros de texto, a qué cursos llegará así como el buen uso de este sistema por parte de las familias y los alumnos.

**Proponente:** Consejería de Educación

**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 27/03/23 al 02/04/23

**Medios utilizados:** Televisión, radio, prensa impresa, 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, Juventud, Deportes y Portavocía.

**Objeto del contrato:** Creatividad

**Importe:** 6.655,00 €

**Adjudicatario:** Aka Estudio Creativo S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.227.09

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 17.959,13 €

**Adjudicatario:** Avante Comunicación S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

## INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	5	2.043,32 €	12 %
02 Radio	4	7.953,32 €	48 %
03 Prensa impresa	2	1.942,05 €	12 %
04 Prensa digital	8	3.799,40 €	23 %
05 Redes sociales	3	968,00 €	6 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Tele Caravaca	137,21 €
01 Televisión	Tele Yecla	108,90 €
01 Televisión	Tele Cartagena	271,40 €
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	670,34 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	855,47 €
02 Radio	Kiss FM	453,75 €
02 Radio	Onda Cero	1.173,21 €
02 Radio	Cadena COPE	3.491,33 €
02 Radio	Cadena SER	2.835,03 €
03 Prensa impresa	La Opinión	711,48 €
03 Prensa impresa	La Verdad	1.230,57 €
04 Prensa digital	Libertad Digital	363,00 €
04 Prensa digital	Murcia Noticias	181,50 €
04 Prensa digital	Murcia Plaza	363,00 €
04 Prensa digital	MurciaEconomia.com	121,00 €

<b>Medio</b>	<b>Soporte</b>	<b>Importe</b>
<b>04 Prensa digital</b>	MurciaDiario.com	181,50 €
<b>04 Prensa digital</b>	ElDiario.es	302,50 €
<b>04 Prensa digital</b>	La Opinión	1.089,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	La Verdad	1.197,90 €
<b>05 Redes sociales</b>	Facebook	363,00 €
<b>05 Redes sociales</b>	Spotify	242,00 €
<b>05 Redes sociales</b>	Youtube	363,00 €

## **KPIs**

<b>Población objetivo</b>	1.102.631
<b>Cobertura</b>	1.098.245
<b>% Cobertura</b>	99,60 %
<b>Contactos potenciales</b>	4.568.125
<b>OTS</b>	4,16
<b>GRP</b>	414,29
<b>CPM</b>	3,02 €
<b>Importe medios campaña</b>	13.806,69 €
<b>Importe (IVA incluido)</b>	16.706,09 €

An illustration showing a chain of hands holding books. On the left, a hand in a purple sleeve holds an orange book. In the middle, several orange books are stacked. On the right, a hand in a green sleeve holds a green book. The books are arranged in a semi-circle, suggesting a continuous cycle of sharing.

El próximo curso,  
la ley de gratuidad de libros  
de texto beneficiará al  
alumnado desde 3º de  
Primaria hasta 4º de la ESO  
y FP de grado básico.

Hagamos que esta cadena  
siga funcionando y que más familias  
se beneficien de esta ley.

Acude a la secretaría de tu centro educativo.  
[www.educarm.es/banco-libros](http://www.educarm.es/banco-libros)

Región  de Murcia

## CAMPAÑA

# FESTIVAL ESTREARTE

---

**Código PCPI:** 03.03

**Descripción:** Promocionar el talento joven de la Región de Murcia, a través de la producción y exhibición de proyectos artísticos desarrollados por jóvenes en el Festival ESTREARTE 2023.

**Proponente:** Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes

**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 08/05/23 al 13/06/23

**Medios utilizados:** Radio y redes sociales

**Ámbito de difusión:** Región de Murcia

**Público objetivo:** General

## CONTRATACIÓN

---

**Órgano de contratación:** Dirección General de Comunicación – Consejería de Presidencia, Portavocía y Acción Exterior.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 3.976,60 €

**Adjudicatario:** Avante Comunicación S.L.

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 3.097,60 €

**Adjudicatario:** Radio Popular S.A.

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 5.710,72 €

**Adjudicatario:** Radio Murcia S.A.

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

## INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
02 Radio	2	7.279,60 €	69 %
05 Redes sociales	4	3.286,00 €	31 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
02 Radio	Los 40	4.719,60 €
02 Radio	Cadena 100	2.560,00 €
05 Redes sociales	Facebook+Instagram+Yotube+Twitter	3.286,00 €

## KPIs

Población objetivo	324.550
Cobertura	324.550
% Cobertura	100%
Contactos potenciales	5.188.170
OTS	15,99
GRP	1.598,57
CPM	1,68 €
Importe medios campaña	8.731,90 €
Importe (IVA incluido)	10.565,60 €

## CAMPAÑA

# MOVIBUS

---

**Código PCPI:** 05.01

**Descripción:** Incentivar el uso de las líneas de transportes Movibus.

**Proponente:** Consejería de Fomento e Infraestructuras

**Objetivos legales:** c) Fomentar actitudes y comportamientos cívicos en la ciudadanía con relación a bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento del empleo y otros de naturaleza equivalente.

**Ámbito:** Administración general

**Eje de actuación:** Eje 5: Infraestructuras y seguridad

**Periodo de realización:** Del 06/03/2023 al 14/03/2023

**Medios utilizados:** Radio, prensa digital y redes sociales

**Ámbito de difusión:** Región de Murcia

**Público objetivo:** General

## CONTRATACIÓN

---

**Órgano de contratación:** Consejería de Fomento e Infraestructuras – Dirección General de Movilidad y Litoral.

**Objeto del contrato:** Creatividad

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.227.09

**Importe:** 468,88 €

**Adjudicatario:** Onmi Design S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Importe:** 17.184,19 €

**Adjudicatario:** Murpro S.L.

## INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
02 Radio	9	10.837,56 €	65 %
04 Prensa digital	7	5.203,00 €	31 %
05 Redes sociales	2	605,00 €	4 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
02 Radio	Radio Compañía	605,00 €
02 Radio	Radio Sintonía	605,00 €
02 Radio	Radio Abarán	605,00 €
02 Radio	Onda Cero	917,66 €
02 Radio	Cadena 100	1.282,60 €
02 Radio	Cadena COPE	1.539,80 €
02 Radio	Cadena Dial	1.167,95 €
02 Radio	Los 40	2.257,20 €
02 Radio	Cadena SER	1.857,35 €
04 Prensa digital	MurciaEconomia.com	363,00 €
04 Prensa digital	Murcia Plaza	363,00 €
04 Prensa digital	MurciaDiario.com	363,00 €
04 Prensa digital	ElDiario.es	484,00 €
04 Prensa digital	La Opinión	1.633,50 €
04 Prensa digital	La Verdad	1.633,50 €
04 Prensa digital	Murcia Noticias	363,00 €

<b>Medio</b>	<b>Soporte</b>	<b>Importe</b>
05 Redes sociales	Facebook+Instagram	605,00 €

## **KPIs**

<b>Población objetivo</b>	1.262.399
<b>Cobertura</b>	1.261.363
<b>% Cobertura</b>	99,92 %
<b>Contactos potenciales</b>	6.559.077
<b>OTS</b>	5,2
<b>GRP</b>	519,57
<b>CPM</b>	2,10 €
<b>Importe medios campaña</b>	13.756,66 €
<b>Importe (IVA incluido)</b>	16.645,56 €

**NO LE DES MÁS VUELTAS  
MUÉVETE EN AUTOBÚS**

**MUÉVETE EN AUTOBÚS  
NO TE DES MÁS VUELTAS**

## CAMPAÑA

# PLAN COPLA

---

**Código PCPI:** 05.02

**Descripción:** Concienciar a la población que hace uso de zonas de playa, acerca de la necesidad de adoptar las medidas necesarias y extremar las precauciones con el fin de evitar ahogamientos y otros accidentes. De otra parte, también se quiere difundir la existencia del Plan COPLA (Plan de Vigilancia y Rescate en Playas y Salvamento en la Mar de la Región de Murcia) el cual ofrece los medios necesarios para asegurar, en el menor tiempo posible, la intervención para el salvamento de personas en las playas o la ayuda a las embarcaciones en el mar.

**Proponente:** Consejería de Transparencia, Seguridad y Emergencias.

**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 5. Infraestructuras y seguridad

**Periodo de realización:** Del 22/07/23 al 13/08/23

**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, Juventud, Deportes y Portavocía.

**Objeto del contrato:** Creatividad

**Importe:** 9.075,00 €

**Adjudicatario:** Taller de Técnicas Creativas S.L.

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.227.09

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 17.606,59 €

**Adjudicatario:** Onmi Design S.L.

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Objeto del contrato:** Difusión.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración.

**Adjudicatario:** Portavoz Comunicaciones Integradas S.L.

**Importe:** 10.043,00 € (este importe corresponde a la difusión en redes sociales de tres campañas de manera proporcional: Mosquito Tigre, Plan Copla y Plan Infomur)

## INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	3	2.003,76 €	11 %
02 Radio	6	7.150,10 €	40 %
04 Prensa digital	7	6.510,50 €	36 %
05 Redes sociales	4	2.331,00 €	13 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Tele Cartagena	667,92 €
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	779,24 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	556,60 €
02 Radio	Onda Cero	888,62 €
02 Radio	Cadena 100	1.097,71 €
02 Radio	Cadena COPE	1.958,85 €
02 Radio	Cadena Dial	994,80 €
02 Radio	Los 40	1.475,05 €

<b>Medio</b>	<b>Soporte</b>	<b>Importe</b>
02 Radio	Cadena SER	735,07 €
04 Prensa digital	Cartagena Diario	484,00 €
04 Prensa digital	Cartagenaactualidad.com	484,00 €
04 Prensa digital	Noticieromarmenor.com	484,00 €
04 Prensa digital	Murcia Plaza	1.210,00 €
04 Prensa digital	La Opinión	1.905,75 €
04 Prensa digital	La Verdad	1.095,75 €
04 Prensa digital	Actualidad Aguilas	847,00 €
05 Redes sociales	Youtube	333,00 €
05 Redes sociales	Spotify	666,00 €
05 Redes sociales	Instagram	666,00 €
05 Redes sociales	Facebook	666,00 €

## **KPIs**

<b>Población objetivo</b>	1.190.632
<b>Cobertura</b>	1.190.632
<b>% Cobertura</b>	100 %
<b>Contactos potenciales</b>	18.451.541
<b>OTS</b>	15,5
<b>GRP</b>	1.549,73
<b>CPM</b>	0,81 €
<b>Importe medios campaña</b>	14.872,20 €
<b>Importe (IVA incluido)</b>	17.995,36 €

PLANCOPLA2023



emergencias  
**112**   
REGIÓN DE MURCIA

Este verano no olvides llevar a la playa abundante agua,  
protector solar y lo más importante,

# Sentido COMÚN

Sobre todo, si vas con niños, nunca los pierdas de vista,  
haz caso al color de la bandera y elige preferentemente  
playas vigiladas.

En caso de cualquier incidencia, llama al 112.  
**Estamos preparados.**



 CARAVACA  
DE LA CRUZ 2024  
AÑO JUBILAR

## CAMPAÑA

# PLAN INFOMUR

---

**Código PCPI:** 05.03

**Descripción:** Difundir la existencia del Plan INFOMUR el cual ofrece los medios necesarios para asegurar, en el menor tiempo posible, la intervención con el fin de proteger a las personas, los bienes y el medio ambiente.

**Proponente:** Consejería de Transparencia, Seguridad y Emergencias.

**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 5: Infraestructuras y seguridad

**Periodo de realización:** 22/07/23 a 21/08/23

**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, Juventud, Deportes y Portavocía.

**Objeto del contrato:** Creatividad

**Importe:** 9.062,90 €

**Adjudicatario:** Under route S.L.

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.227.09

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 17.411,86 €

**Adjudicatario:** ADC Alternativas de Comunicación S.L.

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Objeto del contrato:** Difusión.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración.

**Adjudicatario:** Portavoz Comunicaciones Integradas S.L.

**Importe:** 10.043,00 € (este importe corresponde a la difusión en redes sociales de tres campañas de manera proporcional: Mosquito Tigre, Plan Copla y Plan Infomur)

## INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	2	2.171,68 €	12 %
02 Radio	3	8.319,04 €	46 %
04 Prensa digital	3	5.130,40 €	29 %
05 Redes sociales	4	2.331,00 €	13 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	1.897,28 €
01 Televisión	Tele Caravaca	274,40 €
02 Radio	Onda Cero	1.022,20 €
02 Radio	Cadena COPE	4.144,73 €
02 Radio	Cadena SER	3.152,11 €
04 Prensa digital	La Opinión	1.960,20 €
04 Prensa digital	Murcia Plaza	1.210,00 €
04 Prensa digital	La Verdad	1.960,20 €
05 Redes sociales	Youtube	333,00 €
05 Redes sociales	Spotify	666,00 €

<b>Medio</b>	<b>Soporte</b>	<b>Importe</b>
05 Redes sociales	Instagram	666,00 €
05 Redes sociales	Facebook	666,00 €

## **KPIs**

<b>Población objetivo</b>	1.190.632
<b>Cobertura</b>	1.190.518
<b>% Cobertura</b>	99,99 %
<b>Contactos potenciales</b>	14.609.155
<b>OTS</b>	12,27
<b>GRP</b>	1.227,01
<b>CPM</b>	1,02 €
<b>Importe medios campaña</b>	14.836,46 €
<b>Importe (IVA incluido)</b>	17.952,12 €



## CAMPAÑA

# TRANSPORTE A DEMANDA

---

**Código PCPI:** 05.04

**Descripción:** Difundir la existencia de los "Servicios de Transporte a Demanda", que se pretenden implantar en ciertos municipios de la Región.

**Proponente:** Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes.

**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 5: Infraestructuras y seguridad

**Periodo de realización:** 22/07/23 a 21/08/23

**Medios utilizados:** Televisión, radio y prensa digital

**Ámbito de difusión:** Región de Murcia

**Público objetivo:** General

## CONTRATACIÓN

---

**Órgano de contratación:** Dirección General de Administración Local – Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía.

**Objeto del contrato:** Creatividad y difusión

**Importe:** 18.137,90 €

**Adjudicatario:** Playroom Comunicación SLU

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.124A.227.09

## CAMPAÑA

# AYUDAS AL HOGAR

---

**Código PCPI:** 06.01

**Descripción:** Informar acerca de las diversas ayudas que el gobierno regional pone a disposición de los ciudadanos relacionadas con la vivienda: avales, alquiler, eficiencia energética, accesibilidad, etc....

**Proponente:** Consejería de Fomento e Infraestructuras.

**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 20/03/23 al 26/03/23

**Medios utilizados:** Televisión, radio, prensa impresa, 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, Juventud, Deportes y Portavocía.

**Objeto del contrato:** Creatividad

**Importe:** 5.082,00 €

**Adjudicatario:** Pantumaka S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.227.09

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 18.069,14 €

**Adjudicatario:** Portavoz Comunicaciones Integradas S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

## INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	7	1.203,05 €	7 %
02 Radio	3	7.949,57 €	48 %
03 Prensa impresa	3	2.914,06 €	18 %
04 Prensa digital	7	3.847,80 €	23 %
05 Redes sociales	1	726,00 €	4 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Televisión Murciana	145,20 €
01 Televisión	Popular TV	194,81 €
01 Televisión	Tele Caravaca	114,34 €
01 Televisión	Tele Yecla	108,90 €
01 Televisión	Tele Cartagena	145,20 €
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	193,60 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	121,00 €
02 Radio	Cadena COPE	3.941,33 €
02 Radio	Cadena SER	2.835,03 €
02 Radio	Onda Cero	1.173,21 €
03 Prensa impresa	La Razón	972,01 €
03 Prensa impresa	La Opinión	711,48 €
03 Prensa impresa	La Verdad	1.230,57 €
04 Prensa digital	La Opinión	1.306,80 €

Medio	Soporte	Importe
04 Prensa digital	La Verdad	1.306,80 €
04 Prensa digital	ElDiario.es	326,70 €
04 Prensa digital	MurciaEconomia.com	181,50 €
04 Prensa digital	MurciaDiario.com	181,50 €
04 Prensa digital	Murcia Noticias	181,50 €
04 Prensa digital	Murcia Plaza	363,00 €
05 Redes sociales	Youtube	726,00 €

## KPIs

Población objetivo	1.190.632
Cobertura	1.190.550
% Cobertura	99,99 %
Contactos potenciales	4.962.824
OTS	4,17
GRP	416,82
CPM	1,71 €
Importe medios campaña	13.603,70 €
Importe (IVA incluido)	16.460,48 €

**HACIENDO HOGAR**

**CONOCE TODAS LAS AYUDAS PARA TU HOGAR**

**vivienda.carm.es**

Gobierno de la Región de Murcia

✓ COMPRA    ✓ REHABILITACIÓN  
✓ ALQUILER    ✓ ACCESIBILIDAD

**SÍ VIVE EN TU CASA**  
PLAN REGIONAL DE AYUDAS PARA LA VIVIENDA

Región de Murcia

Unión Europea

## CAMPAÑA

# DÍA DE LA MUJER 2023

---

**Código PCPI:** 06.02

**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, sensibilización y corresponsabilidad.

**Proponente:** Consejería de Política Social, Familias e Igualdad.

**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 04/03/23 al 08/03/23

**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, Juventud, Deportes y Portavocía.

**Objeto del contrato:** Creatividad

**Importe:** 6.413,00 €

**Adjudicatario:** Taller de Técnicas Creativas S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.227.09

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 17.117,53 €

**Adjudicatario:** Indicativo S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

## INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	2	780,45 €	5 %
02 Radio	4	12.945,73 €	78 %
03 Prensa impresa	2	2.775,74 €	17 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Televisión Murciana	363,00 €
01 Televisión	Popular TV	417,45 €
02 Radio	Kiss FM	490,05 €
02 Radio	Onda Cero	1.718,00 €
02 Radio	Cadena COPE	5.270,97 €
02 Radio	Cadena SER	5.466,71 €
03 Prensa impresa	La Opinión	1.202,74 €
03 Prensa impresa	La Verdad	1.573,00 €

## KPIs

Población objetivo	1.531.878
Cobertura	1.159.750
% Cobertura	75,71 %
Contactos potenciales	1.955.351
OTS	1,69
GRP	127,64

## KPIs

CPM	6,97 €
Importe medios campaña	13.637,95 €
Importe (IVA incluido)	16.501,92 €



## CAMPAÑA

# AVAL JOVEN

---

**Código PCPI:** 06.03

**Descripción:** Informar acerca de la existencia de una línea de ayudas para la adquisición de viviendas por parte de jóvenes.

**Proponente:** Consejería de Fomento e Infraestructuras

**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 13/03/23 al 02/04/23

**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, Juventud, Deportes y Portavocía.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 17.343,79 €

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Adjudicatario:** Omni Design S.L.

## INVERSIÓN POR MEDIOS

---

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
02 Radio	5	10.809,76 €	68 %
04 Prensa digital	6	4.295,50 €	27 %
04 Redes sociales	1	726,00 €	5 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
02 Radio	Cadena SER	2.282,66 €
02 Radio	Cadena COPE	2.803,08 €
02 Radio	Los 40	2.276,01 €
02 Radio	Onda Cero	1.376,49 €
02 Radio	Cadena100	2.071,52 €
04 Prensa digital	ElDiario.es	484,00 €
04 Prensa digital	MurciaDiario.com	181,50 €
04 Prensa digital	La Opinión	1.633,50 €
04 Prensa digital	La Verdad	1.633,50 €
04 Prensa digital	Murcia Noticias	181,50 €
04 Prensa digital	MurciaEconomia.com	181,50 €
04 Redes sociales	Facebook+Instagram	726,00 €

## KPIs

Población objetivo	1.190.632
Cobertura	1.185.606
% Cobertura	99,58 %
Contactos potenciales	4.942.754
OTS	4,17
GRP	415,14
CPM	2,65 €
Importe medios campaña	13.083,69 €
Importe	15.831,26 €

# toc toc



## Bienvenido a tu *hogar*

Desde el Gobierno de la Región de Murcia ayudamos a los jóvenes menores de 35 años a acceder a su primera vivienda para que puedan financiar el 100% de su importe. =avaljovenRM



## CAMPAÑA

# AMPLIACIÓN PLAZO BONO HIPOTECAS

---

**Código PCPI:** 06.04

**Descripción:** Informar acerca de la ampliación del plazo para optar a una ayuda de 300 euros dirigida a personas que hayan visto incrementada su hipoteca por el aumento de los tipos de interés.

**Proponente:** Consejería de Fomento e Infraestructuras

**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 27/04/23 al 09/05/23

**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, Juventud, Deportes y Portavocía.

**Objeto del contrato:** Creatividad

**Importe:** 5.069,90 €

**Adjudicatario:** Pantumaka Comunicación S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.227.09

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 16.436,33 €

**Adjudicatario:** Indicativo S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración.

## INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
01 Televisión	7	2.086,28 €	16 %
02 Radio	3	7.392,52 €	61 %
04 Prensa digital	8	4.840,00 €	16 %
04 Redes sociales	3	1.089,00 €	8 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Tele Caravaca	117,61 €
01 Televisión	Tele Yecla	217,80 €
01 Televisión	Tele Cartagena	251,68 €
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	634,04 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	314,60 €
01 Televisión	Televisión Murciana	188,76 €
01 Televisión	Popular TV	361,79 €
02 Radio	Onda Cero	1.461,49 €
02 Radio	Cadena COPE	3.665,81 €
02 Radio	Cadena SER	2.265,22 €
04 Prensa digital	Murcia Noticias	363,00 €
04 Prensa digital	Libertad Digital	363,00 €
04 Prensa digital	Murcia Plaza	726,00 €
04 Prensa digital	MurcianEconomia.com	363,00 €
04 Prensa digital	MurciaDiario.com	363,00 €

<b>Medio</b>	<b>Soporte</b>	<b>Importe</b>
<b>04 Prensa digital</b>	ElDiario.es	484,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	La Opinión	1.089,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	La Verdad	1.089,00 €
<b>04 Redes sociales</b>	Youtube	302,50 €
<b>04 Redes sociales</b>	Spotify	302,50 €
<b>04 Redes sociales</b>	Facebook+Instagram	484,00 €

### **KPIs**

<b>Población objetivo</b>	1.102.631
<b>Cobertura</b>	1.102.631
<b>% Cobertura</b>	100 %
<b>Contactos potenciales</b>	6.309.205
<b>OTS</b>	5,72
<b>GRP</b>	572,20
<b>CPM</b>	2,02 €
<b>Importe medios campaña</b>	12.733,72 €
<b>Importe</b>	15.407,80 €



## Ayuda de 300€ para aliviar tu hipoteca

El Gobierno regional pone a tu disposición una **ayuda económica de 300 euros** con la que podrás aliviar la subida de tipos de interés de tu hipoteca.

Puedes solicitar tu Bono Ayuda hasta el 10 de mayo.

Infórmate en [carm.es](http://carm.es) y en el teléfono 968 36 20 00.



## CAMPAÑA

# PLAN CORRESPONSABLES

---

**Código PCPI:** 06.05

**Descripción:** El Plan Corresponsables está orientado a favorecer la conciliación de las familias con niñas, niños y jóvenes de hasta 16 años desde un enfoque de igualdad entre mujeres y hombres, crear empleo de calidad en el sector de los cuidados y dignificar y certificar la experiencia profesional de cuidado no formal. Para ello, se han puesto en marcha unas bolsas de cuidado profesional con diferentes perfiles profesionales que atiendan en domicilio por horas o en espacios públicos convenientemente habilitados al efecto, y dirigido al cuidado de menores de hasta 16 años.

**Proponente:** Consejería de Mujer, Igualdad, LGTBI, Familias y Política Social

**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 04/12/23 al 17/12/23

**Medios utilizados:** Televisión, radio, prensa digital, redes sociales y otros

**Ámbito de difusión:** Región de Murcia

**Público objetivo:** General

## CONTRATACIÓN

---

**Órgano de contratación:** Dirección General de Mujer y Prevención de la Violencia de Género – Consejería de Mujer, Igualdad, LGTBI, Familias y Política Social

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Mejor oferta

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe total de la campaña:** 18.143,95 €

**Adjudicatario:** Playroom Comunicación SL

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe total de la campaña:** 948,64€

**Adjudicatario:** Comarcal Televisión Lorca S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 816,75 €

**Adjudicatario:** Onlycable S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 786,50 €

**Adjudicatario:** Televisión Murciana S.A.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 786,50 €

**Adjudicatario:** Televisión Popular de la Región de Murcia

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 919,60 €

**Adjudicatario:** Audiovisual Works Producciones S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 5.575,98 €

**Adjudicatario:** Radio Popular S.A.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 4.527,25 €

**Adjudicatario:** Radio Murcia S.A.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 3.267,00 €

**Adjudicatario:** Uniprex S.A.U.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 2.420,00 €

**Adjudicatario:** Intercom Tecnodifusión

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 4.356,00 €

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

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 4.356,00 €

**Adjudicatario:** La Verdad Multimedia S.A.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 363,00 €

**Adjudicatario:** Salvador Jiménez López

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 363,00 €

**Adjudicatario:** Sandra Marín Campos

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 363,00 €

**Adjudicatario:** Rooster Communication S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 363,00 €

**Adjudicatario:** La Tribuna del Noroeste SL

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 363,00 €

**Adjudicatario:** Jerónimo Linares Celdrán

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 363,00 €

**Adjudicatario:** Álamo Networks SL

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 363,00 €

**Adjudicatario:** Grupo Prensa Tres, Comunicación Integral SL

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 350,90 €

**Adjudicatario:** Herramienta SEO S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 290,40 €

**Adjudicatario:** ABR Comunicación Empresarial S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe total de la campaña:** 726,00 €

**Adjudicatario:** Ediciones Murcia Plaza S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 532,40 €

**Adjudicatario:** El Diario Región de Murcia S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 4.235,00 €

**Adjudicatario:** Obelisco Digital S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 4.234,37 €

**Adjudicatario:** Prisa Media S.A.U.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 4.114,00 €

**Adjudicatario:** Titania Compañía Editorial S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 4.235,00 €

**Adjudicatario:** Unidad Editorial S.A.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 4.114,00 €

**Adjudicatario:** Alayans Media S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 4.114,00 €

**Adjudicatario:** Dos Mil Palabras S.L.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 3.267,00 €

**Adjudicatario:** Audiovisual Española 2000 S.A.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 3.630,00 €

**Adjudicatario:** Comercial Multimedia Vocento S.A.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 2.783,00 €

**Adjudicatario:** The Objective Media SL

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 2.783,00 €

**Adjudicatario:** Vozpopuli Digital, S.A.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 2.783,00 €

**Adjudicatario:** Prensa Ibérica 360 S.L.U.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 2.783,00 €

**Adjudicatario:** Libertad Digital SL

**Objeto del contrato:** Difusión

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.323B.226.02

**Importe:** 2.783,00 €

**Adjudicatario:** Ediciones Catolicos y Vida Publica SLU

## **INVERSIÓN POR SOPORTES**

<b>Medio</b>	<b>SopORTE</b>	<b>Importe</b>
01 Televisión	Tele Cartagena	816,75 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	919,60 €
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	948,64 €
01 Televisión	Televisión Murciana	786,50 €
01 Televisión	Popular TV	786,50 €
02 Radio	Onda Cero	3.267,00 €
02 Radio	Cadena SER	4.527,25 €
02 Radio	Cadena COPE	5.575,98 €
02 Radio	Esradio	2.420,00 €
04 Prensa digital	La Opinión	4.356,00 €
04 Prensa digital	La Verdad	4.356,00 €
04 Prensa digital	ElDiario.es	532,40 €
04 Prensa digital	LaActualidad.com	363,00 €

<b>Medio</b>	<b>Soporte</b>	<b>Importe</b>
<b>04 Prensa digital</b>	Murcia Noticias	350,40 €
<b>04 Prensa digital</b>	MurciaEconomia.com	290,40 €
<b>04 Prensa digital</b>	MurciaDiario.com	363,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	MurciaPlaza.com	726,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	La Tribuna del Noroeste	363,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	Cartagena Actualidad	363,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	Cartagena Diario	363,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	El Noticiero del Mar Menor	363,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	El Español	4.235,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	El País	4.234,37 €
<b>04 Prensa digital</b>	El Confidencial	4.114,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	El Mundo	4.235,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	La Razón	3.267,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	20 Minutos	4.114,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	OK Diario	4.114,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	ABC	3.630,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	Voz Pópuli	2.783,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	Libertad Digital	2.783,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	The Objective	2.783,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	El Periódico de España	2.783,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	El Debate	2.783,00 €
<b>05 Redes sociales</b>	Facebook + Instagram	5.625,00 €
<b>08 Otros</b>	Compra programática	8.000,00 €



**CORRESPONSABILIDAD NO ES AYUDAR.**  
Es asumir y compartir responsabilidades luchando  
contra los estereotipos de género.  
Una labor que comienza en casa, **compartiendo**  
**obligaciones para garantizar la Igualdad.**



## CAMPAÑA

# SERVICIO DE ACOMPAÑAMIENTO TELEFÓNICO 24/7

---

**Código PCPI:** 06.06

**Descripción:** La promoción de un nuevo servicio para acompañar a las personas que lo precisen cuando caminan solas por la calle, en trayectos poco concurridos o de escasa visibilidad y en los que se genera sensación de inseguridad.

**Proponente:** Consejería de Mujer, Igualdad, LGTBI, Familias y Política Social

**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 27/03/23 al 3/04/23

**Medios utilizados:** Radio, prensa (impresa y digital) y redes sociales

**Ámbito de difusión:** Región de Murcia

**Público objetivo:** Mujeres +16

## CONTRATACIÓN

---

**Órgano de contratación:** Dirección General de Mujer y Prevención de la Violencia de Género – Consejería de Mujer, Igualdad, LGTBI, Familias y Política Social

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 17.945,61 €

**Partida presupuestaria:** 18.03.00.313P.226.02

**Criterio de adjudicación:** Oferta más ventajosa para la administración

**Adjudicatario:** Portavoz Comunicaciones Integradas

## INVERSIÓN POR SOPORTES

---

Medio	Soporte	Importe
02 Radio	Cadena SER	582,00 €

<b>Medio</b>	<b>Soporte</b>	<b>Importe</b>
<b>02 Radio</b>	Cadena COPE	697,00 €
<b>02 Radio</b>	Los 40	696,00 €
<b>02 Radio</b>	Onda Cero	300 €
<b>02 Radio</b>	Cadena100	610,00 €
<b>02 Radio</b>	Europa FM	242,00 €
<b>03 Prensa impresa</b>	La Verdad	1.017,00 €
<b>03 Prensa impresa</b>	La Opinión	588,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	La Verdad	900,00 €
<b>04 Prensa digital</b>	La Opinión	900,00 €
<b>05 Redes Sociales</b>	Instagram	3.800,00 €
<b>05 Redes Sociales</b>	Youtube	800,00 €
<b>05 Redes Sociales</b>	Spotify	500,00 €
<b>08 Otros</b>	RTB	1.000,00 €

## CAMPAÑA

# ESPACIOS NATURALES

---

**Código PCPI:** 08.01

**Descripción:** Poner en valor los espacios naturales con los que cuenta la Región de Murcia y que, especialmente en verano, debemos ser conscientes de la importancia de cuidarlos.

**Proponente:** Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca y Medio Ambiente

**Objetivos legales:** c) Fomentar actitudes y comportamientos cívicos en la ciudadanía con relación a bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento del empleo y otros de naturaleza equivalente.

**Ámbito:** Administración general

**Eje de actuación:** Eje 8: Medio ambiente

**Periodo de realización:** Del 05/08/23 al 31/08/23

**Medios utilizados:** Televisión

**Ámbito de difusión:** Región de Murcia

**Público objetivo:** General

## CONTRATACIÓN

---

**Órgano de contratación:** Dirección General de Comunicación – Consejería de Presidencia, Portavocía Y Acción Exterior.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 914,76 €

**Adjudicatario:** Comarcal Televisión Lorca S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 653,40 €

**Adjudicatario:** Audiovisual Works Producciones S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 314,60 €

**Adjudicatario:** Onlycable S.L.

**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	3	1.882,76 €	100 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Tele Cartagena	314,60 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	653,40 €
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	914,76 €

## KPIs

Población objetivo	1.190.632
Cobertura	143.356
% Cobertura	12,04 %
Contactos potenciales	149.512
OTS	1,04
GRP	12,56
CPM	10,41 €
Importe medios campaña	1.556,00 €
Importe (IVA incluido)	1.882,76 €



## CAMPAÑA

# DÍA DE LA REGIÓN DE MURCIA

---

**Código PCPI:** 09.01

**Descripción:** Difundir el significado del Día de la Región entre los ciudadanos, divulgar las señas de identidad regionales y fomentar el orgullo de pertenencia.

**Proponente:** Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes

**Objetivos legales:** l) La promoción de los propios valores, imagen o señas de identidad del territorio o la población de la administración anunciante.

**Ámbito:** Administración general

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

**Periodo de realización:** Del 01/06/23 al 09/06/23

**Medios utilizados:** Televisión, radio, prensa impresa, prensa digital

**Ámbito de difusión:** Región de Murcia

**Público objetivo:** General

## CONTRATACIÓN

---

**Órgano de contratación:** Dirección General de Comunicación – Consejería de Presidencia, Portavocía y Acción Exterior.

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 4.840,73 €

**Adjudicatario:** Libertad Digital S.A.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 135,40 €

**Adjudicatario:** Onlycable S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 4.843,15 €

**Adjudicatario:** Ediciones Católicos y Vida Pública S.L.U.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 12.100,00 €

**Adjudicatario:** Audiovisual Española 2000 S.A.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 10.890,00 €

**Adjudicatario:** Titania Compañía Editorial S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 10.890,00 €

**Adjudicatario:** Unidad Editorial S.A.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 10.890,00 €

**Adjudicatario:** Dos Mil Palabras S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 290,40 €

**Adjudicatario:** ABR Comunicación Empresarial S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 10.896,82 €

**Adjudicatario:** Prisa Media S.A.U.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 10.890,00 €

**Adjudicatario:** Comercial Vocento S.A.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 2.813,25 €

**Adjudicatario:** La Verdad Multimedia S.A.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 3.388,00 €

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

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 4.840,00 €

**Adjudicatario:** Voz Pópuli Digital S.A.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 4.840,00 €

**Adjudicatario:** Prensa Iberica 360 S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 363,00 €

**Adjudicatario:** Herramientas SEO S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 10.890,00 €

**Adjudicatario:** Alayan Media S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Creatividad

**Importe:** 2.032,80 €

**Adjudicatario:** Maskeline S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.227.09

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 3.119,33 €

**Adjudicatario:** Radio Popular S.A.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 3.188,59 €

**Adjudicatario:** Radio Murcia S.A.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 1.670,38 €

**Adjudicatario:** Uniprex S.A.U.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 363,00 €

**Adjudicatario:** Ediciones Murcia Plaza S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 181,50 €

**Adjudicatario:** Rooster Communication S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 363,00 €

**Adjudicatario:** El Diario Región de Murcia S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 91,48 €

**Adjudicatario:** Tele Caravaca S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 398,62 €

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

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 304,92 €

**Adjudicatario:** Televisión Murciana S.A.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 338,80 €

**Adjudicatario:** Audiovisual Works Producciones S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 394,46 €

**Adjudicatario:** Televisión Comarcal Lorca S.A.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 3.630,00 €

**Adjudicatario:** El Semanal Digital S.L.

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 68,91 €

**Adjudicatario:** Fibraworld Telecom S.A.U.

**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	1.723,69 €	1 %
02 Radio	3	7.978,30 €	6 %
03 Prensa impresa	2	1.210,00 €	1 %
04 Prensa digital	20	114.615,83 €	91 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Tele Caravaca	91,47 €
01 Televisión	Canal 1 Mar Menor	338,80 €
01 Televisión	Comarcal TV Lorca	394,46 €
01 Televisión	Popular TV	389,62 €
01 Televisión	Tele Yecla	68,90 €
01 Televisión	Televisión Murciana	304,92 €
01 Televisión	Tele Cartagena	135,52 €

<b>Medio</b>	<b>Soporte</b>	<b>Importe</b>
02 Radio	Cadena SER	3.188,59 €
02 Radio	Cadena COPE	3.119,33 €
02 Radio	Onda Cero	1.670,38 €
03 Prensa impresa	La Opinión	1.210,00 €
03 Prensa impresa	La Verdad	0,00 €
04 Prensa digital	Es Diario	363,00 €
04 Prensa digital	MurciaDiario.com	181,50 €
04 Prensa digital	ElDiario.es	363,00 €
04 Prensa digital	Murcia Plaza	363,00 €
04 Prensa digital	Libertad Digital	4.840,72 €
04 Prensa digital	El Español	10.890,00 €
04 Prensa digital	Voz Pópuli	4.840,00 €
04 Prensa digital	OK Diario	10.890,00 €
04 Prensa digital	El Mundo	10.890,00 €
04 Prensa digital	La Razón	12.100,00 €
04 Prensa digital	ABC	10.890,00 €
04 Prensa digital	El Confidencial	10.890,00 €
04 Prensa digital	Murcia Economía	290,40 €
04 Prensa digital	20 Minutos	10.890,00 €
04 Prensa digital	Murcia Noticias	363,00 €
04 Prensa digital	El País	10.896,82 €
04 Prensa digital	El Periódico de España	4.840,00 €
04 Prensa digital	El Debate	4.843,14 €
04 Prensa digital	La Opinión	2.178,00 €

<b>Medio</b>	<b>Soporte</b>	<b>Importe</b>
<b>04 Prensa digital</b>	La Verdad	2.813,25 €

## **KPIs**

<b>Población objetivo</b>	38.439.769
<b>Cobertura</b>	7.587.960
<b>% Cobertura</b>	19.74 %
<b>Contactos potenciales</b>	8.394.925
<b>OTS</b>	1.11
<b>GRP</b>	21,84
<b>CPM</b>	12,36 €
<b>Importe medios campaña</b>	103.791,59 €
<b>Importe (IVA incluido)</b>	125.587.82 €

9 de junio.  
Día de la Región de Murcia

# Orgullosos de ser como somos.

Estamos orgullosos de ser destino y punto de encuentro y, también, de llevar nuestra esencia allí a donde vamos para sorprender y emocionar.

Estamos orgullosos de compartir lo mejor de nosotros mismos, de que lo nuestro sea ya un poco de todos y de que todos encuentren aquí su lugar.



**CARAVACA  
DE LA CRUZ 2024**  
AÑO JUBILAR



## CAMPAÑA

# VOTO ACCESIBLE

---

**Código PCPI:** 09.02

**Descripción:** Dar a conocer la existencia del procedimiento de voto accesible que facilita a las personas con discapacidad visual el ejercicio del derecho de sufragio.

**Proponente:** Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía – Dirección General de Comunicación Institucional.

**Objetivos legales:** g) Difundir los procesos electorales y fomentar el ejercicio del derecho al voto.

**Ámbito:** Administración general

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

**Periodo de realización:** Del 24/04/23 al 28/04/23

**Medios utilizados:** Radio

**Ámbito de difusión:** Región de Murcia

**Público objetivo:** General

## CONTRATACIÓN

---

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

**Importe total de la campaña:** 16.000,21 €

**Objeto del contrato:** Difusión

**Adjudicatario:** Radio Murcia S.A.

**Importe:** 6.019,45 €

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 6.207,30 €

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Adjudicatario:** Radio Popular S.A.

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

**Objeto del contrato:** Difusión

**Importe:** 2.799,46 €

**Partida presupuestaria:** 19.07.00.112B.226.02

**Adjudicatario:** Uniprex S.A.U.

**Criterio de adjudicación:** Razones de exclusividad

## INVERSIÓN POR MEDIOS

Medio	Nº soportes	Inversión total	% inversión
02 Radio	3	15.026,21	100 %

## INVERSIÓN POR SOPORTES

Medio	Soporte	Importe
02 Radio	Cadena COPE	6.207,30 €
02 Radio	Cadena SER	6.019,45 €
02 Radio	Onda Cero	2.799,46 €

## KPIs

Población objetivo	71.200
Cobertura	71.200
% Cobertura	100 %
Contactos potenciales	1.510.000
OTS	21,21
GRP	2.120,79
CPM	8,22 €
Importe medios campaña	12.418,36 €
Importe (IVA incluido)	15.026,21 €



**CAMPAÑAS**  
**ORGANISMOS**  
**PÚBLICOS**

# **AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA**

## CAMPAÑA

# FIN DEL PERÍODO VOLUNTARIO DE PAGO DEL IVTM

---

**Código:** 01.08

**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:** Televisión, radio y redes sociales.

**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 2023 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 esta campaña 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:** 13.398,36 €

## INVERSIÓN POR SOPORTES

---

Medio	Soporte	Importe
01 Televisión	Popular TV Región de Murcia	2.364,44 €

---

## INVERSIÓN POR SOPORTES

<b>Medio</b>	<b>Soporte</b>	<b>Importe</b>
01 Televisión	Televisión Murciana	1.660,00 €
02 Radio	Cadena SER	1.728,68 €
02 Radio	Cadena COPE	1.174,68 €
02 Radio	Onda Cero	967,41 €
02 Radio	Radio Abarán	105,00 €
02 Radio	Radio Calasparra	105,00 €
02 Radio	Radio Antena Ciudad Fuente Álamo	102,00 €
05 Redes sociales	Meta	1.200,00 €
05 Redes sociales	Twitter	800,00 €

## CAMPAÑA

# FIN DEL PERÍODO VOLUNTARIO DE PAGO DEL IBI E IAE

---

**Código:** 01.08

**Descripción:** Campaña mediante la que dar a conocer a los contribuyentes el fin del plazo de pago del Impuesto de Bienes Inmuebles y del Impuesto de Actividad Económica 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:** Televisión, radio y redes sociales.

**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 2023 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 esta campaña 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:** 13.083,03 €.

## SOPORTES UTILIZADOS

---

**Medio**

**Soporte**

01 Televisión

Popular TV Región de Murcia

---

## **SOPORTES UTILIZADOS**

---

<b>Medio</b>	<b>Soporte</b>
<b>02 Radio</b>	Cadena SER
<b>02 Radio</b>	Cadena COPE
<b>02 Radio</b>	Onda Cero
<b>02 Radio</b>	Radio Abarán
<b>02 Radio</b>	Radio Calasparra
<b>02 Radio</b>	Caravaca Radio
<b>02 Radio</b>	Radio Jumilla
<b>05 Redes sociales</b>	Meta (Facebook + Instagram)
<b>05 Redes sociales</b>	X (Twitter)

# **INSTITUTO DE FOMENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA**

## CAMPAÑA

# DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL INFO

---

**Código:** 01.09

**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), redes sociales y otros.

**Ámbito de difusión:** Región de Murcia

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

## CONTRATACIÓN

---

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

**Objeto del contrato:** Difusión (WAYKUP MURCIA 2023)

**Adjudicatario:** Ismael Simón Sánchez

**Importe:** 363,00 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WAYKUP MURCIA 2023)

**Adjudicatario:** La Opinión de Murcia SA

**Importe:** 10.708,50 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WAYKUP MURCIA 2023 Regional)

**Adjudicatario:** Radio Popular SA

**Importe:** 4.946,02 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WAYKUP MURCIA 2023 Nacional)

**Adjudicatario:** Radio Popular SA

**Importe:** 6.487,34 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WAYKUP MURCIA 2023)

**Adjudicatario:** METV & MARKETING & DESIGN, S.L. (Revista Emprendedores)

**Importe:** 7.768,20 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WAYKUP MURCIA 2023)

**Adjudicatario:** CAMPUS360 INVESTMENT CAPITAL S.L.

**Importe:** 17.545,00 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WAYKUP MURCIA 2023)

**Adjudicatario:** Radio Murcia SA (SER)

**Importe:** 11.196,61 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WAYKUP MURCIA 2023)

**Adjudicatario:** AXEL SPRINGER ESPAÑA, S.A.

**Importe:** 1.210,00 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WAYKUP MURCIA 2023)

**Adjudicatario:** LA VERDAD MULTIMEDIA, S.A.

**Importe:** 10.890,00 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WAYKUP MURCIA 2023)

**Adjudicatario:** UNIPREX, S.A.U. (Onda Cero)

**Importe:** 7.201,01 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WAYKUP MURCIA 2023)

**Adjudicatario:** IVOOX GLOBAL PODCASTING SERVICE, SL

**Importe:** 4.900,50 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WAYKUP MURCIA 2023)

**Adjudicatario:** EL LEON DEL ESPAÑOL PUBLICACIONES, S.A.

**Importe:** 2.420,00 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WAYKUP MURCIA 2023)

**Adjudicatario:** AVANTE COMUNICACION, S.L.

**Importe:** 17.968,50 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WAYKUP MURCIA 2023)

**Adjudicatario:** SOCIAL PUBLI, S.L.

**Importe:** 2.420,00 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WAYKUP MURCIA 2023)

**Adjudicatario:** CHARAXES JASUS S.L. (Revista El Referente)

**Importe:** 3.025,00 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WAYKUP MURCIA 2023)

**Adjudicatario:** MEDIA CONSULTING Y ASESORÍA, S.L

**Importe:** 2.238,50 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WAYKUP MURCIA 2023)

**Adjudicatario:** UNIDAD EDITORIAL, S.A. (Expansión)

**Importe:** 1.210,00 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WIP'23)

**Adjudicatario:** PORTAVOZ DE COMUNICACIONES INTEGRADAS, S.L.

**Importe:** 6.388,80 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WIP'23)

**Adjudicatario:** Uniprex SAU (Onda Cero)

**Importe:** 5.729,91 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WIP'23)

**Adjudicatario:** Radio Murcia SA (SER)

**Importe:** 7.236,15 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WIP'23)

**Adjudicatario:** LA VERDAD MULTIMEDIA, S.A.

**Importe:** 566,38 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (WIP'23)

**Adjudicatario:** LA VERDAD MULTIMEDIA, S.A.

**Importe:** 4.788,62 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Actividades)

**Adjudicatario:** ABR COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ASESORÍA JURÍDICA, S.L.  
(Murcia Economía)

**Importe:** 9.999,92 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Actividades Nacional)

**Adjudicatario:** RADIO POPULAR, S.A.

**Importe:** 17.472,28 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Actividades)

**Adjudicatario:** LA VERDAD MULTIMEDIA, S.A.

**Importe:** 3.025,00 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Actividades)

**Adjudicatario:** EDICIONES MURCIA PLAZA, S.L.

**Importe:** 8.470,00 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Actividades)

**Adjudicatario:** ROOSTER COMMUNICATION, S.L. (Murcia Diario)

**Importe:** 8.465,16 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Actividades)

**Adjudicatario:** LA VERDAD MULTIMEDIA, S.A.

**Importe:** 9.317,00 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Actividades)

**Adjudicatario:** RADIO POPULAR, S.A.

**Importe:** 17.976,61 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Start Ups)

**Adjudicatario:** LA OPINIÓN DE MURCIA, S.A.

**Importe:** 7.535,88 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Start Ups)

**Adjudicatario:** LA VERDAD MULTIMEDIA, S.A.

**Importe:** 16.698,00 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Start Ups)

**Adjudicatario:** RADIO POPULAR, S.A.

**Importe:** 8.42,27 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Congreso Empresa Familiar)

**Adjudicatario:** LA VERDAD MULTIMEDIA, S.A.

**Importe:** 7.260,00 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Congreso Empresa Familiar)

**Adjudicatario:** RADIO POPULAR, S.A.

**Importe:** 4.638,27 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Feria FEINDEF 2023)

**Adjudicatario:** RADIO MURCIA, S.A.

**Importe:** 14.859,41 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Feria FEINDEF 2023)

**Adjudicatario:** UNIPREX, S.A.U.

**Importe:** 8.541,09 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Feria FEINDEF 2023)

**Adjudicatario:** RADIO POPULAR, S.A.

**Importe:** 16.715,02 €

**Partida presupuestaria:** 1604741E\*01

**Procedimiento de adjudicación:** Contrato menor

# **INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA**

## CAMPAÑAS

# PROMOCIÓN TURÍSTICA 2023

---

**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 2023, 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 Digital Funambulista)

**Adjudicatario:** PLAYROOM COMUNICACIÓN S.L.U.

**Importe:** 18.029,00 €

**Tipo licitación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Campaña Semana Santa)

**Adjudicatario:** Indicativo SL

**Importe:** 16.262,40 €

**Tipo licitación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Campaña Digital Verano)

**Adjudicatario:** Portavoz Comunicaciones Integradas SL

**Importe:** 17.847,50 €

**Tipo licitación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (Campaña Digital AVE)

**Adjudicatario:** Portavoz Comunicaciones Integradas SA

**Importe:** 17.508,00 €

**Tipo licitación:** Contrato menor

**Tipo licitación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Atresmedia Corporación (Antena 3 y La Sexta)

**Importe:** 437.500,91 €

**Tipo licitación:** Procedimiento negociado

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Publiespaña S.A.

**Importe:** 334.999,39 €

**Tipo licitación:** Procedimiento negociado

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** 13 TV

**Importe:** 7.999,96 €

**Tipo licitación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Radio Murcia S.A.

**Importe:** 289.999,49 €

**Tipo licitación:** Procedimiento negociado

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Radio Popular S.A.

**Importe:** 249.890,41 €

**Tipo licitación:** Procedimiento negociado

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Uniprex S.A.U.

**Importe:** 89.997,38 €

**Tipo licitación:** Procedimiento negociado

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Diario ABC S.L.

**Importe:** 30.997,98 €

**Tipo licitación:** Procedimiento negociado

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Unidad Editorial S.A.

**Importe:** 34.499,52 €

**Tipo licitación:** Procedimiento negociado

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Prisa Brands Solutions

**Importe** 45.999,36 €

**Tipo licitación:** Procedimiento negociado

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Audiovisual Española S.A.

**Importe:** 18.182,00 €

**Tipo licitación:** Contrato menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Obelisco Digital SL

**Importe:** 18.029,00 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Ediciones Católicos y Vida Pública SLU

**Importe:** 8.500,25 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Libertad Digital S.A.

**Importe:** 7.499,58 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Hola S.L.

**Importe:** 17.976,97 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** RBA publiventas

**Importe:** 10.285,00 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Dos Mil Palabras S.L.

**Importe:** 16.499,56 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** El Semanal Digital S.L.

**Importe:** 3.500,53 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Prensa Ibérica 360

**Importe:** 6.999,85 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Vozpopuli Digital S.L.

**Importe:** 6.999,85 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Titania Compañía Editorial S.L.

**Importe:** 17.999,96 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Alayans Media

**Importe:** 17.000,05 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña nacional)

**Adjudicatario:** Park Row Digital S.L.

**Importe:** 4.999,99 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña regional)

**Adjudicatario:** La Verdad Multimedia S.A.

**Importe:** 74.499,31 €

**Tipo licitación:** Procedimiento negociado

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña regional)

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

**Importe:** 46.988,82 €

**Tipo licitación:** Procedimiento negociado

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña regional)

**Adjudicatario:** Radio Popular S.A,

**Importe:** 59.947,57 €

**Tipo licitación:** Procedimiento negociado

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña regional)

**Adjudicatario:** Radio Murcia S.A.

**Importe:** 53.999,97 €

**Tipo licitación:** Procedimiento negociado

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña regional)

**Adjudicatario:** Uniprex S.A.U.

**Importe:** 24.997,39 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña regional)

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

**Importe:** 11.999,61 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña regional)

**Adjudicatario:** Televisión Murciana.

**Importe:** 11.999,25 €

**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:** 9.559,00 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña regional)

**Adjudicatario:** Only Cable S.L.

**Importe:** 6.000,00 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña regional)

**Adjudicatario:** Tele Caravaca S.L.

**Importe:** 2.500,02 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña regional)

**Adjudicatario:** Fibraworld Telecom

**Importe:** 2.343,68 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña regional)

**Adjudicatario:** La Tribuna del Noroeste S.L.

**Importe:** 2.999,97 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña regional)

**Adjudicatario:** El Diario Región de Murcia S.L.

**Importe:** 6.500,00 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña regional)

**Adjudicatario:** Rooster Communication, S.L.

**Importe:** 4.000,05 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña regional)

**Adjudicatario:** Ediciones Murcia Plaza, S.L.

**Importe:** 6.000,05 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña regional)

**Adjudicatario:** ABR Comunicación Empresarial, S.L.

**Importe:** 3.333,28 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campaña regional)

**Adjudicatario:** Herramienta SEO, S.L.

**Importe:** 6.000,00 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campana regional)

**Adjudicatario:** Siete Días Jumilla SL

**Importe:** 3.000,00 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

**Objeto del contrato:** Difusión (campana regional)

**Adjudicatario:** Siete Días Yecla

**Importe:** 2.999,59 €

**Tipo licitación:** Contrato Menor

# **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, sugería 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 2023, 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

La eficiencia financiera general es positiva, con varias campañas logrando costos muy bajos en relación con su alcance e impacto. Las campañas con CPM elevados podrían requerir ajustes en la planificación.

Campañas más eficientes:

- PLAN COPLA: CPM = 0,81 €. La más eficiente del año gracias a su amplio alcance y alto impacto.
- PLAN INFOMUR: CPM = 1,02 €, destacando también por su eficiencia y elevado número de contactos potenciales.
- FESTIVAL ESTREARTE: CPM = 1,50 €, combinando un coste bajo con un alto nivel de impacto.
- AYUDAS AL HOGAR: CPM = 1,71 €, con un adecuado uso de las redes sociales.

## Alcance y Cobertura

Las campañas con cobertura total muestran una estrategia adecuada para maximizar el alcance. Sin embargo, aquellas con menor cobertura requieren ajustes en la distribución de recursos para mejorar su rendimiento.

Campañas con cobertura total (100%):

- BONO HIPOTECAS, VACUNACIÓN GRIPE, AMPLIACIÓN PLAZO AYUDAS COMERCIO, PLAN COPLA, FESTIVAL ESTREARTE y VOTO ACCESIBLE - DISCAPACIDAD VISUAL, entre otras.

Campañas con menor cobertura:

- ESPACIOS NATURALES: Cobertura del 12,04 % con un alcance muy limitado.
- DÍA DE LA REGIÓN: Cobertura del 19,74% debido principalmente a su carácter de campaña nacional.
- PREAR: Cobertura del 71,03 %, por debajo del nivel óptimo para campañas de alcance general.

## Impacto y Engagement

El impacto combina la cobertura y la frecuencia de exposición (OTS), mientras que el engagement evalúa la interacción.

El impacto general es positivo, con varias campañas destacando por su alta intensidad publicitaria. Las campañas con menor impacto requieren rediseñar estrategias para incrementar su frecuencia y cobertura.

Campañas con mayor impacto:

- VOTO ACCESIBLE - DISCAPACIDAD VISUAL: GRP = 2.120,79 Y FESTIVAL ESTRENARTE: GRP = 1.598,57. Aunque dirigidas a nichos específicos, logran una alta frecuencia.
- PLAN COPLA. GRP: 1.549,73. Una de las campañas más exitosas del año en términos de alcance e intensidad publicitaria.

Campañas con menor impacto:

- ESPACIOS NATURALES: GRP = 12,56. Refleja un bajo impacto debido a su alcance reducido.
- PREAR: GRP = 90,95, también limitado por su menor cobertura.

### **Segmentación y Público Objetivo**

La segmentación general es adecuada, aunque algunas campañas se beneficiarían al mejorar la identificación y alcance de sus audiencias específicas.

Ejemplos destacados:

- VOTO ACCESIBLE - DISCAPACIDAD VISUAL: Excelente segmentación hacia personas con discapacidad visual, logrando alta frecuencia en un grupo reducido.
- PLAN COPLA: Amplia cobertura y frecuencia dirigida a audiencias con interés en seguridad y prevención.

### **Impactos Potenciales**

Los contactos potenciales reflejan la cantidad total de interacciones posibles generadas.

La mayor parte de las campañas logran un alto número de impactos potenciales, mientras que otras necesitan ajustar su estrategia de distribución para mejorar este indicador.

Campañas con más impactos potenciales:

- PLAN COPLA: 18,45 millones de contactos potenciales, liderando el ranking del año.
- PLAN INFOMUR: 14,60 millones de contactos, también muy destacado.

Campañas con menos impactos potenciales:

- ESPACIOS NATURALES: 149.512 contactos, debido a su bajo alcance y frecuencia.
- PREAR: 1,08 millones de contactos, también limitado.

## RECOMENDACIONES GENERALES

El análisis de las campañas publicitarias institucionales de 2023 refleja un trabajo bien estructurado en la difusión de mensajes clave para la ciudadanía, con un enfoque orientado a maximizar la cobertura, mejorar la eficiencia y optimizar los recursos. A lo largo del año, se ha mantenido una estrategia equilibrada entre alcance y coste, logrando una comunicación efectiva con la población objetivo. Es notoria la mejoría en campañas como DÍA DE LA REGIÓN que mejora la cobertura y la eficiencia.

### 1. Cobertura y Alcance

Las campañas han logrado altos niveles de cobertura, con muchas de ellas alcanzando al 100% de su población objetivo, garantizando un impacto significativo en la audiencia prevista. Se ha logrado una distribución eficaz en diferentes medios, asegurando una difusión homogénea. En algunas campañas con menor cobertura, existe margen de mejora para ampliar su alcance a través de una selección de canales aún más precisa.

### 2. Impacto y Frecuencia de Exposición

Las campañas han registrado una exposición adecuada, con OTS (Oportunidades de Ser Visto) que garantizan una repetición del mensaje suficiente para reforzar su recuerdo. La presión publicitaria en la mayoría de los casos, ha sido adecuada logrando un alto nivel de impresiones en la audiencia.

### 3. Eficiencia Financiera

El uso eficiente del presupuesto ha sido una de las fortalezas de la estrategia publicitaria de 2023. Se han observado inversiones equilibradas con un CPM optimizado en muchas de las campañas, permitiendo maximizar el impacto al menor coste posible.

Se recomienda:

- Fortalecer la cobertura en campañas con menor porcentaje de alcance para garantizar la llegada al mayor número de ciudadanos posible.

- Ajustar la frecuencia de exposición en aquellas iniciativas donde el OTS pueda incrementarse para reforzar el recuerdo de los mensajes.
- Continuar priorizando medios con datos de audiencia auditados, asegurando transparencia y eficacia en la inversión publicitaria.
- Explorar la segmentación avanzada para dirigirse de manera aún más precisa a las audiencias de interés y maximizar la relevancia de cada campaña.

## **CONCLUSIONES FINALES**

El resultado de las campañas publicitarias institucionales de 2023 refleja una planificación efectiva y un uso eficiente de los recursos disponibles.

La selección de medios y la ejecución se ha realizado de manera eficaz. La cobertura ha sido amplia en la mayoría de los casos, el impacto ha sido significativo y la optimización presupuestaria ha permitido maximizar el retorno de la inversión.

Para completar el análisis sería conveniente la realización de evaluaciones periódicas que permitan seguir mejorando la estrategia publicitaria y reforzar aún más la efectividad de futuras campañas.

