

## RESUMEN INFORME CAMPAÑA 'XSOLIDARIA' 2021

<b>CREATIVIDAD</b> .....	1
<b>PUBLICIDAD EXTERIOR</b> .....	2
<b>CAMPAÑA GOOGLE ADWORDS</b> .....	3
<b>REDES SOCIALES</b> .....	3
<b>ORGANIZACIÓN DE ENCUENTROS INFORMATIVOS Y COMUNICADOS</b> .....	4
<b>EMPRESAS E INSTITUCIONES</b> .....	4
<b>IMPACTOS EN MEDIOS DIGITALES E IMPRESOS Y VALORACIÓN ECONÓMICA DE LAS ENTREVISTAS CONSEGUIDAS</b> .....	4
<b>PLAN DE MEDIOS SIN INVERSIÓN</b> .....	5
<b>PLAN DE MEDIOS CON INVERSIÓN</b> .....	5
<b>VALORACIÓN ECONÓMICA E IMPACTOS ACCIONES CAMPAÑA</b> .....	6

### CREATIVIDAD

MATERIAL	PRODUCCIÓN
CARTELES	3.500
OCTAVILLAS	20.908
ENVIOS	81
SPOT	2
VIDEOS RRSS	4
BANNERS	11
DOSSIER	1 prensa y 1 empresa
CUÑAS RADIO	2
FALDONES DE PRENSA	2
MEDIAS PÁGINAS	2
ENARAS	9

## PUBLICIDAD EXTERIOR

ACCIONES	QUÉ SE HIZO	VALORACIÓN ECONOMICA VS COSTE REAL
<u>VIDEOWALL METRO MADRID</u>	Total pantallas digitales: 20, expuestas del 7 al 20 de abril.	Acción valorada en <b>24.000€</b> / Coste real: <b>1.200€.</b>
<u>PANTALLAS CALLAO</u>	La campaña se expuso del 24 al 30 de mayo con un total de <b>2.352 pases del spot.</b>	Acción valorada en <b>73.285,50 €</b> / Coste Real: <b>2.575€</b>
<u>MARQUESINAS AUTOBUS MADRID</u>	Se expusieron <b>500 caras</b> del 4 al 10 de mayo, además se mantuvieron <b>172 caras</b> del 11 al 17 de mayo y 16 caras del 18 al 24 de mayo.	Acción valorada en <b>173.376€</b> (exposición) y <b>1.996,50€</b> (producción / Acción <b>gratuita</b> , solo se asumió la producción: <b>1.996,50€</b>
<u>CENTROS COMERCIALES</u>	Se contrataron <b>320 pantallas</b> distribuidas en centros comerciales de A Coruña, Valencia, Alicante, Castellón, Sevilla, Zaragoza y Toledo del 3 al 31 de mayo.	Acción valorada en <b>77.420€</b> / Coste real: <b>1.935,50€</b>
<u>MOBILIARIO URBANO</u>	Del 3 al 31 de mayo se pusieron <b>67 soportes</b> en Málaga, Valladolid y Logroño.	Acción valorada en <b>53.633€</b> / Coste real: <b>2.610€</b>
<u>CARRITOS DE CORREOS</u>	Publicidad en <b>carritos de reparto</b> en ciudades de más de 50.000 habitantes desde el 10 de mayo al 30 de junio.	Coste real <b>0€</b> (Se desconoce el coste a tarifa)
<u>VINILOS METRO VALENCIA</u>	<b>300 vinilos</b> en el interior de los vagones del Metro de Valencia del 15 de mayo al 15 de junio.	Acción <b>gratuita</b> , solo se asumió la producción: <b>485,51€</b> (Se desconoce el coste a tarifa)
<u>INTERCAMBIADORES MADRID</u>	Publicidad en <b>pantallas digitales</b> de los intercambiadores de Madrid (Avenida de América, Plaza de Casilla y Príncipe Pío) del 22 de mayo al 30 de junio	Acción valorada en <b>52.600€</b> / Coste real <b>0€</b>

## CAMPAÑA GOOGLE ADWORDS

ANUNCIOS	CLICS	IMPRESIONES	CTR	VALORACIÓN ECONÓMICA / COSTE REAL
5 Anuncios bajo el grupo "X Solidaria"	2.200	16.700	18,93%	1.811,57\$ (1.537,57€) / 0 €

## REDES SOCIALES

RED SOCIAL	SEGUIDORES	INTERACCIONES	IMPRESIONES
<u>Facebook</u>	15.463	4.674	147.522
<u>Twitter</u>	7.783	6.979	610.311
<u>Instagram</u>	769	1.105	119.936
<u>YouTube</u>	851	Visualizaciones: 162.809	6.226

HASHTAG UTILIZADOS	VALOR ECONÓMICO
#XSolidaria	77.179,03€
#ConTuXAvanzamos	136.487,52€

## ORGANIZACIÓN DE ENCUENTROS INFORMATIVOS Y COMUNICADOS

ORGANIZACIÓN	CANTIDAD
Ruedas de prensa	17 ruedas de prensa, 1 desayuno informativo cupones once.
Comunicados	7 notas de prensa, 1 artículo de opinión y 1 entrevista a la presidenta de la POAS.

## EMPRESAS E INSTITUCIONES

Un total de **52 empresas e instituciones** apoyan la campaña "X Solidaria". 10 de ellas son empresas nuevas y 5 medios de comunicación

## IMPACTOS EN MEDIOS DIGITALES E IMPRESOS Y VALORACIÓN ECONÓMICA DE LAS ENTREVISTAS CONSEGUIDAS

MEDIOS	IMPACTOS / NOTICIAS	VALOR ECONÓMICO
Digitales	325	806.059€
Impresos	71	68.668,56€
Entrevistas y cortes para Radio, TV y prensa escrita	15	94.110€

## PLAN DE MEDIOS SIN INVERSIÓN

MEDIOS	PASES	COSTE A TARIFA
Televisión	1825	El plan de medios de TV está valorado en <b>1.203.950€</b>
Radio	88	El plan de medios de radio está valorado en <b>359.678€</b>
<b>IMPRESIONES Y CLICS</b>		
Display	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Diario16.com:</b> 685.263 impresiones y 120 clics</li> <li>- <b>Cinco Días:</b> 868.363 impresiones y 365 clics</li> <li>- <b>Prensa Ibérica:</b> 1.000.015 impresiones y 846 clics</li> <li>- <b>BlueMedia:</b> 505.334 impresiones y 1.339 clics</li> <li>- <b>Unidad Editorial:</b> 220.042 impresiones y 114 clics</li> <li>- <b>CMCAM:</b> 466.055 impresiones y 610 clics</li> <li>- <b>ELDiario.es:</b> 600.084 impresiones y 100 clics</li> </ul>	Está valorado en <b>34.263,15€</b> <b>Diario16.com, 43.418,15€</b> <b>Cinco Días, 50.831,50€</b> <b>Prensa Ibérica, 50.533,40€</b> <b>BlueMedia, 16.723,19€</b> <b>Unidad Editorial, 18.642,20€</b> <b>CMCAM y 32.404,54€</b> <b>EIDiraio.es</b>  <b>TOTAL 246.816,13€</b>

## PLAN DE MEDIOS CON INVERSIÓN

DÓNDE	CUÁNDO	COSTE	RESULTADOS
YouTube	Del 21 de abril al 25 de junio	3.892,88€ en 4 vídeos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 279.831 impresiones</li> <li>- 347 clics</li> <li>- 158.668 visualizaciones</li> </ul>
Instagram + Facebook	Del 12 de abril al 25 de junio	6.654,35€ en 4 posts	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 611.108 impresiones</li> <li>- 4.871 clics</li> <li>- 281.589 visualizaciones</li> <li>- 361.497 alcance</li> </ul>

## VALORACIÓN ECONÓMICA E IMPACTOS ACCIONES CAMPAÑA

MEDIO O CANAL	VALORACIÓN ECONÓMICA	REPRESENTACIÓN % ECONÓMICA
TELEVISIÓN	1.203.950€	35,19%
ENTREVISTAS TV	53.367€	1,56%
RADIO	359.678€	10,51%
DISPLAY	246.816,13€	7,22%
ADWORDS	1.537,57€	0,05%
VALOR ECONÓMICO HASHTAGS	213.666,55€	6,25%
INVERSIÓN RRSS	10.547,23€	0,33%
CLIPPING	874.727,56€	25,51%
EXTERIOR	457.335,33€	13,38%
<b>TOTAL</b>	<b>3.421.625,37€</b>	<b>100%</b>