

Pedido de informes**Información solicitada:**

Publicidad y promoción, específicamente los contratos, órdenes de compra, así como cualquier gasto derivado de los referidos rubros. Que los referidos datos sean discriminados por A - MEDIO DE COMUNICACIÓN B - Si la adquisición fue concertada directamente con el medio de comunicación o participaron agencias u otros.

Período 2020 - 2023.

Aclara si existen partidas comprometidas para utilizarse en futuros períodos.

1. Gasto destinado a publicidad, propaganda y promoción.**2020**

Campaña "Plan Nacional Coronavirus" El objetivo de la misma fue sensibilizar y alertar a la población sobre los síntomas y medidas a adoptar para el evitar el contagio y la propagación de COVID-19. El desarrollo creativo de la campaña estuvo a cargo de la Agencia Notable y la estrategia en redes sociales a cargo de la Agencia Cardinal. Ambas agencias donaron sus honorarios, teniéndose que pagar los productos tercerizados, la publicidad en redes sociales, Mediciones y Mercados.

La campaña se canalizó mediante redes sociales y medios tradiciones: radio, TV, prensa.

Agencia	Detalle	Inversión (IVA incluido)
Notable	Filmación Traducción lengua de señas	36.600
Notable	Costo locutora 4 animaciones para TV e internet	102.179,88
Cardinal	Realización del micrositio	236.070
Cardinal	Pauta en Facebook	114.680
Mediciones y Mercado	Servicios A/V auditor. TV y Radio	92.476
TOTAL		582.005,88

Año	Monto	Concepto	Proveedor
2020	36.000	Plan Nacional Coronavirus - filmación intérprete de señas	Armando, Javier, Venancio Gómez
2020	\$ 102.180	Plan Nacional Coronavirus - 4 animaciones para TV	Publicidad Notable S.A.
2020	92.476	Plan Nacional Coronavirus - control de pauta y planificación	Transia S.A.

2021

Las campañas vinculadas realizadas por el MSP en 2021 no implicaron desembolsos por parte del Ministerio de Salud Pública.

Entre mayo y agosto se desarrolló la campaña de vacuna contra la gripe, financiada con fondos de la Organización Panamericana de la Salud.

<https://www.gub.uy/ministerio-salud-publica/comunicacion/noticias/comienza-campana-antigripal-ano-convivira-vacunacion-covid-19>

En julio se realizó la campaña de efectividad vacunal: <https://www.gub.uy/ministerio-salud-publica/comunicacion/noticias/campana-efectividad-vacunal-ciencia-clave-futbol> que fue financiada con fondos de la Organización Panamericana de la Salud.

En agosto, con el objetivo de promover los cuidados en el marco del 24 de agosto, la noche de la nostalgia, se realizó una campaña titulada: "La protokola: <https://www.gub.uy/ministerio-salud-publica/comunicacion/noticias/protokola-campana-promueve-diversion-cuidados>

Que fue realizada por la oficina de comunicación es decir con recursos propios del ministerio e inversión económica.

Las últimas dos campañas fueron desarrolladas para plataformas digitales: web y redes oficiales del MSP.

2022

Durante mediados de enero y febrero se realizó la campaña de comunicación relativa a la dosis de refuerzo de la vacunación covid para mayores de 70 años, se presentó la siguiente propuesta. La plataforma de difusión fue vía pública, mediante las pantallas de IMPO en zonas estratégicas

Se exponen los detalles a continuación:

Medios seleccionados: Abitab interior, Abitab Montevideo, ómnibus de Montevideo, Circuito de medicina en Montevideo, Circuito de medicina en Interior, pantalla IMPO frente a la explanada de la IM.

Días de pauta: 30 días en pantalla IMPO / 15 días en resto de los medios

Cantidad total de emisiones diarias: 25053

Cantidad total de pantallas: 672.

Las emisiones están calculadas en base a videos de 15 segundos.

Monto total + IVA = \$56.425

Opción 2 - 15 días de pauta					
Medio	Emisiones diarias	Días de pauta	Pantallas	Inversión por mes	
Abitab Interior	10620	15	236	\$U	4.500
Abitab MVD	10395	15	231	\$U	9.250
BUSES	840	15	60	\$U	9.700
Medicina Montevideo	1474	15	67	\$U	7.000
Medicina Interior	1694	15	77	\$U	7.800
Pantalla IMPO (BASE)	30	30	1	\$U	8.000
TOTALES	25053		672	\$U	46.250

De agosto a diciembre de 2022 se realizó la campaña de comunicación de inmunizaciones con el objetivo de poner al día los certificados de esquema de vacunación e incrementar las tasas vacunales en la población.

La campaña tuvo presencia en medios tradicionales - tv, radio y vía pública - y redes sociales - IG, FB, Twitter (canales oficiales del MSP).

La licitación fue adjudicada a Wunderman Thompson y la erogación económica fue de \$4.200.000. Dentro de ese monto, la agencia de medios Mindshare, a cargo de la pauta, destinó a radio en el interior \$187.471. En Montevideo los medios utilizados fueron radio, tv, redes sociales oficiales y refugios peatonales y el monto invertido en este rubro fue de \$473.744.

Las campañas realizadas en 2021 y 2023 fueron desarrolladas para plataformas digitales: web y redes oficiales del MSP.

La campaña de 2022 dirigida a los mayores de 70 con el objetivo de promover la vacunación contra covid-19 con tercera dosis utilizó como plataforma de difusión la vía pública, mediante las pantallas de IMPO.

La campaña de comunicación de inmunizaciones utilizo para su difusión redes sociales y medios tradicionales.

2023

Se realizó la campaña digital de sensibilización, para promover la vacuna antigripal, dirigida a la población de riesgo. Comenzó el 29 de mayo y se extendió hasta el 1° de agosto. El monto asignado fue administrado por la agencia contratada por el organismo internacional OPS responsable de financiar la campaña. No hubo erogación económica por parte del ministerio.

La campaña de desarrolló en plataformas digitales mediante los canales oficiales del MSP: WEB, IG, FB y Twitter.

En 2023 se contrataron seis períodos de pauta de 30 días cada uno en las pantallas de IMPO para difundir contenidos de prevención y promoción en salud en diversas áreas. La primera corresponde a la campaña de vacunación contra la gripe, la segunda a prevención de enfermedades no transmisibles. Hasta el momento se utilizaron dos períodos de pauta de \$279.380 IVA incluido cada uno.

Está previsto invertir este mismo monto durante 4 períodos más para alcanzar los seis meses de contratación. El calendario de temas está vinculado a salud mental (corriendo en este momento), cuidados paliativos, actividad física y más contenido a definir.