

CAMPAÑA X SOLIDARIA

RESUMEN INFORME FINAL 2026

TÚ MISMA TU FAMILIA TUS AMISTADES TU VECINA



EL GESTO LEGENDARIO

Marca la X Solidaria y ayuda a las personas que más lo necesitan sin que te cueste nada: ni pagas más, ni te devuelven menos.

Ya disponible en tu declaración de la renta  **CASILLA 106**
Actividades de Interés Social

 MEJOR GESTO DEL AÑO  ÓSCAR A LA SOLIDARIDAD  PREMIO ESPECIAL DEL PÚBLICO

RESUMEN INFORME CAMPAÑA 'XSOLIDARIA' 2026

CREATIVIDAD	2
PUBLICIDAD EXTERIOR	3
CAMPAÑA GOOGLE ADWORDS	6
REDES SOCIALES.....	6
ORGANIZACIÓN DE ENCUENTROS INFORMATIVOS Y COMUNICADOS	7
EMPRESAS E INSTITUCIONES.....	7
IMPACTOS EN MEDIOS DIGITALES E IMPRESOS Y VALORACIÓN ECONÓMICA DE LAS ENTREVISTAS CONSEGUIDAS	7
PLAN DE MEDIOS SIN INVERSIÓN	7
PLAN DE MEDIOS CON INVERSIÓN	8
VALORACIÓN ECONÓMICA E IMPACTOS ACCIONES CAMPAÑA.....	9

CREATIVIDAD

MATERIAL	PRODUCCIÓN
CARTELES EN CASTELLANO	3.261
CARTELES EN GALLEGO	511
CARTELES EN VALENCIANO	251
CARTELES EN CATALÁN	107
OCTAVILLAS EN CASTELLANO	13.492
OCTAVILLAS EN GALLEGO	3.785
OCTAVILLAS EN VALENCIANO	1.161
OCTAVILLAS EN CATALÁN	1.356
ENVÍOS	107
SPOTS EN CASTELLANO	2
VIDEOS RRSS EN CASTELLANO	4
BANNERS EN CASTELLANO	14
DOSSIER	1 prensa y 1 empresa
CUÑAS RADIO EN CASTELLANO	2
FALDONES DE PRENSA EN CASTELLANO	2
MEDIAS PÁGINAS Y PÁGINAS ENTERAS EN CASTELLANO	4

ENARAS EN CASTELLANO	10
ENARAS EN GALLEGO	2
ENARAS EN VALENCIANO	2

PUBLICIDAD EXTERIOR

ACCIONES	QUÉ SE HIZO	VALORACIÓN ECONOMICA VS COSTE REAL
<u>CIRCUITO MACROS DIGITALES EN METRO DE MADRID</u>	En pantallas digitales se exhibió la campaña del 14 al 27 de abril con un total de 40.320 pases de la creatividad.	Acción valorada en 31.490,25€ / Coste real: 6.298,05€
<u>MURAL LED GRAN VÍA METRO MADRID</u>	La campaña se expuso del 14 al 27 de abril con un total de 16.793 pases de la creatividad.	Acción valorada en 15.500,10€ / Coste real: 3.100,02€
<u>MURAL LED NUEVOS MINISTERIOS METRO MADRID</u>	La campaña se expuso del 14 al 27 de abril con un total de 16.793 pases de la creatividad.	Acción valorada en 16.679,85€ / Coste real: 3.335,97€
<u>PANTALLAS CALLAO Y GRAN VIA MADRID</u>	La campaña se expuso del 31 de marzo al 6 de abril con un total de 2.856 pases de la creatividad.	Acción valorada en 10.502,8€ / Coste Real: 7.865€
<u>CENTROS COMERCIALES CARREFOUR</u>	Del 31 de marzo al 27 de abril se exhibió la creatividad en 30 pantallas digitales de Madrid, Valencia, Sevilla y Málaga, emitiendo un total de 100.900 plays	Acción valorada en 193.600€ / Coste real: 2.904€
<u>MOBILIARIO URBANO (CLEAR CHANNEL)</u>	Del 31 de marzo y al 27 de abril se exhibió la creatividad en 26 pantallas digitales de los circuitos de la Comunidad de Madrid, Madrid (área metropolitana), Marbella, Sevilla y Valencia, lográndose un total de 196.514 plays	Acción valorada en 443.666,67€ / Coste real: 6.655€

<u>MOBILIARIO URBANO (EXTERIOR PLUS)</u>	Del 7 de abril y el 4 de mayo de mayo se pusieron 154 soportes en papel en Benidorm, Puerto de Santa María, Avilés, Albacete, Málaga, Torremolinos, Logroño, Gandía, Sagunto, Alcoy, Elche y Calpe y 10 pantallas digitales en León.	Acción valorada en 230.842€ / Coste real: 9.177,85€
<u>MOBILIARIO URBANO (HEXAGON PUBLICIDAD)</u>	Se ha expuesto la campaña en zonas de alto poder adquisitivo, 55 mupis digitales de Madrid y 30 mupis digitales de Barcelona del 1 al 21 de junio.	Acción valorada en 31.746,03€ / Coste real: 10.000€
<u>PARKINGS MADRID</u>	30 mupis digitales en 14 parkings del 7 de abril al 4 de mayo.	Acción valorada en 35.138,4€ / Coste real 878,46€
<u>VINILOS METRO ALICANTE</u>	80 vinilos en el interior de los vagones del Metro Alicante del 15 de mayo al 22 de junio.	Acción gratuita , solo se asumió la producción: 192,63€ / Coste real estimado: 4.840€
<u>AVIONES VUELING</u>	Del 27 de marzo al 30 de abril se colocaron 3 creatividades distintas intercaladas en todos los asientos de 4 aviones de Vueling que realizaron 700 viajes.	Acción valorada en 34.848€ / Coste real 8.470€
<u>CIRCUITO AFTERWORK</u>	Del 20 de abril al 17 de mayo a través de 37 mupis digitales en 31 locales de Sevilla, Cádiz, Málaga, Zaragoza, Barcelona, Madrid y Valencia.	Acción valorada en 57.305,60€ / Coste real: 3.323,87€
<u>CIRCUITO CINES</u>	Del 20 de abril al 17 de mayo en 63 pantallas de 20 cines de Granada, Marbella, Almería, Zaragoza, Santander, Barcelona, Madrid, Murcia, Alicante, Valencia, Sevilla, Málaga y Cádiz, realizando un total de 934.064 pases .	Acción valorada en 97.574,40€ / Coste real: 5.659,17€

<u>AUTOBÚS ORENSE</u>	Del 1 de abril al 30 de junio se exhibió la creatividad de la campaña en un autobús urbano.	Acción valorada en 1.805,97€ / Coste real: 1.210€
<u>AUTOBÚS SANTIAGO DE COMPOSTELA</u>	Del 1 de abril al 30 de junio se exhibió la creatividad de la campaña en un autobús urbano.	Acción valorada en 1.715,67€ / Coste real: 1.149,50€
<u>AUTOBÚS PONTEVEDRA</u>	Del 1 de abril al 30 de mayo se exhibió la creatividad de la campaña en un autobús urbano.	Acción valorada en 1.986,57€ / Coste real: 1.331€
<u>AUTOBÚS SANTANDER</u>	Del 1 de abril al 15 de mayo se exhibió la creatividad de la campaña en un autobús urbano.	Acción valorada en 2.347,76€ / Coste real: 1.573€
<u>CANCHA DEL OBRADOIRO BALONCESTO Y DEL CLUB BASKET CARTAGENA</u>	En los partidos del 17 y 26 de abril y el 8 de mayo se exhibió la creatividad de la campaña en las pantallas de la cancha del Obradoiro Baloncesto (Santiago de Compostela). En los partidos del 11 y 22 de abril y el 2 de mayo se exhibió la creatividad de la campaña en las pantallas de la cancha del Club Basket Cartagena.	Acción valorada en 1.669,97€ / Coste real: 726€ Acción valorada en 2.504,53€ / Coste real: 1.089€
<u>ESTACIÓN PRÍNCIPE PÍO (MADRID)</u>	Se ha realizado el vinilado de la estación de Príncipe Pío de Madrid del 8 de junio al 5 de julio con la imagen de la campaña.	Acción valorada en 60.500€ / Coste real: 15.125€

CAMPAÑA GOOGLE ADWORDS

ANUNCIOS	CLICS	IMPRESIONES	CTR	VALORACIÓN ECONÓMICA / COSTE REAL
12 anuncios bajo temáticas relativas a la "X Solidaria" del 1 de marzo al 30 de junio	387	1.661	23,30%	505,14 US\$ (498,61€) / 0 €

REDES SOCIALES

RED SOCIAL	SEGUIDORES	INTERACCIONES	IMPRESIONES
<u>Facebook</u>	15.534	10.539	10.426.866
<u>X (antes Twitter)</u>	7.752	2.951	41.024
<u>Instagram</u>	2.466	12.009	11.432.889
<u>YouTube</u>	936	Visualizaciones: 69.587	3.326
<u>LinkedIn</u>	544	130	4.605

HASHTAG UTILIZADOS	VALOR ECONÓMICO
#Xsolidaria y #ElGestoLegendario	61.190,44€

ORGANIZACIÓN DE ENCUENTROS INFORMATIVOS Y COMUNICADOS

ORGANIZACIÓN	CANTIDAD
Actos de campaña	11 ruedas de prensa, 17 actos de calle y 1 encuentro informativo
Comunicados	9 notas de prensa /comunicados, 1 artículo de opinión y 1 entrevista a la presidenta de la POAS

EMPRESAS E INSTITUCIONES

Un total de **73 empresas e instituciones** apoyan la campaña “X Solidaria”. 12 empresas nuevas, 2 de ellas medios de comunicación.

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

MEDIOS	NOTICIAS / ENTREVISTAS	VALOR ECONÓMICO	IMPACTOS
Digitales	415	855.070€	484.410.000
Impresos	76	63.410€	2.230.000
Entrevistas y cortes para Radio, TV y prensa escrita	17	150.030,87€	5.423.969

PLAN DE MEDIOS SIN INVERSIÓN

MEDIOS	PASES	COSTE A TARIFA
Televisión	614	El plan de medios de TV está valorado en 661.991€
Radio	75	El plan de medios de radio está valorado en 363.420€

PLAN DE MEDIOS CON INVERSIÓN

DÓNDE	CUANDO	COSTE	RESULTADOS
YouTube	Del 15 de abril al 15 de mayo	760€ en 6 vídeos	- 258.026 impresiones - 766 clics - 31.982 visualizaciones
Meta (Facebook + Instagram)	Del 16 de marzo al 30 de junio	8.131,16€ € en 11 campañas	- 13.984.183 impresiones - 9.898 clics - 82.717 ThruPlay (reproducciones / visualizaciones)
Spotify	Del 31 de marzo al 15 de junio	4.132€ en 1 anuncio de video	- 1.740.924 impresiones - 495 clics - 286.817 reproducciones
Linkedin ADS	Del 18 al 25 de marzo 18 de mayo	293,89€ en: - 4 campañas dirigidas al público general (B2C) - 2 campañas específicas de carácter B2B (Business-to-Business)	- 180.752 impresiones - 96 clics - 108 reacciones
Campaña display (whitelist, contextual e In-App)	Del 25 de marzo al 12 de abril	3.306,50€ en banners	- 2.001.989 impresiones - 9.898 clics - 1.082.826 usuarios únicos
Campaña display (programática)	Del 10 al 30 de junio	5.750€ en banners	- 155.100.000 impresiones - 1.882.490 clics
WATIF TV	Entre el 26 de marzo y el 13 de junio	8.100€ en 4 menciones en el programa, 4 menciones en la newsletter y 2 reels de Instagram, TikTok, X y YouTube Shorts	- 218.955 personas alcanzadas - 124.800 personas en podcast - 34.100 aperturas de newsletters - 60.055 visualizaciones en RRSS - 842 me gusta - 28 comentarios

VALORACIÓN ECONÓMICA DE LA CAMPAÑA

MEDIO O CANAL	VALORACIÓN ECONÓMICA	REPRESENTACIÓN % ECONÓMICA
PUBLICIDAD EXTERIOR	1.276.273,6€	36,85%
CLIPPING (DIGITALES, IMPRESOS Y ENTREVISTAS)	1.068.510,87€	30,85%
TELEVISIÓN	661.991€	19,11%
RADIO	363.420€	10,49%
VALOR ECONÓMICO HASHTAGS	61.190,44€	1,77%
SOCIAL PAID (META, LINKEDIN Y YOUTUBE)	10.172,88€	0,30%
DISPLAY DSP (ESKIMOZ + ONIAD)	9.056,5€	0,26%
WATIF TV	8.100€	0,23%
SPOTIFY ADS	4.131,96€	0,12%
G. ADWORDS	498,61€	0,02%
TOTAL	3.463.345,86€	100%

IMPACTOS DE LA CAMPAÑA

MEDIO	Nº DE IMPACTOS
CLIPPING (DIGITALES, IMPRESOS Y ENTREVISTAS)	494.293.969
DISPLAY DSP (ESKIMOZ + ONIAD)	157.101.989
PUBLICIDAD EXTERIOR	131.092.991
TELEVISIÓN	41.677.340
RADIO	38.420.000
REDES SOCIALES ORGÁNICAS	21.867.686
SOCIAL PAID (META, LINKEDIN Y YOUTUBE)	14.422.961
SPOTIFY ADS	1.740.924
WATIF TV	218.955
IMPACTOS HASHTAGS DE CAMPAÑA	138.281
G. ADWORDS	1.661
TOTAL	898.746.757