



CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA,  
JUSTICIA E INTERIOR

DIRECCIÓN GENERAL DE RELACIONES  
CON LA ASAMBLEA DE MADRID

EXCMA. SRA.

Adjunto traslado a V.E. CONTESTACIÓN a la PETICIÓN DE INFORMACIÓN solicitada al amparo del artículo 18 del Reglamento de la Asamblea por el Diputado del Grupo Parlamentario Vox en Madrid, Sr. Cutillas Cordon, que se relaciona a continuación:

- **PI 5740/21 R 19821**

Madrid, a la fecha de la firma  
EL DIRECTOR GENERAL

Firmado digitalmente por: ENRIQUEZ GONZALEZ NICOLAS  
Fecha: 2022.02.14 18:29

EXCMA. SRA. PRESIDENTA DE LA ASAMBLEA DE MADRID



A los efectos del art. 18 del Reglamento de la Asamblea de Madrid, se traslada respuesta del Gobierno respecto del asunto de referencia:

## PETICIÓN DE INFORMACIÓN

PI 5740/21 R 19821

**AUTOR/A:** Jorge Arturo Cutillas Cordón (GPVOX) ,

**ASUNTO:** copia del Informe con objetivos, indicadores y resultados de la empresa IRIS MEDIA AGENCIA DE MEDIOS, S.L a la Dirección General de Turismo, en cumplimiento del AM 05-AM-01/2020, de acuerdo con el contrato formalizado el 26 de noviembre de 2020 por un periodo de 12 meses

### RESPUESTA:

#### 1.- Campaña de Promoción Turística de la Comunidad de Madrid en Semana Santa

Objetivos: campaña en radio realizada con carácter previo a la Semana Santa de 2021, dirigida al público general de la Comunidad de Madrid, con el fin de poner en valor bajo el slogan “Madrid sin ir más lejos” la propia oferta turística de la región durante esas fechas.

Indicadores y resultados: ver Anexo 1.

#### 2.- Campaña de Promoción Turística de la Comunidad de Madrid Primavera-Verano 2021

Objetivos: con el fin de seguir reactivando el turismo de la región se llevó a cabo una campaña en los meses de primavera-verano, bajo el claim “Brilla en Madrid” tanto on line como off line dirigida al público nacional con el que se pretendía incidir en las múltiples experiencias que ofrece la Comunidad de Madrid como destino turístico.

Indicadores y resultados campaña off line: ver Anexo 2.

Indicadores y resultados campaña on line: ver Anexo 3.

#### 3.- Campaña de Promoción Turística de la Comunidad de Madrid lote 1 y lote 2

Objetivo: con el fin de complementar y reforzar las campañas más convencionales y generalistas destinadas a la promoción turística del destino Comunidad de Madrid desarrollando una serie de acciones especiales on line y off line, consistentes en contenidos de temática más específica con el fin que tanto el madrileño como el visitante nacional descubriese rutas y recursos turísticos más inéditos. Publicados 34 contenidos online, 8 publireportajes en prensa, y realizadas cuñas, menciones especiales y entrevistas en radio sobre Madrid como destino gastronómico y cultural.

Indicadores y resultados campaña off line: ver Anexo 4.

Indicadores y resultados campaña on line: ver Anexo 5.



#### **4.- Campaña de Promoción Turística de la Comunidad de Madrid Otoño 2021 lote 1 y 2**

Objetivo: con el fin de seguir reactivando el turismo de la región se llevó a cabo una campaña en los meses de otoño (siendo este una de las épocas de mayor atracción turística de la región al no ser un destino de sol y playa), tanto on line como off line dirigida al público nacional con el que se pretendía incidir en las múltiples experiencias que ofrece la Comunidad de Madrid como destino turístico. La campaña permitió, además de poner en valor la oferta turística regional patrimonial de gastronomía ocio y enoturismo de la región, difundir en los potenciales viajeros residentes en España la disponibilidad del bono turístico de la Comunidad de Madrid.

Indicadores y resultados campaña off line: ver Anexo 6.

Indicadores y resultados campaña on line: ver Anexo 7.

#### **5.- Campaña Promoción Turística de la Comunidad de Madrid como destino Cultural lote 2**

Objetivo: campaña on line segmentada dirigida al turista norteamericano con una franja de edad de 30-50 años de segmento adquisitivo medio-alto interesado en patrimonio, oferta cultural, flamenco o gastronomía como una vertiente más de la oferta cultural.

Indicadores y resultados: ver Anexo 8.

#### **6.- Campaña Promoción Turística Comunidad de Madrid como destino de compras lote 2 (realizada en colaboración con el Ayuntamiento de Madrid)**

Objetivo: promocionar la región y la ciudad de Madrid como destino de compras en el mercado británico, poniendo en valor la variedad de la oferta comercial. Por un lado, se trataba de animar a los británicos –sobre todo a los londinenses- a venir a Madrid para hacer sus compras aprovechando la situación provocada por el Brexit e insistir en que, en esta nueva situación, se les devuelve el IVA de todas las compras que realicen. Por otro lado, se quiere invitar a disfrutar de la vida y experiencias que la región madrileña ofrece, lo que hace de la CM un destino de compras diferente.

La campaña siguió el eslogan: “*Madrid come for tax free shopping. Stay for our way of live*”.

Realizada en colaboración con el Ayuntamiento de Madrid, quien asumió los soportes off line. CM asumió los soportes on line (medios y webs especializadas en viajes, lujo, ocio, entretenimiento y estilo de vida) para impactar al público objetivo al que se quería llegar (alto poder adquisitivo, entre 30 y 55 años, abierto a viajar para realizar compras y aprovechar la experiencia).

Indicadores y resultados: ver Anexo 9.

Madrid, 1 de febrero de 2022

EXCMA. SRA. PRESIDENTA DE LA ASAMBLEA DE MADRID



**COMUNIDAD DE MADRID**  
**CAMPAÑA TURISMO SEMANA SANTA**

**MEDIO: RADIO**

Campaña desarrollada durante una semana, del 27 de marzo al 3 de abril de 2021, con el objetivo de promocionar el Turismo interior en la Comunidad de Madrid de cara a la Semana Santa.

Estrategia de cobertura y frecuencia en radio alcanzando a más del 58% de los madrileños con muy alto nivel de frecuencia (más de 11 impactos por individuo) durante la propia Semana Santa con ámbito de emisión Comunidad de Madrid.

La campaña se desarrolló satisfactoriamente en las fechas previstas cumpliéndose el 100% de sus objetivos.

RADIO	
	TOTAL INDV. COMUNIDAD MADRID
Cobertura (%)	58,10
Total Cobertura	3.389.698
O.T.S.	11,5
G.R.P.'s	666,43
Total Contactos	38.881.172
Cuantificación	5.834.247

Fuente: EGM 3º Acumulado Movil 2021



**COMUNIDAD DE MADRID****CAMPAÑA TURISMO PRIMAVERA - VERANO****PRENSA**

Campaña desarrollada del 1 de junio al 31 de julio de 2021 basada en acciones de publicidad en medios offline para promocionar el turismo de verano de la Comunidad de Madrid con el mensaje "Brilla Madrid".

Estrategia de prensa nacional tanto en sus secciones generales como en sus suplementos de viajes enriqueciendo de esta manera a la campaña con la cobertura y confianza que aporta de la prensa y la afinidad y prescripción de los suplementos de viajes.

Así mismo la campaña se promovió dentro de la Comunidad de Madrid mediante la prensa de proximidad que llega a las diferentes poblaciones y distritos que integran la Comunidad de Madrid.

La campaña se desarrolló según lo previsto cumpliendo con las fechas ya la planificación de la misma alcanzando el 100% de los objetivos.

	PRENSA	
	TOTAL INDIV. ESPAÑA	TOTAL INDIV. COMUNIDAD MADRID
Cobertura (%)	4,89	11,25
Total Cobertura	2.002.361	656.353
O.T.S.	1,4	1,6
G.R.P.'s	6,97	17,50
Total Contactos	2.854.082	1.020.993
Cuantificación	40.948.086	5.834.247

Fuente: EGM 3º Acumulado Movil 2021



**COMUNIDAD DE MADRID**  
**CAMPAÑA TURISMO PRIMAVERA - VERANO**

**REVISTAS**

Campaña desarrollada en el mes de junio 2021 basada en acciones de publicidad en medios offline para promocionar el turismo de verano de la Comunidad de Madrid con el mensaje "Brilla Madrid".

Estrategia de revistas de ámbito nacional que amplía la cobertura de la campaña impactando a diferentes audiencias mediante una planificación distribuida al 50% en soportes de viajes, mostrando el anuncio a un público interesado en viajar, y el 50% en soportes con otro tipo de contenido impactando de esta manera a potenciales viajeros cuando están fuera del entorno de viajes.

Se ha cumplido el 100% de la campaña en base a lo planificado alcanzando el objetivo de la misma.

REVISTAS		
	TOTAL INDIV. ESPAÑA	TOTAL INDIV. COMUNIDAD MADRID
Cobertura (%)	1,90	2,41
Total Cobertura	778.014	140.605
O.T.S.	1,0	1,0
G.R.P.'s	1,99	2,50
Total Contactos	814.867	145.856
Cuantificación	40.948.086	5.834.247

Fuente: EGM 3º Acumulado Movil 2021



COMUNIDAD DE MADRID

CAMPAÑA TURISMO PRIMAVERA - VERANO

#### EXTERIOR

Campaña desarrollada en junio de 2021 basada en acciones de publicidad en medios offline para promocionar el turismo de verano de la Comunidad de Madrid con el mensaje "Brilla Madrid".

Estrategia de exterior con acciones espectaculares con el objetivo de generar altos niveles de notoriedad e impacto mediante diversas acciones en zonas de alta afluencia de público de Madrid.

La campaña se fijó en las fechas previstas en todos los soportes cumpliéndose los objetivos de la campaña.



## CAMPAÑA DE TURISMO EN VERANO

La campaña de Turismo Nacional de la Comunidad de Madrid se desarrolló sin ningún inconveniente en las fechas previstas, del 2 de Junio al 15 de Julio de 2021.

El volumen de impresiones contratadas fue de 89.892.980 con formatos Display en las secciones de Home y Viajes de los soportes seleccionados. Finalmente, se consiguieron 111.624.967 impresiones en total, lo que supone una consecución de 21.731.987 impresiones sin cargo para la campaña.

Los objetivos, por tanto, se cumplieron al 100% incluso, incrementándose incluso un 24%.

Campaña Primavera Verano		
	IP España	IP Madrid
Cobertura %	58%	74,77%
OTS	3,50	16,60
GRP'S	205,00	1.239
Total impactos (000)	93.266	79.945
Cuantificación (000)	26.421	4.823

*\*Fuente: Comscore Julio 2021*

Gracias a la campaña conseguimos un 58% de cobertura a nivel nacional, impactando una media de 3 veces nuestro target y consiguiendo 205 GRP's. Lo que supone que se han obtenido unos 93.266.000 de impactos en toda España.

En cuanto a la Comunidad de Madrid, con esta campaña hemos obtenido un 74.77% de cobertura, con una frecuencia de 16,60 debido al alto volumen de impresiones y el target de campaña. Consiguiendo 1.239 GRP's y un total de 79.945.000 de impactos.





**COMUNIDAD DE MADRID****CAMPAÑA PROMOCION TURISMO****MEDIO: PRENSA**

Campaña desarrollada en julio y septiembre de 2021 con el objetivo de promocionar el Turismo en la Comunidad de Madrid.

Campaña basada en contenidos redaccionales integrados en los soportes cuyo contenido era proponer diferentes rutas y planes por la Comunidad de Madrid incentivando con ello el turismo dentro de la Comunidad fijándose en su atractivo turístico, naturaleza, gastronomía, etc.

La campaña se ha desarrollado en las fechas previstas y se ha cumplido el 100% de la campaña en base a lo planificado.

PRENSA		
	TOTAL INDIV. ESPAÑA	TOTAL INDIV. COMUNIDAD MADRID
Cobertura (%)	0,83	2,20
Total Cobertura	339.869	128.353
O.T.S.	3,0	2,9
G.R.P.'s	2,50	6,35
Total Contactos	1.023.702	370.475
Cuantificación	40.948.086	5.834.247

Fuente: EGM 3º Acumulado Movil 2021.



**COMUNIDAD DE MADRID****CAMPAÑA PROMOCION TURISMO****MEDIO: RADIO**

Campaña desarrollada en septiembre y noviembre de 2021 con el objetivo de promocionar el Turismo en la Comunidad de Madrid.

Se trata de una campaña de contenido integrados en los programas de máxima audiencia de las emisoras mediante entrevistas a personas destacadas dentro de la Comunidad de Madrid junto con menciones, cuñas, noticias y avances dándole gran frecuencia y notoriedad a la campaña dentro de las emisoras dando a conocer todo lo que la Comunidad de Madrid puede ofrecer.

La campaña se ha emitido según el plan y en las fechas previstas cumpliéndose el 100% de sus objetivos.

RADIO		
	TOTAL INDIV. ESPAÑA	TOTAL INDIV. COMUNIDAD MADRID
Cobertura (%)	14,85	19,56
Total Cobertura	6.080.791	1.141.179
O.T.S.	6,5	6,9
G.R.P.'s	96,59	135,36
Total Contactos	39.551.756	7.897.237
Cuantificación	40.948.086	5.834.247

Fuente: EGM 3º Acumulado Movil 2021



## CAMPAÑA DE AAEE TURISMO

La campaña de Acciones Especiales de Turismo de la Comunidad de Madrid consistió en una campaña de Contenidos en diferentes medios. Estos contenidos se comenzaron a publicar durante el mes de Julio y se retomaron en Septiembre y Octubre, realizando un parón por el periodo vacacional de nuestro target con el objetivo de impactar al mayor volumen de impresiones.

Se publicaron un total de 35 contenidos en los diferentes periódicos tal y como estaba previsto, cumpliéndose por tanto el 100% de los objetivos.

Campaña AAEE	
	IP Nacional
Impresiones	83.516.695
Páginas Vistas	709.905
Usuarios Unicos	23.076.862
Tiempo de permanencia	0:19:53
Interacciones	65.759

*\*Fuente: Herramienta Irimedia*

Gracias a la campaña hemos conseguido más de 83 millones de impresiones, 700.000 páginas vistas y 23 millones de usuarios únicos. Además el tiempo promedio de permanencia ha sido casi de 20 minutos, consiguiendo un total de 65.759 interacciones con los diferentes artículos.



**COMUNIDAD DE MADRID**  
**CAMPAÑA TURISMO BONOS OTOÑO**

**PRENSA**

Campaña desarrollada del 17 noviembre de 2021 al 13 diciembre de 2021 basada en acciones de publicidad en medios offline para promocionar el turismo de otoño de la Comunidad de Madrid así como para difundir los bonos económicos que la Comunidad pone al servicio de la población para fomentar los viajes a la Comunidad de Madrid.

Estrategia de prensa nacional con refuerzo mediante suplementos de viajes de los propios diarios enriqueciendo de esta manera a la campaña con la cobertura y confianza que aporta el medio prensa junto con la afinidad y prescripción de los suplementos de viajes.

La campaña se ha emitido en las fechas previstas y se ha cumplido el 100% de la campaña en base a lo planificado, todos los soportes han publicado tal y como estaba previsto.

	PRENSA	
	TOTAL INDIV. ESPAÑA	TOTAL INDIV. COMUNIDAD MADRID
Cobertura (%)	7,84	16,09
Total Cobertura	3.210.330	938.730
O.T.S.	2,5	3,2
G.R.P.'s	19,84	51,46
Total Contactos	8.124.100	3.002.304
Cuantificación	40.948.086	5.834.247

Fuente: EGM 3º Acumulado Movil 2021



**COMUNIDAD DE MADRID****CAMPAÑA TURISMO BONOS OTOÑO****REVISTAS Y SUPLEMENTOS**

Campaña desarrollada del 17 noviembre de 2021 al 31 diciembre de 2021 basada en acciones de publicidad para promocionar el turismo de otoño de la Comunidad de Madrid así como para difundir los bonos económicos que la Comunidad pone al servicio de la población para fomentar los viajes a la Comunidad de Madrid.

Estrategia de revistas y suplementos dominicales de prensa de ámbito nacional que amplía la cobertura de la campaña impactando a diferentes audiencias mediante una planificación enfocada a diversos perfiles y contenidos primando el perfil viajero pero no acotando la campaña solo a dicho contenido e impactando de esta manera a potenciales viajeros en otros momentos de su consumo mediático.

Se ha cumplido el 100% de la campaña en base a lo planificado alcanzando el objetivo de la misma.

	REVISTAS Y SUPLEMENTOS	
	TOTAL INDIV. ESPAÑA	TOTAL INDIV. COMUNIDAD MADRID
Cobertura (%)	9,17	10,69
Total Cobertura	3.754.939	623.681
O.T.S.	1,4	1,5
G.R.P.'s	13,07	15,95
Total Contactos	5.351.915	930.562
Cuantificación	40.948.086	5.834.247

Fuente: EGM 3º Acumulado Movil 2021



COMUNIDAD DE MADRID

CAMPAÑA TURISMO BONOS OTOÑO

## EXTERIOR

Campaña desarrollada del 22 noviembre de 2021 al 22 diciembre de 2021 basada en acciones de publicidad en medios offline para promocionar el turismo de otoño de la Comunidad de Madrid así como para difundir los bonos económicos que la Comunidad pone al servicio de la población para fomentar los viajes a la Comunidad de Madrid.

Estrategia en soportes de exterior enfocada a la notoriedad e impacto en zonas de alto tráfico peatonal en diversas zonas de España de forma cualitativa.

La campaña se ha fijado en las fechas previstas y se ha cumplido el 100% de los objetivos de la campaña.



## CAMPAÑA DE OTOÑO Y BONOS TURISTICOS

La campaña de Bonos de Turismo de la Comunidad de Madrid comenzó el día 16 de Noviembre coincidiendo con la publicación de dichos bonos en la página oficial.

El volumen de impresiones contratadas fue de 61.734.723 con formatos Display y de Branded Content en las secciones de Home y Viajes de los soportes seleccionados. Finalmente, se consiguieron 63.430.485 impresiones en total, lo que supone una consecución de 1.695.762 impresiones sin cargo para la campaña.

Los objetivos, por tanto, se cumplieron al 100% incluso, incrementándose incluso un 3%.

Campaña Otoño		
	IP España	IP Madrid
Cobertura %	49%	60,54%
OTS	2,40	3,10
GRP'S	116,00	185
Total impactos (000)	53.014	11.966
Cuantificación (000)	22.179	3.841

*\*Fuente: Comscore Octubre - Noviembre 2021*

Gracias a la campaña conseguimos un 49% de cobertura a nivel nacional, impactando una media de 2,40 veces nuestro target y consiguiendo 116 GRP's. Lo que supone que se han obtenido unos 53.014.000 de impactos en toda España.

En cuanto a la Comunidad de Madrid, con esta campaña hemos obtenido un 60.54% de cobertura, con una frecuencia de 3.10. Consiguiendo 185 GRP's y un total de 11.966.000 de impactos.



## CAMPAÑA DE TURISMO CULTURAL

La campaña de Turismo Cultural se desarrolló sin ningún inconveniente en las fechas previstas, del 15 al 28 de Noviembre de 2021. El objetivo era promover el turismo cultural que ofrece Madrid en la ciudad de Nueva York.

El volumen de impresiones contratadas fue de 48.242.050 con formatos Display. Finalmente, se consiguieron 48.759.791 impresiones en total, lo que supone una consecución de 517.741 impresiones sin cargo para la campaña.

Los objetivos, por tanto, se cumplieron al 100% incluso, incrementándose incluso un 1%.

Campaña Turismo Cultural	
	IP NY
Cobertura %	61,1%
OTS	9,00
GRP'S	549,00
Total Impactos (000)	5.417
Cuantificación (000)	8.873

*\*Fuente: Herramienta Irismedia*

Gracias a la campaña conseguimos un 61,1% de cobertura en Nueva York, impactando una media de 9 veces nuestro target, maximizando la cobertura y el recuerdo del mensaje. La frecuencia fue tan elevada por el alto volumen de impresiones en un corto periodo para nuestro target. Consiguiendo 549 GRP's, lo que supone que se han obtenido unos 5.417.000 impactos en Nueva York.





## CAMPAÑA DE TURISMO DE LUJO

La campaña de Turismo de Lujo se desarrolló sin ningún inconveniente en las fechas previstas, del 8 al 28 de Noviembre de 2021. El objetivo era promover el turismo de lujo que ofrece Madrid en la ciudad de Londres.

El volumen de impresiones contratadas fue de 10.100.000 con formatos Display. Finalmente, se consiguieron 10.933.981 impresiones en total, lo que supone una consecución de 833.981 impresiones sin cargo para la campaña.

Los objetivos, por tanto, se cumplieron al 100% incluso, incrementándose incluso un 8%.

Campaña Turismo de Lujo	
	IP Londres
Cobertura %	43%
OTS	2,80
GRP'S	176,50
Total Impactos (000)	3.905
Cuantificación (000)	8.982

*\*Fuente: Herramienta Irismedia*

Gracias a la campaña conseguimos un 43% de cobertura en Londres, impactando una media de 2,80 veces nuestro target y consiguiendo 176,50 GRP's. Lo que supone que se han obtenido unos 3.905.000 impactos en todo Londres.

