

CAMPAÑA X SOLIDARIA

RESUMEN INFORME FINAL 2024

FICHA POR EL EQUIPO MÁS GRANDE DE ESPAÑA



EL EQUIPO DONDE TODAS LAS PERSONAS MARCAN

Tú también puedes marcar contra las desigualdades y a favor de las personas que más lo necesitan. Marca la **casilla 106** de Fines Sociales en tu declaración de la renta. A ti no te cuesta nada: **ni pagas más, ni te devuelven menos.**



Búscala en tu declaración de la renta y márcala
#EquipoXSolidaria

CASILLA 106
Actividades de Interés Social

Coordina:



Con el apoyo de:



RESUMEN INFORME CAMPAÑA 'XSOLIDARIA' 2024

CREATIVIDAD	2
PUBLICIDAD EXTERIOR	3
CAMPAÑA GOOGLE ADWORDS	5
REDES SOCIALES	5
ORGANIZACIÓN DE ENCUENTROS INFORMATIVOS Y COMUNICADOS	6
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	7

CREATIVIDAD

MATERIAL	PRODUCCIÓN
CARTELES EN CASTELLANO	3.602
CARTELES EN GALLEGO	305
CARTELES EN VALENCIANO	441
CARTELES EN CATALÁN	326
OCTAVILLAS EN CASTELLANO	17.566
OCTAVILLAS EN GALLEGO	1.642
OCTAVILLAS EN VALENCIANO	3.554
OCTAVILLAS EN CATALÁN	707
ENVIOS	112
SPOT EN CASTELLANO, GALLEGO, VALENCIANO Y CATALÁN	2 EN CADA LENGUA TOTAL: 8
VIDEOS RRSS EN CASTELLANO, GALLEGO, VALENCIANO Y CATALÁN	4 EN CADA LENGUA TOTAL: 16
BANNERS EN CASTELLANO	14
DOSSIER	1 prensa y 1 empresa
CUÑAS RADIO (EN CASTELLANO, GALLEGO, VALENCIANO Y CATALÁN)	2 EN CADA LENGUA TOTAL: 8
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 DS SENCILLO METRO MADRID</u>	En 50 pantallas digitales se exhibió la campaña del 9 al 22 de abril con un total de 798.000 pases de la creatividad.	Acción valorada en 22.163,57€ / Coste real: 4.432,23€
<u>MURAL LED GRAN VÍA METRO MADRID</u>	La campaña se expuso del 3 al 9 de abril con un total de 8.190 pases de la creatividad.	Acción valorada en 6.047,58€ / Coste real: 1.210€
<u>MURAL LED NUEVOS MINISTERIOS METRO MADRID</u>	La campaña se expuso del 3 al 9 de abril con un total de 8.190 pases de la creatividad.	Acción valorada en 7.257,58€ / Coste real: 1.452€
<u>PANTALLAS CALLAO Y GRAN VIA MADRID</u>	La campaña se expuso del 6 al 12 de mayo con un total de 3.072 pases de la creatividad.	Acción valorada en 9.133,08€ / Coste Real: 6.050€
<u>CENTROS COMERCIALES CARREFOUR (CLEAR CHANNEL)</u>	Del 3 al 9 de abril se exhibió la creatividad en 121 pantallas Play Carrefour en Madrid, Valencia, Sevilla y Málaga.	Acción con Clear Channel valorada en 181.381,42€ / Coste real: 0€
<u>MOBILIARIO URBANO (EXTERIOR PLUS)</u>	Del 9 de abril al 6 de mayo se pusieron 141 soportes en papel en Alicante, Cádiz, Huelva, Málaga, La Rioja y Valencia y 10 pantallas digitales en Leon.	Acción con Exterior Plus valorada en 216.948,16€ / Coste real: 7.834,44€

	Del 23 de abril al 20 de mayo se exhibieron 10 soportes en papel Málaga.	
<u>MOBILIARIO URBANO (CLEAR CHANNEL)</u>	Del 3 al 29 de abril se exhibió la creatividad en 120 pantallas digitales de los circuitos Madrid, Sevilla, Valencia y Marbella con Clear Channel.	Acción con Clear Channel valorada en 396.179,41€ / Coste real: 7.986€
<u>VINILOS METRO ALICANTE</u>	80 vinilos en el interior de los vagones del Metro Alicante del 1 de junio al 1 de julio.	Acción gratuita , solo se asumió la producción: 122,69€ (Se desconoce el coste a tarifa)
<u>AVIONES IBERIA</u>	Del 3 al 30 de abril se colocaron 3 creatividades distintas intercaladas en todos los asientos de 2 aviones de Iberia Express con base en Madrid, en un total de 360 asientos.	Acción valorada en 16.940€ / Coste real 10.000€
<u>PARKINGS MADRID</u>	52 mupis digitales en 21 parkings del 8 de abril al 5 de mayo.	Acción valorada en 58.138,08€ / Coste real 1.453,42€
<u>CIRCUITO AFTERWORK</u>	Del 6 al 19 de mayo a través de 175 mupis digitales en 108 locales de Sevilla, Madrid, Barcelona y Valencia.	Acción valorada en 122.447,5€ / Coste real: 7.000€
<u>AUTOBÚS SANTIAGO DE COMPOSTELA</u>	Del 6 de mayo al 6 de junio se exhibió la creatividad de la campaña en el autobús urbano 3168 de la línea 6.	Acción valorada en 2.595,45€ / Coste real: 1.518,55€
<u>AUTOBÚS VIGO</u>	Del 6 de mayo al 21 de junio se exhibió la creatividad de la campaña en el autobús interurbano número 6311.	Acción valorada en 2.951,19€, / Coste real: 1.708,28€

CAMPAÑA GOOGLE ADWORDS

ANUNCIOS	CLICS	IMPRESIONES	CTR	VALORACIÓN ECONÓMICA / COSTE REAL
6 anuncios bajo el grupo "X Solidaria" del 3 de abril al 1 de julio	109	251	43,43%	35,08\$ (32,27€) / 0 €

REDES SOCIALES

RED SOCIAL	SEGUIDORES	INTERACCIONES	IMPRESIONES
<u>Facebook</u>	15.738	3.426	3.023.922
<u>Twitter</u>	8.118	3.302	74.597
<u>Instagram</u>	1.875	1.946	447.702
<u>YouTube</u>	895	Visualizaciones: 141.122	12.997

HASHTAG UTILIZADOS	VALOR ECONÓMICO
#Xsolidaria y #EquipoXSolidaria	86.870,70€

ORGANIZACIÓN DE ENCUENTROS INFORMATIVOS Y COMUNICADOS

ORGANIZACIÓN	CANTIDAD
Ruedas de prensa	17 ruedas de prensa, 5 actos de calle y 2 encuentros informativos
Comunicados	7 notas de prensa, 1 artículo de opinión, 1 entrevista a la presidenta de la POAS y 2 entrevistas a personas beneficiarias de la X Solidaria.

EMPRESAS E INSTITUCIONES

Un total de **56 empresas e instituciones** apoyan la campaña "X Solidaria". 4 de ellas son empresas nuevas, de las cuales 1 es un medio de comunicación.

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

MEDIOS	IMPACTOS / NOTICIAS	VALOR ECONÓMICO
Digitales	565	1.020.000€
Impresos	54	534.220€
Entrevistas y cortes para Radio, TV y prensa escrita	8	341.595€

PLAN DE MEDIOS SIN INVERSIÓN

MEDIOS	PASES	COSTE A TARIFA
Televisión	588	El plan de medios de TV está valorado en 892.600€
Radio	109	El plan de medios de radio está valorado en 407.500€

PLAN DE MEDIOS CON INVERSIÓN

DÓNDE	CUANDO	COSTE	RESULTADOS
YouTube	Del 2 de mayo al 30 de junio	1.750€ en 1 vídeo	- 308.367 impresiones - 406 clics - 138.403 visualizaciones
Meta (Facebook + Instagram)	Del 3 de abril y el 1 de julio Del 18 al 30 de junio	1.750€ en 2 posts 2.644€ en 2 posts	- 3.899.968 impresiones - 2.365 clics - 149.717 ThruPlay (reproducciones / visualizaciones)
Spotify	25 de marzo al 8 de abril	3.305,80 en 2 anuncios	- 565.798 impresiones - 417 clics

VALORACIÓN ECONÓMICA DE LA CAMPAÑA

MEDIO O CANAL	VALORACIÓN ECONÓMICA	REPRESENTACIÓN % ECONÓMICA
CLIPPING (DIGITALES, IMPRESOS Y ENTREVISTAS)	1.895.815€	43,15%
EXTERIOR	1.100.321,10€	25,04%
TELEVISIÓN	892.600€	20,32%
RADIO	407.500€	9,27%
VALOR ECONÓMICO HASHTAGS	86.870,70€	1,98%
SOCIAL PAID	9.450€	0,21%
ADWORDS	32,27€	0,03%
TOTAL	4.392.589,07€	100%

IMPACTOS DE LA CAMPAÑA

MEDIO	Nº DE IMPACTOS
CLIPPING (DIGITALES, IMPRESOS Y ENTREVISTAS)	11.449.956
EXTERIOR	41.939.441
TELEVISIÓN	28.097.000
RADIO	14.132.000
VALOR ECONÓMICO HASHTAGS	53.515.524
SOCIAL PAID	4.772.335
ADWORDS	251
TOTAL	153.906.507