

DIFUSIÓN EN MEDIOS: TRAJE SIMULADOR DE ENVEJECIMIENTO/INVESTIGACIÓN FRAGILIDAD EN MAYORES

1. Apariciones en medios de comunicación.-

Las acciones de concienciación social impulsadas por el Instituto de Investigación Sanitaria Getafe y el Servicio de Geriátrica del Hospital Universitario de Getafe mediante el traje simulador de envejecimiento y de difusión de los proyectos europeos sobre fragilidad se han emitido en los siguientes medios (ver tabla).

Estimación económica

Estas apariciones en medios de comunicación se han producido en programas de información y divulgación de ámbito internacional, nacional y regional, con un alto impacto de audiencia en población general.

Si queremos extrapolar la difusión obtenida con una difusión similar, en términos de audiencia, a través de campañas publicitarias según las actuales tarifas de mercado obtenemos los siguientes resultados (ver apartado “Impacto Económico” en tabla):

PRENSA ESCRITA:

FECHA	MEDIO	PROGRAMA/SECC.	AUDIENCIA	TIEMPO /ESPACIO	IMPACTO ECO.
22-02-17	EL PAIS Digital	Madrid	1,6 mill. usuarios únicos	1 pág. +video	37.000 euros.
09-03-17	Web Onda Cero Radio	Noticias Madrid	1 mill usuarios únicos	1 pág. +video	25.000 euros.
23-03-17	Cinco Días	Especial Envejecimiento	23.000 lectores	1 pág.	9.650 euros
14-04-17	XINHUA en español (agencia noticias china)	Noticias sociedad	1,2 mill usuarios únicos	1 pág. +video	30.000 euros.
14-06-17	CNN en español	Noticias sociedad	1,3 mill usuarios únicos	1 pág. +video	33.000 euros.
TOTAL:			5.100.000 U.U.		133.650 euros.

RADIOS:

FECHA	MEDIO	PROGRAMA/SECC.	AUDIENCIA	TIEMPO /ESPACIO	IMPACTO ECO.
24-02-17	COPE	Mediodía	354.000	5 min	35.000 euros.
28-02-17	COPE	Mediodía	354.000	11 min.35 seg.	115.000 euros.
28-02-17	COPE	Más Madrid	95.000	15 min.	24.000 euros.
09-03-17	Onda Cero	Informativo Madrid	100.000	4 min 30 seg.	6.000 euros.
09-03-17	Onda Cero	Julia en la Onda	470.000	4 min. 45 seg.	50.000 euros.
08-09-17	Onda Cero	Magazine Madrid	100.000	6 min.	7.200 euros.
09-03-17	Onda Cero	Más de Uno	1.093.000	20 min.	390.000 euros.
TOTAL:			2.566.000	1 H. 6 MIN. 50 SEG.	627.200 EUROS.

TELEVISIONES:

FECHA	MEDIO	PROGRAMA/SECC.	AUDIENCIA	TIEMPO /ESPACIO	IMPACTO ECO.
28-02-17	Telecinco	Informativo 14 h.	1,8 mill	1 min. 20 seg.	28.000 euros.
28-02-17	Cuatro	Crónica Cuatro (Dto.)	450.000	4 min. 20 seg.	39.000 euros.
01-03-17	TVE-1	Telediario 15 h.	2,1 mill.	1 min. 50 seg.	35.000 euros.
01-03-17	TVE-1	Telediario 21 h.	2,2 mill.	1 min. 50 seg.	75.000 euros.
11-03-17	Antena 3	Informativo F/S 15 h.	1,8 mill.	1 min. 15 seg.	48.000 euros.
20-03-17	Antena 3	EL HORMIGUERO (Dto.)	3 MILL.	13 MINUTOS	585.000 euros.
21-03-17	Tele Madrid	Las claves del día (Dto.)	450.000	18 min.	270.000 euros.
27-03-17	C-LM TV	Informativo 14 h.	850.000	1 min. 15 seg.	3.200 euros.
27-03-15	C-LM TV	Informativo 20 h.	875.000	1 min. 15 seg.	2.800 euros.
27-03-15	C-LM TV	Ancha es C-LM (Dto.)	900.000	4 min.	8.400 euros.
02-08-17	TVE-1	Doctor Romero (Reality salud)	1 mill	3 min.	135.000 euros
22-09-17	TVE-1	Informativo Madrid 14 h.	84.000	1 min.	8.600 euros
22-09-17	TVE-1	Informativo Madrid 16 h.	92.000	1 min.	9.000 euros
24-09-17	Tele Madrid	Informativo F/S 14 h.	380.000	1 min. 20 seg.	23.600 euros.
24-09-17	Tele Madrid	Informativo F/S 14 h.	380.000	1 min. 20 seg.	28.600 euros.
26-09-17	TVE-1	"Saber vivir" – Las Mañanas	260.000	6 min.	117.000 euros.
TOTAL:			16.621.000	1 H. 1 MIN. 50 SEG.	1.415.800 EUROS.

RESUMEN:**TOTAL AUDIENCIA:**

Fuente: Kantar Media.

24,2 MILLONES DE PERSONAS**TOTAL IMPACTO ECONÓMICO:****2.176.450 EUROS**