

PARA DIFUSIÓN INMEDIATA
8 de octubre de 2020

Covered California es reconocido por sus esfuerzos de difusión a diferentes comunidades étnicas para promover coberturas médicas

- *El comercial en español “Muleta” ganó el premio a mejor comercial creativo de radio en su categoría por los premios Radio Mercury.*
- *El comercial resaltó que tener cobertura médica no es un lujo o privilegio sino una necesidad para todos los californianos.*
- *También, Covered California fue reconocido por PRNEWS por su trabajo en la difusión de información a comunidades afroamericanas, asiáticas y latinas.*

Por tercera vez en cuatro años, Covered California fue galardonado por los prestigiosos premios Radio Mercury gracias al comercial llamado “Muleta”. El comercial en español usó humor para informar a los consumidores que pueden calificar para ayuda financiera, para pagar por su cobertura de salud a través de Covered California. Este fue nombrado el mejor comercial creativo de radio en la categoría no-general de mercado.

“Covered California invierte en publicidad que está hecha a la medida para la diversidad de nuestro estado”, dijo Peter V. Lee, director ejecutivo de Covered California. “Apreciamos el reconocimiento a los esfuerzos que hemos hecho para tratar de mandar nuestro mensaje a las comunidades latinas, pero estamos todavía más agradecidos de que estamos llevando el mejor premio a sus familias – una cobertura de salud asequible”.

El comercial inicia con el narrador contándole a la audiencia que tiene un regalo especial para las personas que buscan exclusividad cuando tienen un accidente en su pierna: una pieza delicada hecha de madera de pino, con abundante soporte debajo de las axilas y tapas hechas de plástico. El narrador dice “Muleta, la forma refinada de apoyarse”, que al inglés se traduce a “Crutch, the sophisticated way to lean”.

(más)

Después, el narrador informa a la audiencia que tener una cobertura de salud ya no es un lujo hecho sólo para las personas con ingreso alto. Gracias a los nuevos subsidios estatales, hay más ayuda financiera disponible que antes, para reducir el costo de las primas mensuales. El comercial fue difundido durante el período de inscripción abierta más recientes en: Pandora, Spotify, iHeartRadio, Univisión, Entravisión y otras plataformas digitales. También fue publicado en prominentes canales de radio en español en el área de Los Ángeles y Riverside-San Bernardino. Covered California estima que generó alrededor de 55 millones de impresiones.

El comercial fue producido por Casanova-McCann, una agencia con subcontrato de marketing para trabajar con la empresa principal Campbell Ewald. Estas agencias fueron contratadas para Covered California para difundir nuestro mensaje a audiencias en California, incluyendo a latinos de habla hispana.

Para escuchar el comercial “Muleta” visite el sitio web de los premios Radio Mercury en <http://radiomercuryawards.com/2020Winners.cfm>.

Los premios Radio Mercury fueron establecidos en 1992 “como la única competencia dedicada a la radio... para alentar y premiar las creaciones de comerciales de radio que sean efectivas y creativas”. Esta competencia nacional – que honra la creatividad de agencias publicitarias, casas productoras, estaciones de radio e instituciones educativas a lo largo del país – se describe asimismo como “la competencia de radio creativo más grande y exitosa”.

La semana pasada, Covered California fue reconocida por sus comerciales multiculturales que tuvieron el objetivo de alcanzar a las comunidades afroamericanas, asiáticas y latinas. PRNEWS escogió a Covered California como uno de los finalistas de los premios platino de relaciones públicas 2020 en la categoría de campaña multicultural de difusión a segmentos específicos. El esfuerzo de relaciones públicas (PR) incluye hablar con los consumidores en formas culturalmente apropiadas, en su idioma de preferencia, a través de medios de comunicación en forma de eventos en vivo, ruedas de prensa, entrevistas y artículos.

“Conectarse con las comunidades diversas a lo largo del estado ha sido una parte crucial de la misión de Covered California desde que abrimos nuestras puertas en 2014”, dijo Lee. “La pandemia de COVID-19 pone en perspectiva las desigualdades en cuanto a cuidado de salud en California y en el país. Creemos que podemos ayudar a disminuir esas desigualdades al difundir nuestro mensaje de obtener cobertura de salud a todos los californianos”.

PRNEWS ha sido un valioso recurso para los profesionales de comunicaciones, marketing y relaciones públicas por más de 75 años. Los premios platino PRNEWS reconoce “las campañas publicitarias más creativas, con comunicadores excepcionales y equipos de primera categoría en el área de relaciones públicas”. Los participantes incluyen agencias de relaciones públicas nacionales e internacionales, corporaciones, organizaciones sin lucro, asociaciones y organizaciones gubernamentales mundiales. Los ganadores establecen estándares de excelencia en todas las áreas de comunicaciones.

(más)

La lista completa de los nominados [está aquí](#) y los ganadores serán anunciados el 27 de octubre.

Actualmente, Covered California se está preparando para el período de inscripción abierta para el año de cobertura 2021. El período de inscripción abierta será del 1 de noviembre hasta el 31 de enero 2021. Covered California lanzará una nueva campaña publicitaria el 9 de noviembre en la cual se alocaron cerca de \$157 millones por parte de marketing, ventas y difusión durante el año fiscal actual.

Las personas pueden averiguar fácilmente si son elegibles para Covered California o Medi-Cal, cuales planes están disponibles en su área, usando la herramienta de [Buscar y Comparar](#). Sólo tienen que ingresar el código postal, ingresos del hogar y las edades de los que necesitan cobertura.

Para quienes necesiten más información pueden:

Visitar www.coveredca.com/espanol/

Obtener ayuda en persona y gratuita en diferentes idiomas y por agentes certificados en www.coveredca.com/espanol/find-help/

Un agente certificado [puede llamarte](#) y ayudarte de manera gratis.

Llama a Covered California al (800) 300-0213.

Acerca de Covered California

Covered California es el mercado de seguros de salud del estado, donde los californianos pueden encontrar seguros asequibles y de alta calidad de las principales compañías de seguros. Covered California es el único lugar donde las personas que califican pueden obtener asistencia financiera en una escala móvil para reducir los costos de las primas. Los consumidores pueden comparar los planes de Seguro de salud y elegir el plan que mejor se adapte a sus necesidades de salud y presupuesto.

Dependiendo de sus ingresos, algunos consumidores pueden calificar para el programa Medi-Cal de bajo costo o sin costo.

Covered California es una parte independiente del gobierno estatal cuyo trabajo es hacer que el mercado de seguros de salud funcione para los consumidores de California. Está supervisado por una junta de cinco miembros nombrados por el gobernador y la Legislatura. Para obtener más información sobre Covered California, visita www.CoveredCA.com/espanol

###