

INFORME

2 PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL 2 3



| | |
|------------|---------------------------------------|
| 01 | INTRODUCCIÓN |
| 01 | CAMPAÑAS PUBLICITARIAS REALIZADAS |
| 03 | CAMPAÑAS DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL |
| 100 | CAMPAÑAS DE ORGANISMOS PÚBLICOS |
| 122 | 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 € |

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

KPIs (1ª OLEADA)

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

KPIs (2ª OLEADA)

| | |
|-------------------------------|-------------|
| Población objetivo | 1.531.878 |
| Cobertura | 1.531.876 |
| % Cobertura | 100 % |
| Contactos potenciales | 13.069.172 |
| OTS | 8,53 |
| GRP | 853,15 |
| CPM | 5,72 € |
| Importe medios campaña | 74.854,50 € |
| Importe (IVA incluido) | 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 + cultura + 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

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 € |

| Medio | Soporte | Importe |
|-------------------|----------------------|----------------|
| 05 Redes sociales | Youtube | 363,00 € |
| 05 Redes sociales | Spotify | 242,00 € |
| 05 Redes sociales | Facebook + Instagram | 363,00 € |

KPIs

| | |
|-------------------------------|-------------|
| Población objetivo | 1.102.631 |
| Cobertura | 1.102.631 |
| % Cobertura | 100 % |
| Contactos potenciales | 7.280.358 |
| OTS | 6,60 |
| GRP | 660,27 |
| CPM | 1,86 € |
| Importe medios campaña | 13.523,33 € |
| Importe (IVA incluido) | 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 € |

| Medio | Soporte | Importe |
|-------------------|------------------------|----------------|
| 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

| | |
|-------------------------------|-------------|
| Población objetivo | 1.262.399 |
| Cobertura | 1.261.076 |
| % Cobertura | 99,90 % |
| Contactos potenciales | 4.932.001 |
| OTS | 3,91 |
| GRP | 390,68 |
| CPM | 4,36 € |
| Importe medios campaña | 21.499,00 € |
| Importe (IVA incluido) | 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

| Medio | Soporte | Importe |
|----------------------|----------------|----------------|
| 01 Televisión | Popular TV | 3.872,00 € |
| 06 Cine | Carceserna | 16.940,00 € |
| 08 Otros | 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 diera 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

CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DEL SUICIDIO JUVENIL

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

Región de Murcia
COLABORAN
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 % |

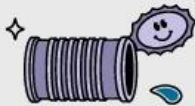
INVERSIÓN POR SOPORTES

| 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 **GRIPE**

Niños y niñas de 6 a 59 meses de edad.

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

- 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 a 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 % |

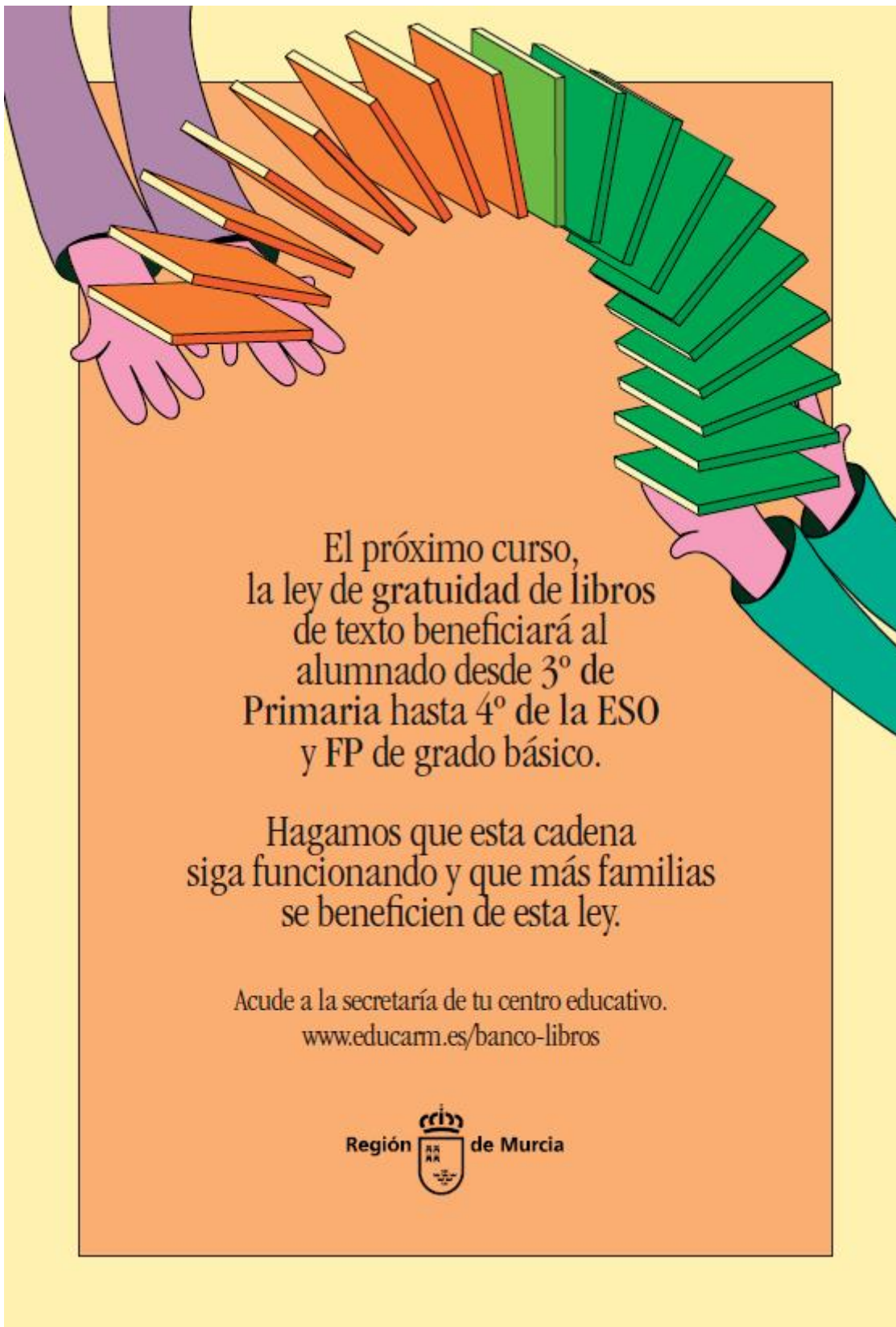
INVERSIÓN POR SOPORTES

| 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 € |

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

KPIs


| | |
|-------------------------------|-------------|
| Población objetivo | 1.102.631 |
| Cobertura | 1.098.245 |
| % Cobertura | 99,60 % |
| Contactos potenciales | 4.568.125 |
| OTS | 4,16 |
| GRP | 414,29 |
| CPM | 3,02 € |
| Importe medios campaña | 13.806,69 € |
| Importe (IVA incluido) | 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, a hand in a pink sleeve holds an orange book. On the right, a hand in a teal sleeve holds a green book. The books are arranged in a curved line, suggesting a continuous cycle of sharing. The background is a gradient from light yellow at the top to light orange at the bottom.

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

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 € |

| Medio | Soporte | Importe |
|-------------------|--------------------|----------|
| 05 Redes sociales | Facebook+Instagram | 605,00 € |

KPIs

| | |
|------------------------|-------------|
| Población objetivo | 1.262.399 |
| Cobertura | 1.261.363 |
| % Cobertura | 99,92 % |
| Contactos potenciales | 6.559.077 |
| OTS | 5,2 |
| GRP | 519,57 |
| CPM | 2,10 € |
| Importe medios campaña | 13.756,66 € |
| Importe (IVA incluido) | 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 € |

| Medio | Soporte | Importe |
|--------------------------|-------------------------|----------------|
| 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

| | |
|-------------------------------|-------------|
| Población objetivo | 1.190.632 |
| Cobertura | 1.190.632 |
| % Cobertura | 100 % |
| Contactos potenciales | 18.451.541 |
| OTS | 15,5 |
| GRP | 1.549,73 |
| CPM | 0,81 € |
| Importe medios campaña | 14.872,20 € |
| Importe (IVA incluido) | 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 € |

| Medio | Soporte | Importe |
|-------------------|----------------|----------------|
| 05 Redes sociales | Instagram | 666,00 € |
| 05 Redes sociales | Facebook | 666,00 € |

KPIs

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

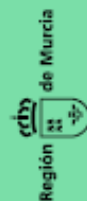
INVERSIÓN POR SOPORTES

| 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 € |

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

KPIs

| | |
|-------------------------------|-------------|
| Población objetivo | 1.102.631 |
| Cobertura | 1.102.631 |
| % Cobertura | 100 % |
| Contactos potenciales | 6.309.205 |
| OTS | 5,72 |
| GRP | 572,20 |
| CPM | 2,02 € |
| Importe medios campaña | 12.733,72 € |
| Importe | 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 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

| Medio | SopORTE | Importe |
|-------------------|---------------------|----------------|
| 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 € |

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



Región  de Murcia

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 € |

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

| Medio | Soporte | Importe |
|-------------------|------------------------|----------------|
| 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 € |

| Medio | Soporte | Importe |
|--------------------------|----------------|----------------|
| 04 Prensa digital | La Verdad | 2.813,25 € |

KPIs

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

| Medio | Soporte | Importe |
|-------------------|----------------------------------|----------------|
| 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

| Medio | Soporte |
|--------------------------|-----------------------------|
| 02 Radio | Cadena SER |
| 02 Radio | Cadena COPE |
| 02 Radio | Onda Cero |
| 02 Radio | Radio Abarán |
| 02 Radio | Radio Calasparra |
| 02 Radio | Caravaca Radio |
| 02 Radio | Radio Jumilla |
| 05 Redes sociales | Meta (Facebook + Instagram) |
| 05 Redes sociales | 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 JASius 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 (campaña regional)

Adjudicatario: Siete Días Jumilla SL

Importe: 3.000,00 €

Tipo licitación: Contrato Menor

Objeto del contrato: Difusión (campaña 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.

