

CAMPAÑA X SOLIDARIA

RESUMEN INFORME FINAL 2023



BÚSCALA EN TU
DECLARACIÓN DE LA RENTA



#LLÁMALOX SOLIDARIA

Destina el **0,7%** de tus impuestos a desarrollar proyectos sociales que mejoran la vida de millones de personas.

No te cuesta nada: ni pagas más ni te devuelven menos.



RESUMEN INFORME CAMPAÑA 'XSOLIDARIA' 2023

CREATIVIDAD	2
PUBLICIDAD EXTERIOR	3
CAMPAÑA GOOGLE ADWORDS	4
REDES SOCIALES	5
ORGANIZACIÓN DE ENCUENTROS INFORMATIVOS Y COMUNICADOS	5
EMPRESAS E INSTITUCIONES	6
IMPACTOS EN MEDIOS DIGITALES E IMPRESOS Y VALORACIÓN ECONÓMICA DE LAS ENTREVISTAS CONSEGUIDAS	6
PLAN DE MEDIOS SIN INVERSIÓN	6
PLAN DE MEDIOS CON INVERSIÓN	7
VALORACIÓN ECONÓMICA E IMPACTOS ACCIONES CAMPAÑA	8

CREATIVIDAD

MATERIAL	PRODUCCIÓN
CARTELES EN CASTELLANO	2.474
CARTELES EN GALLEGO	571
CARTELES EN VALENCIANO	249
OCTAVILLAS EN CASTELLANO	16.058
OCTAVILLAS EN GALLEGO	4.261
OCTAVILLAS EN VALENCIANO	1.363
ENVIOS	95
SPOT EN CASTELLANO, GALLEGO Y VALENCIANO	2 EN CADA LENGUA TOTAL: 6
VIDEOS RRSS EN CASTELLANO, GALLEGO Y VALENCIANO	4 EN CADA LENGUA TOTAL: 12
BANNERS EN CASTELLANO, GALLEGO Y VALENCIANO)	14 EN CADA LENGUA TOTAL: 42
DOSSIER	1 prensa y 1 empresa
CUÑAS RADIO (EN CASTELLANO, GALLEGO Y VALENCIANO)	2 EN CADA LENGUA TOTAL: 6
FALDONES DE PRENSA (EN CASTELLANO, GALLEGO Y VALENCIANO)	2
MEDIAS PÁGINAS Y PÁGINAS ENTERAS (EN CASTELLANO, GALLEGO Y VALENCIANO)	4 EN CADA LENGUA TOTAL: 12
ENARAS EN CASTELLANO	10
ENARAS EN GALLEGO	2
ENARAS EN VALENCIANO	2

PUBLICIDAD EXTERIOR

ACCIONES	QUÉ SE HIZO	VALORACIÓN ECONOMICA VS COSTE REAL
<u>VIDEOWALL METRO MADRID</u>	En 14 pantallas digitales se exhibió la campaña del 25 de abril al 8 de mayo con un total de 229.320 pases de la creatividad.	Acción valorada en 23.377,20€ / Coste real: 4.675,44€
<u>MURAL LED GRAN VÍA METRO MADRID</u>	La campaña se expuso del 2 al 8 de mayo con un total de 8.190 pases de la creatividad.	Acción valorada en 4.579,85€ / Coste real: 915,97€
<u>MURAL LED NUEVOS MINISTERIOS METRO MADRID</u>	La campaña se expuso del 2 al 8 de mayo con un total de 8.190 pases de la creatividad.	Acción valorada en 6.243,6€ / Coste real: 1.248,72€
<u>PANTALLAS CALLAO MADRID</u>	La campaña se expuso del 28 de abril al 4 de mayo con un total de 2.352 pases de la creatividad.	Acción valorada en 7.548€ / Coste Real: 6.715,50€
<u>PANTALLAS PALACIO DE LA PRENSA MADRID</u>	La campaña se expuso del 12 al 18 de abril con un total de 2.696 pases de la creatividad.	Acción valorada en 9.810€ / Coste real: 3.662,07€
<u>CENTROS COMERCIALES CARREFOUR (EXTERIOR PLUS)</u>	En 45 centros comerciales se expusieron 300 pantallas en Madrid, Albacete, Almería, Asturias, Badajoz, Burgos, Cáceres, Cádiz, Cantabria, Castellón, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga, Murcia, Palencia, Salamanca, Segovia, Valladolid, Zaragoza del 11 de abril al 8 de mayo.	Acción con Exterior Plus valorada en 102.610,42€ / Coste real: 2.565,25€
<u>CENTROS COMERCIALES CARREFOUR (CLEAR CHANNEL)</u>	Del 16 de mayo al 12 de junio se exhibió la creatividad en 121 pantallas Play Carrefour en Madrid, Sevilla, Valencia y Málaga	Acción con Clear Channel valorada en 168.550,58€ / Coste real: 0€

<u>MOBILIARIO URBANO (EXTERIOR PLUS)</u>	Del 4 de abril al 1 de mayo se pusieron 91 soportes en Alicante, Huelva, Málaga, La Rioja, León y Valencia con Exterior Plus.	Acción con Exterior Plus valorada en 100.930,94€ / Coste real: 3.879,98€
<u>MOBILIARIO URBANO (CLEAR CHANNEL)</u>	Del 16 de mayo y el 12 de junio se exhibió la creatividad en 2.528 pantallas digitales de los circuitos Madrid, Sevilla, Valencia y Marbella con Clear Channel.	Acción con Clear Channel valorada en 386.522,4€ / Coste real: 7.638,73€
<u>VINILOS METRO ALICANTE</u>	80 vinilos en el interior de los vagones del Metro Alicante del 1 al 30 de junio.	Acción gratuita , solo se asumió la producción: 182,71€ (Se desconoce el coste a tarifa)
<u>PANTALLAS DE CINE</u>	Del 24 de abril al 7 de mayo se exhibió la creatividad en 65 mupis digitales de 16 cines en Madrid y Valencia.	Acción valorada en 41.920,45€ / Coste real 4.192,45€
<u>PARKINGS MADRID</u>	59 mupis digitales en 22 parkings del 11 de abril al 8 de mayo.	Acción valorada en 62.823,20€ / Coste real 1.570,58€
<u>CIRCUITO AFTERWORK</u>	Del 29 de mayo al 11 de junio a través de 157 mupis digitales en 107 locales de Sevilla, Madrid y Valencia.	Acción valorada en 101.254,01€ / Coste real: 8.099,74€
<u>AUTOBÚS SANTIAGO DE COMPOSTELA</u>	Del 8 de mayo al 8 de junio se exhibió la creatividad de la campaña en el autobús urbano 2649.	Acción valorada en 2.595,45€ / Coste real: 1.518,55€

CAMPAÑA GOOGLE ADWORDS

ANUNCIOS	CLICS	IMPRESIONES	CTR	VALORACIÓN ECONÓMICA / COSTE REAL
5 anuncios bajo el grupo "X Solidaria" del 5 de abril al 4 de julio	209	757	27,61%	156\$ (142,63€) / 0 €

REDES SOCIALES

RED SOCIAL	SEGUIDORES	INTERACCIONES	IMPRESIONES
<u>Facebook</u>	15.800	4.466	1.296.572
<u>Twitter</u>	8.160	7.280	197.819
<u>Instagram</u>	1.688	2.207	853.920
<u>YouTube</u>	856	Visualizaciones: 66.079	11.449

HASHTAG UTILIZADOS	VALOR ECONÓMICO
#Xsolidaria y #LlámaloXSolidaria	151.813,50€

ORGANIZACIÓN DE ENCUENTROS INFORMATIVOS Y COMUNICADOS

ORGANIZACIÓN	CANTIDAD
Ruedas de prensa	15 ruedas de prensa, 2 desayuno informativo / presentación cupones once, 7 actos de calle.
Comunicados	8 notas de prensa, 1 artículo de opinión y 1 entrevista a la presidenta de la POAS.

EMPRESAS E INSTITUCIONES

Un total de **61 empresas e instituciones** apoyan la campaña “X Solidaria”. 18 de ellas son empresas nuevas, de las cuales 10 son medios de comunicación.

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

MEDIOS	IMPACTOS / NOTICIAS	VALOR ECONÓMICO
Digitales	676	1.453.966,48€
Impresos	64	1.753.341€
Entrevistas y cortes para Radio, TV y prensa escrita	15	515.697€

PLAN DE MEDIOS SIN INVERSIÓN

MEDIOS	PASES	COSTE A TARIFA
Televisión	995	El plan de medios de TV está valorado en 1.071.801€
Radio	88	El plan de medios de radio está valorado en 372.900€
	IMPRESIONES Y CLICS	COSTE A TARIFA
Display	Más de 70 dominios como hola.com, marca.com, elpais.es o elmundo.es, entre otros, generando 2.000.962 impresiones y 582 clics.	La valoración económica total para todas las acciones de Display es de 117.040€ / Coste real: 0€

PLAN DE MEDIOS CON INVERSIÓN

DÓNDE	CUANDO	COSTE	RESULTADOS
YouTube	Del 2 de mayo al 30 de junio	1.857,14€ en 1 vídeo	- 91.252 impresiones - 113 clics - 59.377 visualizaciones
Facebook	Del 2 de mayo al 30 de junio	3.142,89€ en 2 posts	- 1.437.718 impresiones - 2.241 clics - 131.423 visualizaciones
Instagram	Del 2 de mayo al 30 de junio	2.071,43€ en 2 posts	- 843.424 impresiones - 367 clics - 43.445 visualizaciones
SEM	Del 2 de mayo al 30 de junio	3.212,11€ en la campaña	- 95.317 impresiones - 8.238 clics
Adform	Del 2 de mayo al 30 de junio	4.000€ en la campaña	- 2.546.926 impresiones - 3.000 clics
Spotify	Del 27 de marzo al 10 de abril y del 8 mayo al 30 de junio.	3.219€ en 2 anuncios	- 1.436.826 impresiones - 2.161 clics

VALORACIÓN ECONÓMICA DE LA CAMPAÑA

MEDIO O CANAL	VALORACIÓN ECONÓMICA	REPRESENTACIÓN % ECONÓMICA
CLIPPING (DIGITALES, IMPRESOS Y ENTREVISTAS)	3.723.004,48€	57,8%
TELEVISIÓN	1.071.081€	16,6%
EXTERIOR	1.001.408,10€	15,5%
RADIO	372.900€	5,7%
VALOR ECONÓMICO HASHTAGS	151.813,50€	2,3%
DISPLAY	117.040€	1,8%
SOCIAL PAID	22.000€	0,3%
ADWORDS	142,63€	0,0%
TOTAL	6.459.389,71€	100%