

RESUMEN INVERSION EN PUBLICIDAD-2011			
MES	PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	PUBLICIDAD FUNCIONAL	TOTAL
Enero	606.513,52	1.181.808,53	1.788.322,05
Febrero	3.419.673,63	2.017.088,17	5.436.761,80
Marzo	1.869.823,24	3.746.386,80	5.616.210,04
Abril	4.543.555,04	2.306.642,97	6.850.198,01
Mayo	2.538.339,68	4.801.109,12	7.339.448,80
Junio	4.840.339,50	1.383.101,59	6.223.441,09
Julio	1.664.018,28	4.503.611,46	6.167.629,74
Agosto	2.475.159,46	1.874.884,74	4.350.044,20
Septiembre	3.565.142,20	1.289.405,04	4.854.547,23
Octubre	2.018.907,51	1.387.858,87	3.406.766,38
Noviembre	2.673.150,89	1.055.376,12	3.728.527,00
Diciembre	3.389.021,80	258.889,81	3.647.911,61
TOTALES	33.603.644,73	25.806.163,22	59.409.807,95
CONCLUSIONES:			
EL INCREMENTO DE LA INVERSION EN PUBLICIDAD EN 2011 RESPECTO DE 2010 ES DEL 44%,			
EN ESE MISMO LAPSO LAS TARIFAS QUE COBRAN LOS MEDIOS SEA POR SEGUNDO EN RADIO			
O CM DE COLUMNA EN MEDIOS GRAFICOS SUBIERON EN PROMEDIO UN 20%.			
EN TANTO, SE INCREMENTARON EN UN 15% LA CANTIDAD DE MEDIOS CON QUE SE PAUTA EN TODA LA PROVINCIA			
EL TOTAL DE LA INVERSION EN PUBLICIDAD CORRESPONDE A TODOS LOS ORGANISMOS DE LA ADMINISTRACION PUBLICA			
PROVINCIAL QUE SE TRAMITAN EN LA ADMINISTRACION CENTRAL A TRAVES DE LA SECRETARIA DE COMUNICACION SOCIAL			
DE ESE TOTAL,EL 43% CORRESPONDE A LA PUBLICACION DE LICITACIONES PUBLICAS Y PRIVADAS, CONCURSOS PÚBLICOS,			
LLAMADOS A CONCURSO Y SIMILARES QUE LA NORMATIVA EXIGE: ES LO QUE SE EXPRESA COMO AVISOS FUNCIONALES.			
LA PARTICIPACIÓN DE ESTE CONCEPTO SOBRE EL TOTAL DE INVERSIÓN, RESULTA SIGNIFICATIVA SI SE LA COMPARA CON			
LA MISMA RELACIÓN DEL AÑO 2010;			
Y ESTO PONE DE MANIFIESTO EL ENFASIS EN LA DINAMICA DEL FUNCIONAMIENTO DE TODAS LAS AREAS DEL ESTADO			
VINCULADA OBRAS PUBLICAS Y SALUD FUNDAMENTALMENTE			

CABE ACLARAR QUE EL MONTO DE INVERSION REALIZADA COMPRENDIO LA AMPLIA CAMPAÑA	
DE DIFUSION DESTINADA A DAR CUMPLIMIENTO A LO ESTABLECIDO EN EL ART. 18 DE LA LEY	
13156. DICHA CAMPAÑA SE REALIZÓ EN DIFERENTES ETAPAS Y TUVO COMO OBJETIVO BRINDAR	
AL CIUDADANO TODA LA INFORMACIÓN NECESARIA ACERCA DEL NUEVO SISTEMA DE BOLETA	
UNICA. FUE UNA CAMPAÑA INTEGRAL QUE TUVO SOPORTES PARA RADIO, TELEVISION, PAGINAS	
WEB, MEDIOS GRAFICOS Y VIA PUBLICA. ABARCO MAS DE 300 MEDIOS DE TODO EL TERRITORIO	
PROVINCIAL Y REPRESENTÓ UN 35% DEL MONTO TOTAL DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	